ELEKTRONİK TİCARETİN İSTİHDAMA ETKİLERİ

(Yüksek Lisans Tezi)

Tahsin YILMAZ

2008

T.C.
ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
ÇALIŞMA EKONOMİSİ VE ENDÜSTRİ İLİŞKİLERİ ANABİLİM DALI

ELEKTRONİK TİCARETİN İSTİHDAMA ETKİLERİ

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Tez Danışmanı
Yrd. Doç. Dr. Suat UĞUR

Hazırlayan
Tahsin YILMAZ

Çanakkale – 2008

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne

Tahsin YILMAZ'a ait "Elektronik Ticaretin İstihdama Etkileri" adlı çalışma, jürimiz tarafından Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı'nda YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul edilmiştir.

Başkan .....
Yrd. Doç. Dr. Suat UĞUR

Üye .....

Yrd. Doç. Dr. Abdurrahman BENLİ

Üye.....

Yrd. Doç. Dr. Mahir GÜMÜŞ

Üye.....

Yrd. Doç. Dr. Bünyamin BACAK

Üye.....

Yrd. Doç. Dr. Mehmet MARANGOZ

ÖZET

Teknoloji, her alanda olduğu gibi, ticari alanda da yoğun olarak hayatımıza girmiştir. Yeni ekonomi olarak adlandırılan elektronik ticaret, teknolojinin ticari anlamda genişlemesi ile birlikte hayatımızın her aşamasında alışveriş yapabileceğimiz bir araç haline gelmiştir. Elektronik ticarette fiyatların normal piyasa fiyatlarına göre daha düşük olması, geleneksel ticarete göre kredi kartları ile alışverişe elektronik ticarette daha fazla olanak sağlanması, günün yirmi dört saati kesintisiz olarak alışveriş imkânının olması, hem alıcılar hem de satıcılar için vazgeçilmez bir ticaret şekline dönüşmüştür.

İnternetin yaygınlaşması ile birlikte elektronik ticaret de her geçen gün daha da yaygınlaşmaktadır. Elektronik ticaret, internetin kullanımının artmasıyla birlikte herkesin alışveriş yaptığı bir ticaret haline gelmiştir. İnternet ve elektronik ticaretin ticari anlamda büyük getirisi olduğunu gören kişi ve işletmeler elektronik ticaret alanında çalışmalar başlatmışlardır. İşletmeler alışveriş ve diğer işlemler için gerekli internet sayfalarını yaparak elektronik ticaret işine girmişlerdir. Elektronik ticaret alanında yeni yeni şirketler kurulmaya başlanmıştır. Hatta bazı ülkeler de durumun öneminden hareketle, elektronik ticareti teşvik edici politikalar uygulanmaktadır.

Küreselleşme sürecinde değişik ülkelerden kesintisiz olarak alışveriş yapabilme olanağı sayesinde elektronik ticarete olan rağbet artmıştır. Doğal olarak kişilerin, işletmelerin ve devletlerin elektronik ticaret sürecinde yerlerini alabilmeleri için değişik alanlarda yarış halinde olduğu gözlenmektedir.

Elektronik ticaret yeni iş alanlarının açılmasına olanak sağlayarak istihdamın genişlemesinde önemli bir neden olmuştur. Çalışanların, işlerini elektronik ortamda yürütmelerine olanak sağlanması, işverenlerin ve çalışanların elektronik ortamda buluşarak görüş alışverişinde bulunmaları ve iş paylaşımını yapmaları çalışma hayatı bakımından çalışanların ortamını geleneksel ortamdan elektronik ortama kaydırmıştır.

Çalışmanın amacı; her geçen gün hızla yayılan elektronik ticareti tanıtmak, değişik ülkelerin ve Türkiye'nin elektronik ticaret alanında çalışmalarını anlatmaktır. Bu bağlamda çalışma yaşamında elektronik ticaretin yerini ve önemini inceleyerek, elektronik ticaret ile ilgili yapılan projeleri anlatmak ve elektronik ticaretin istihdama etkileri ile ilgili bilgiler vermektir.

ABSTRACT

As having happened in every domain, technology has also intensively placed itself in commercial life. Electronic commerce called new economy has become a tool for shopping in every level of life as a result of technological expansion in commers. Electronic commerce is an indispensable way of commerce for both customers and sellers since it has some advantages such as lower prices than conventional markets, easy credit card payment methodologies and possibilities, timeless shopping opportunity.

The more internet is getting expanded, the more electronic commerce is popular. As a result of the expansion of Internet e-commerce became a tool for shopping for everyone. Individuals and institutions that realized that both Internet and electronic commerce commercially are profitable started to invest into these domains. They, building necessary web pages, started electronic commerce. Companies were founded in the domain of electronic commerce. Realizing the profound importance of electronic commerce some countries has built supporting policies for electronic commerce.

Under the globalization process with the possibilty of shopping from different countries for 24 hours, electronic commerce has rapidly become popular. Naturaly, individuals, companies and the states are in competition to be dominant in electronic commerce.

Providing new employment opportunities electronic commerce has helped to increase the rate of employment. Since the employees work on electronic platforms, and employer and employers meet on a virtual environment and take decision about task distribution, electronic environment is more preferable than the conventional one.

The aim of this thesis is to understand electronic commerce that expand itself each single day, to observe the way of electronic commerce in various countries and Turkey. Analysing the place and importance of electronic commerce in business life, it is found out its contribution to employment rate and employablity.

İÇİNDEKİLER

ÖZET ..... **i**

ABSTRACT ..... **ii**

İÇİNDEKİLER ..... **iii**

KISALTMALAR ..... **vi**

TABLOLAR ..... **vii**

ÖNSÖZ ..... **viii**

GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARETİN GENEL YAPISI

1. ELEKTRONİK TİCARET KAVRAMI VE İNTERNET **3**
1. 1. Elektronik Ticaretin Tanımı 3
1. 2. İnternetin Gelişimi ve Elektronik Ticaret Sürecine Geçiş 5
1. 3. Avrupa Birliği'nde Elektronik Ticaret 8
1. 4. Dünya'da Elektronik Ticaret 9
1. 5. Türkiye'de Elektronik Ticaret 14

2. ELEKTRONİK TİCARETİN ARAÇLARI **16**
2. 1. İnternet 17
2. 2. Telefon 21
2. 3. Faks 21
2. 4. Televizyon 22
2. 5. Elektronik Veri Değişimi 22
2. 6. Cep Telefonu 23

3. ELEKTRONİK TİCARET PİYASASI **24**
3. 1. Elektronik Ticaret ile Geleneksel Ticaretin Karşılaştırılması 25
3. 2. Elektronik Ticaret Piyasaları 26

4. ELEKTRONİK TİCARETTE TÜKETİCİ İLİŞKİLERİ **27**
4. 1. Müşteri Memnuniyeti 28
4. 2. Müşteriyi Bilgilendirme 28
4. 3. Müşterilerle İletişim 28
4. 4. Elektronik Ticaretin Tüketicilere Faydaları 28

5. İŞLETMELERİN VE TÜKETİCİLERİN BİLGİ GÜVENLİĞİ **31**
5. 1. Alışverişte Güvenlik 33
5. 2. Kredi Kartları ve Güvenlik Sorunları 35

6. TÜRKİYE'DE ELEKTRONİK TİCARET PROJELERİ **38**
6. 1. Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu 42
6. 2. Maliye Bakanlığı'nın Vedop Projesi 42
6. 3. Gümrük Müsteşarlığı'nın Gimop Projesi 43
6. 4. Merkez Bankası'nın Elektronik Ticaret Projesi 43
6. 5. İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi 44

İKİNCİ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARETİN BOYUTLARI

1. ELEKTRONİK TİCARETİN ETKİ ALANI 45
1. 1. Müşteriler 45
1. 2. Satış Yapan İşletmeler ve Kobiler 46
1. 3. Çalışanlar 52
1. 4. Elektronik Devlet Uygulamaları 53
1. 5. Küresel Etkileşim ve Örgütler 54
2. ELEKTRONİK TİCARETTE TARAFLAR 54
2. 1. Firmadan Firmaya Alışveriş 56
2. 2. Firmadan Son Kullanıcıya Elektronik Ticaret 57
2. 3. Tüketici ile Devlet Arası Elektronik Ticaret 58
2. 4. Devletten Şirkete Elektronik Ticaret 59
2. 5. Tüketiciden Tüketiciye Elektronik Ticaret 59
3. ELEKTRONİK TİCARETİN EKONOMİK BOYUTU 59
3. 1. İşletmelerin İktisadi Faaliyetleri 60
3. 2. Elektronik Ticaretin Avantajları 61
3. 3. Elektronik Ticarette Vergilendirme 63
3. 4. Elektronik Ticarette İşlemler 63
3. 5. Elektronik Ticaretin Reklâmı ve Tanıtımı 64
4. ELEKTRONİK TİCARETİN SOSYAL BOYUTU 70
4. 1. Elektronik Ticaretin Sosyal ve Psikolojik Etkileri 71
4. 2. Elektronik Ticaret ve Zaman Tasarrufu 71
4. 3. Elektronik Ticarette Ürün ve Hizmetlere Erişim Kolaylığı 72
4. 4. Elektronik Ticaret ve Trafik 73
4. 5. Elektronik Ticaret ve Çağrı Merkezleri 74
5. ELEKTRONİK TİCARETİN HUKUKİ BOYUTU 76
5. 1. Niteliğe Aykırı Mal Satılması 77
5. 2. Kampanyalı Satışlar 78
5. 3. Kapıdan Satışlar 78
5. 4. Satış Sonrası Servis 79
5. 5. Garanti Süresi 80
5. 6. Elektronik İmza 80

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ENFORMASYON TEKNOLOJİLERİ BAĞLAMINDA

ELEKTRONİK TİCARET VE İSTİHDAM

1. ENFORMASYON TOPLUMU VE İSTİHDAM 83
1. 1. Enformasyon Toplumu ve İşgücünün Küreselleşmesi 84
1. 2. Bilgi İşlem Teknolojileri ve Sanal İnsan Kaynakları 86
1. 3. Çalışma Hayatının Çalışma Süreleri Açısından Şekillenmesi 93
1. 4. İşin Yeniden Örgütlenmesi: Elektronik İş 98
1. 5. Hizmet Sektöründe Elektronik Ticaret 101
1. 6. Elektronik Ticaretin Yönetime Etkileri 102

2. ELEKTRONİK TİCARETİN İSTİHDAMI GENİŞLETMESİ..... 104
2. 1. Elektronik Ticaretin İşgücüne Etkisi..... 106
2. 2. Elektronik Ticaret İle İşçilerin Vasıf Kazanması..... 108
2. 3. Elektronik Ticaret İle Özürlülerin Çalışma Hayatına Katılması..... 108
2. 4. Elektronik Ticaret ve Kır-Kent İlişkisi 110
2. 5. Elektronik Ticarette Cinsiyet Ayrımcılığının Olmaması 111
2. 6. Elektronik Ticaret Sürecinde Turizm..... 112
2. 7. Elektronik Ticaret ve Sanal Ortam Sigortacılık..... 113
2. 8. Elektronik Ticaret ile Yeni İş Alanlarının Kurulması..... 113
2. 9. Diğer Meslekler İçin Elektronik Ticaret 113
3. ELEKTRONİK TİCARETİN İSTİHDAMI DARALTMASI 115
3. 1. Genel Bakımdan Elektronik Ticaretin İstihdam Alanlarını Daraltması... 116
3. 2. Evde Çalışma Nedeni İle İstihdamın Daralması 117
3. 3. İşverenin Gözetimi Dışındaki İşlerin İstihdama Olumsuz Etkileri..... 118
3. 4. Küreselleşme İle Birlikte İstihdamın Olumsuz Etkilenmesi..... 118
3. 5. Beyin Göçü Nedeni ile İstihdamın Olumsuz Etkilenmesi 119
4. ÇALIŞMA HAYATINDA ELEKTRONİK TİCARETİN GELECEĞİ..... 119
4. 1. Elektronik Ticaretin Yaygınlaştırılması..... 121
4. 2. Bilgi Ekonomisi ve Girişimcilik 123
4. 3. Elektronik Ticaretin Fırsatları..... 124
4. 4. Elektronik Ticaretin Tehditleri..... 126
4. 5. Elektronik Ticaret ve Çalışma Ekonomisi 127
4. 6. Elektronik Ticaret ve Endüstri İlişkileri..... 128

SONUÇ VE ÖNERİLER..... 129

KAYNAKÇA 135

KISALTMALAR

AB : Avrupa Birliği

ABD : Amerika Birleşik Devletleri

AR-GE : Araştırma Geliştirme

ARPA : Advanced Research Projeets Ageney
(Gelişmiş Araştırma Projeleri Teşkilatı)

BİLTEN : Bilgi Teknolojileri ve Elektronik Araştırma Enstitüsü

B2B : Business To Customer (Firmadan Firmaya Elektronik Ticaret)

B2C : Business to Customer (Firmadan Son Kullanıcıya Elektronik Ticaret)

B2G : Business to Government (Devletten İş Hayatına Elektronik Ticaret)

C2G : Customer to Government (Devletten Son Kullanıcılara Elektronik Ticaret)

DNS : Domain Name Server (Alan Adı Sunucusu)

DPT : Devlet Planlama Teşkilatı

DTM : Dış Ticaret Müsteşarlığı

EDI : Electronic Data Interchange (Elektronik Veri Değişimi)

ETKK : Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu

EFT : Elektronik Fon Transferi

GTPNET : Global Trade Point Network/GTPNet(Küresel Ticaret Noktaları Ağı)

ICANN : Internet Corporation For Assigned Names and Numbers
(İnternet Adları ve Sayıları Atama Kuruluşu)

ODTÜ : Orta Doğu Teknik Üniversitesi

OECD : Organization For Economic Development And Cooperation
(İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı)

SET : Secure Electronic Transacion (Güvenli Elektronik İşlemler)

SSL : Secure Socket Layer(Güvenli Kilit Sistemi)

TÜBİTAK : Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

WTO : World Trade Organization (Dünya Ticaret Örgütü)

TABLOLAR

Tablo 1: Türkiye'de Elektronik Ticaret İşlemleri..... 15

Tablo 2: Türkiye'de Kredi kartı Sayısı..... 16

Tablo 3: Türkiye'de Bölgelere Göre İşyeri Sayıları ve İşyerlerinin İşlemleri..... 16

Tablo 4: Türkiye'de İnternetten En Çok Satılan Ürünler..... 17

Tablo 5: İnternet Bankacılığında Finansal İşlemler..... 18

Tablo 6: Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı..... 20

Tablo 7: Geleneksel Ticaret- Elektronik Ticaret Karşılaştırılması..... 26

Tablo 8: Teknik Çalışma Grubu Alt Çalışma Grupları..... 39

Tablo 9: Türkiye'de İnternet Kullanımı ve Elektronik Ticaret Rakamları..... 41

ÖNSÖZ

"Elektronik Ticaretin İstihdama Etkileri" başlıklı bu çalışmada elektronik ticaretin tanımı, elektronik ticaret projeleri, yeni teknolojilerin elektronik ticaret ile birlikte istihdama etkileri incelenmektedir.

Her geçen gün değişim gösteren dünyada bilişim sektörü ile birlikte bir çok yenilik de insan hayatına girmektedir. Elektronik ticaret ile yeni iş alanları içerisinde istihdam olanakları da değişmiştir. İnsan, hayatını sürdürmesi için bir takım ihtiyaçları olacak ve bu ihtiyaçların karşılanması için alışveriş yapma ihtiyacı hissedecektir. Elektronik ticaret zamanı çok iyi kullanma noktasında ve hızlı alışveriş imkânı sağlama noktasında geleneksel ticarete göre avantajlı durumdadır.

Yeni ekonomi olarak adlandırılan elektronik ticaret sosyal hayata birçok yenilik getirmiştir. Teknoloji sayesinde elektronik ticaret ile insanlar alışverişlerini çok kolay bir şekilde yapma imkânı elde etmişler ve satın aldıkları ürünleri çok kısa süre içerisinde teslim alıp kullanmaya başlamışlardır.

Küreselleşme ile birlikte elektronik ticaret artış göstermiştir. Artan elektronik ticaret hacmi kişileri ve işletmeleri değişik iş yapma yollarına sevk etmiştir. Elektronik ticaret süreci içinde zaman ve mekân kısıtlaması olmadan her zaman alışveriş imkânının sağlanması tüketicilerin elektronik ticareti daha çok tercih etmelerine sebep olmuştur.

Elektronik ticaret ile ilgili en önemli konu; istihdamın azaldığı dönemde elektronik ticaretin değişik teknolojilerle birlikte iş imkânlarını arttırarak yeni iş alanlarının açılması ve istihdam alanlarını genişletmesidir. Elektronik ticaret ile birlikte istihdam edilebilecek kişiler bakımından da bir değişiklik söz konusudur. Bir işyerinde çalıştırılmak istenmeyen kişilerin örneğin; engelli kişilerin, kırsal kesimde yaşayanların, ev hanımlarının vb. kişilerin istihdam edilebilir düzeye gelmelerinde elektronik ticaretin önemli bir etkisi vardır.

Özellikle kaynak araştırması ve tezimin yazılması sürecinde değerli fikirleri ile bana yol gösteren ve desteğini esirgemeyen tez danışmanım Yrd.Doç.Dr. Suat UĞUR'a, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü öğretim üyelerine saygılarımı ve teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca bugüne kadar her zaman maddi ve manevi desteğini gördüğüm hiçbir zaman ilgilerini eksik etmeyen aileme ve eşime teşekkür ederim.

GİRİŞ

Elektronik ticaretin, ticari hayatta ve çalışma hayatında birçok dönüşüme neden olduğu ifade edilmektedir. Kol gücünün yerine beyin gücünün tercih edildiği bir dönemde bilgi ticari bir araç haline gelmiştir. Bilgi ekonomisi, yeni ekonomi ve elektronik ticaret olarak adlandırılan yeni ticaret şekilleri ile yapılan alışverişler 2000'li yıllarda önemini daha da arttırarak küresel bir ticaret halini almıştır. Elektronik ticaret vasıtası ile yapılan alışverişlerin getirdiği avantajlar, küresel rekabet için bir neden olmuştur.

Alışverişlerin genelde internet vasıtası ile elektronik ortamda olması, satıcıların kesintisiz satış yapabilme imkânının olması, satıcıların ve alıcıların elektronik ortamda buluşması, alışverişten önce satın alınacak ürünün diğer ürünlerle kıyaslama imkânının olması, alınan ürünlerin garanti süreci içine dâhil edilmesi, bilgisayar ağlarının ticari anlamda kullanılması ticari hayatta değişikliklerin bazılarıdır.

Küreselleşme ile birlikte ekonomik ve sosyal yönden birçok değişimi yaşadığımız dönemde elektronik ticaret, hayatımızı pek çok yönden olumlu yönden etkilemektedir. İnternetten çok kısa bir süre içerisinde dünyanın herhangi bir tarafından istenilen ürüne kolayca ulaşıp elektronik ticaret yapılabilmesi ticaret şeklinin değişimini ve küreselleşmenin boyutunu göstermektedir.

Elektronik ticaret, çalışma hayatına katkıda bulunan bir araç haline gelmiştir. Elektronik iş ile birlikte iş ortamı sanallaşmış, iş hayatı internet vasıtası ile küresel bir pazar içine girmiştir. Elektronik ticaret küreselleşen pazar sayesinde kişileri, bir işe veya bir işyerine bağımlı olmaktan çıkarıp tamamen bağımsız, küresel ve sanal haline getirmiştir.

Çalışmanın genel olarak amacı; elektronik ticaretin istihdama etkilerinden bahsedilmektedir. Değişen çalışma koşullarında elektronik ticaret ile birlikte çalışma hayatı ve istihdam da değişime uğramıştır. En önemli değişiklik de işlerin bir mekâna veya zamana bağlı olmadan da yapılabileceği konusudur. Çalışanlar istedikleri yerde ve istedikleri zamanda çalışma yapabilmektedirler.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın birinci bölümünde elektronik ticaretin nasıl başladığı ve elektronik ticaret ile ilgili bilgiler sunulmaktadır. Elektronik ticaretin genel yapısı, elektronik ticaretin tanımı,

elektronik ticaretin araçları, elektronik ticaretin doğuşu ile ilgili bilgiler yer almaktadır. Ayrıca elektronik ticaretin genel olarak güvenliliği ve gizliliği ele alınmıştır. Günümüzde bilgisayar teknolojilerinin en önemli problemlerinden olan güvenliğin nasıl olması gerektiği konusunda bilgiler verilmektedir. Üretici ve tüketici ilişkileri açısından genel bir değerlendirme ve tüketici ilişkilerinden bahsedilmektedir. Türkiye'de uygulanan ve uygulanması düşünülen elektronik ticaret projelerinden bahsedilmektedir.

İkinci bölümde elektronik ticaretin ekonomik, sosyal ve hukuki boyutu hakkında genel bilgiler verilmektedir. İnternetin yaygınlaşmaya başlaması ile birlikte elektronik ticaret yoğun olarak kullanılmaya başlamış ve elektronik ticaretin tarafları oluşmaya başlamıştır. Elektronik ticaretin tarafları ve aralarındaki alışverişlerin nasıl olduğu konusunda bilgiler verilmektedir. Elektronik ticaretin işletmelere ve kişilere yararları konusunda ve sosyal hayata etkisi konusunda bilgiler verilmektedir. İşletmelerin elektronik ticaret vasıtası ile gelirlerini daha da artırarak geleceğe yatırım yapabilmeleri için değişik işler kurabilmeleri üzerinde durulmaktadır.

Üçüncü bölümde genel olarak çalışma hayatının, bilişim teknolojileri vasıtası ile sanal ortama geçmesi ve elektronik ticaretin istihdama etkileri üzerinde durulmaktadır. Elektronik ticaret vasıtası ile çalışanların iş ortamları değiştiği gibi istihdam olanaklarının da değişmesinden bahsedilmektedir. Üniversitelerin, eğitim merkezlerinin ve devletin kişileri elektronik ticaret konusunda bilgilendirerek kişilere vasıf kazandırmaları konusu üzerinde durulmaktadır.

BİRİNCİ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARETİN GENEL YAPISI

Elektronik ticaret, yeni bir kavram olarak ortaya çıkmasına rağmen kısa bir süre içinde çok geniş kitleler tarafından kullanılmaya başlanmıştır. Elektronik ticaret ile birlikte birçok alanda yenilik ortaya çıkmıştır. Her geçen gün de yenilikler artış göstermektedir.

Günlük yaşamda, elektronik ticaret vasıtası ile satın alınan ürünlerin sayısı artmakta ve hemen hemen her ürün elektronik ticaret kapsamına dâhil edilmektedir. İşletmeler elektronik ticaretin gelişimini hızlandırarak küresel rekabet koşullarına uygun iş altyapılarını oluşturmaktadırlar.

İnternet kullanımı yaygınlaştıkça, elektronik ticaret sektörü de internet ile beraber gelişimini hızlandırması söz konusudur. Elektronik ticarette, internet vasıtası ile gerçekleştirilen işlemlerin çok fazla olması elektronik ticaret için internetin ne kadar önemli olduğunu ortaya koymaktadır.

1. ELEKTRONİK TİCARET KAVRAMI VE İNTERNET

İnternet başlangıçta değişik amaçlarla ortaya çıkmıştır. Fakat internetin geniş alanlara yayılması ile birlikte internet ticari anlamda işlerin yapıldığı bir araç haline gelmiştir. Bilginin internet vasıtası ile ticarileştirilmesi neticesinde elektronik ticaret ortaya çıkmıştır.

Elektronik ticaret internetin yaygınlaşması ile daha çok kullanılmaya başlanmıştır. İnternet, elektronik ticaretin temel aracıdır. Elektronik ticaret, internetin etkin kullanımı ile birlikte daha geniş kesimler tarafından kullanılabilecektir.

1. 1. Elektronik Ticaretin Tanımı

Elektronik ticareti; kişilerin, işletmelerin veya resmi kurumların telekomünikasyon ağları üzerinden yazı, ses ve görüntü şeklindeki bilgilerin işlenmesi, bilgilerin iletilmesi, bilgilendirme işleminin ve araştırmaların yapılması, taahhüde girilmesi, mal ve hizmetlerin müşteriye teslim edilmesi, ürünlerin veya malların satış fiyatının ödenmesi, satıştan sonra gerekli olan desteğin sağlanıp problemlerin çözüme kavuşturulması şeklinde tanımlamak mümkündür. Elektronik ticaret, ticari faaliyetlerin yapıldığı duruma göre doğrudan ve dolaylı

elektronik ticaret olarak ikiye ayrılmaktadır. Dolaylı elektronik ticaret yönteminde, ürünlerin ve hizmetlerin satın alınması elektronik ortamda verilmekle birlikte, teslimat işlemleri geleneksel yollar ile yapılmaktadır. Doğrudan elektronik ticaret yönteminde ise, sanal ortamlarda gayri fiziki mal ve hizmetlerin siparişi, teslimi ve satış fiyatının ödenmesi yine elektronik ortamda gerçekleştirilmektedir (Canpolat 2001: 6).

Elektronik ticaret, bilgisayar ağları aracılığı ile ürünlerin satışının ve aynı zamanda ürünlerin dağıtımının yapılmasıdır. Elektronik ticaret ile mal ve hizmet ticareti tanıtım, ürün siparişi, banka işlemleri, borsa işlemleri, kiralama işlemleri vb. işlemler yapılmaktadır (İyibozkurt 2000: 83).

İnternetin bir iş yürütme aracı olarak gelişmesi 1995 yılında olmuştur. İşlemleri internet tabanlı sistemler aracılığı ile yapan ticari faaliyetlere elektronik ticaret denilmektedir. Bazı anketlerde elektronik ticarete internet ticareti denilmektedir (Ertaş 2000: 2).

Dünya Ticaret Örgütü, elektronik ticareti, mal ve hizmetlerin üretim, reklâm, satış ve dağıtımlarının telekomünikasyon ağları üzerinden yapılması şeklinde tanımlamıştır (http://www.elektronikticaretrehberi.com/e-ticaret_genel_bilgiler.php# bolum1.1).

Birleşmiş Milletler Yönetim Ticaret ve Ulaştırma İşlemlerini Kolaylaştırma Merkezi ise elektronik ticareti iş, yönetim ve tüketim faaliyetlerinin yürütülmesi için yapılanmış ve yapılanmamış iş bilgilerinin, üreticiler, tüketiciler ve kamu kurumları ile diğer organizasyonlar arasında elektronik araçlar (Elektronik posta ve mesajlar, elektronik bülten panoları, www teknolojisi, akıllı kartlar, elektronik fon transferi, elektronik veri değişimi vb.) üzerinden paylaşılması şeklinde tanımlamıştır (http://www.elektronikticaretrehberi.com/e-ticaret_genel_bilgiler.php# bolum1.1).

Elektronik ticaret konusunda en yaygın tanımlardan birisi İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı tarafından 1997'de yapılan tanımdır. Sayısallaştırılmış yazılı metin, ses ve görüntünün işlenmesi ve iletilmesine dayanan kişileri ve kurumları ilgilendiren tüm ticari işlemlerdir. İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD), elektronik ticaret sürecini ise şu şekilde tanımlamıştır (http://www.elektronikticaretrehberi.com/e-ticaret_genel_bilgiler.php# bolum1.1):

1. Ticaret öncesi firmaların elektronik ortamda bilgilenmesi ve araştırma yürütmesi,
2. Firmaların elektronik ortamda buluşması,
3. Ödeme sürecinin yerine getirilmesi,
4. Taahhüdün yerine getirilmesi, mal veya hizmetin müşteriye teslimi, satış sonrası bakım, destek, vb. hizmetlerin temin edilmesidir.

1. 2. İnternetin Gelişimi ve Elektronik Ticaret Sürecine Geçiş

Her işte olduğu gibi elektronik ticaretin genel yapısı içerisinde de yeni teknolojiler kullanılmaya başlanmıştır. Yeni teknolojinin adı da yeni bir endüstri dalı olan enformasyon teknolojileridir. Günümüzde elektronik ticaret yapan alıcı ve satıcı kurumlar veya kişiler değişik teknoloji donanımına sahip olmaktadır. Değişikliği izleyip çağı yakalamak için yeni teknolojiler kullanılmalıdır. Dolayısı ile elektronik ticaretin etkin bir şekilde kullanılması için sektörün canlı tutulması gereklidir.

İnternetin gelişme aşamasında elektronik ticaret yerini almış internet gelişip yaygınlaştıkça elektronik ticaret de yayılmıştır. İnternet, iletişimin ileri düzeyde sağlanması için ilk olarak Amerika Birleşik Devletleri ile Sovyet Rusya arasındaki soğuk savaş ile başlamış daha sonra değişik ülkelerin katkıları ile gelişip günümüzdeki halini almıştır. 1957 yılında Sovyet Rusya'nın Sputnik projesini başarı ile uygulaması ve ilk yapay uyduyu uzaya göndermesi üzerine ABD bilim, teknoloji ve diğer alanlarda da liderliği eline geçirmek için harekete geçmiştir. 1958 yılında ABD Savunma Bakanlığı bünyesinde Gelişmiş Araştırma Projeleri Teşkilatı - ARPA (Advanced Research Projeets Ageney) kurulmuştur. İnternetin başlangıç nedeni bir nükleer saldırı durumunda dünyanın farklı yerlerindeki ABD askeri üstlerinin iletişimini devam ettirmesini sağlamaktır. Tek bir merkezin savaş anında kesintiye uğramaması için internet ağlarının değişik merkezlerde kurulması kararlaştırılmıştır. Kurulacak iletişim ağının tek merkeze bağlı olmaması ve birden çok bağlantıya elverişli hale gelmesi için çalışmalar başlatılmıştır. Böylece bir parçanın tahrip olması durumunda diğer parçaların iletişime devam etmesine imkan sağlayan sistemin kurulması sağlanmıştır. İnternetin günümüzde hızlı bir şekilde genişlemesi ve gelişiyor olması başlangıcındaki kesintisiz iletişim düşüncesine dayanmaktadır (Civelek 2003: 7).

İnternetin bir merkez haricinde değişik merkezlerde kurulma düşüncesi günümüz küresel hareketin başlangıçlarından bir tanesidir. Ayrıca, dünyanın büyük bir küresel bir merkez haline gelmesinde internetin rolü büyük olmuştur.

Elektronik ticaretin ortaya çıkışı 1990'lı yılların öncesindedir. Fakat elektronik ticaretin esas yaygınlık kazandığı dönem internet teknolojilerinin yaygınlaşıp genişlemesi ile birlikte olmuştur. Gelişen yeni teknolojilerle birlikte klasik ticaretten elektronik ticarete geçiş hızlanmıştır (Bozkurt 2000: 64).

İnternet üzerinden yapılan ticaretin büyümesi, insanların hayal gücünü harekete geçirmiş ve insanları bir şeyler yapmaya yönlendirmiştir. Yeni teknolojiler insanların enformasyon endüstrisine yönelmelerine sebep olmuştur. İnsanların internetten etkilenmelerinin en önemli sebebi, internetin büyük servetler kazanmaya imkân sağlamasıdır. Birçok kişi yeni teknolojiden önemli miktarda kazanç sağlamış var olan işini geliştirerek büyütme aşamasına gelmiştir. Elektronik ticaret günümüzde telekomünikasyon ve havacılık endüstrilerinden daha çok para getiren sektör durumuna gelmiştir (Walther 2002: 3).

Modern bilgi teknolojisi devriminin öncü kolu, internettir. İnternet, bilgisayar ağları vasıtası ile coğrafi engeller olmaksızın, diğer bütün bilgisayarlar ile bağlantı kurabilmektedir. İnternet artık dünya çapında yayın gücü olan, mal ve hizmetler için bir ticaret alanı, bireylerin birbirlerini etkilemesinde bir araç ve bilginin yayılımı için bir mekanizma olmuştur. Çalışma ilişkilerinin değiştiği, değişik işlerde farklı çözümler arandığı günümüzde bu tür mekanizmaların daha da önem kazanmasında internet önemli bir yer tutmaktadır (Benli 2008:183).

Elektronik ticaret yani yeni ekonomi, bilgi teknolojilerinin bir çok unsurundan faydalanmaktadır. Fakat en büyük faydayı internet sayesinde elde etmektedir. Bilgisayar ağları, ve internet ticaret şekillerini de toptan değiştirmektedir. Geleneksel ticaret şekli devam etse de, artık evden veya ofisten dışarı çıkmadan alış-veriş yapabilme imkânı ortaya çıkmıştır. Elektronik ticaret yeni bir ticaret şekli olarak yaşamımıza yerleşmektedir (Hamzaçelebi 2003: http://www.tisk.org.tr/diger_sayilar.asp).

İnternet bağlantıları değişik ülkelerde değişik zamanlarda yapılmıştır. Avrupa ülkeleri 1991 yılında Ebone (European Backbone) ağıyla internete bağlanırken, Türkiye ise internete ilk bağlantısını 1993 yılının Nisan ayında

ODTÜ'den TÜBİTAK'ın desteği ile yapmıştır. Türkiye'nin internete ODTÜ ve Ege Üniversitesi olmak üzere ilk zamanlarda iki çıkışı vardı. Daha sonra internetin hızlandırılması ve kullanım sahasının geliştirilebilmesi için Türk Telekom tarafından 1996 tarihinde TURNET(Türk Telekom internet servis sağlayıcısı) kurulmuştur. İnternet kullanımının çok hızlı bir şekilde yaygınlaşması ile birlikte elektronik ticaret de yaygınlaşmaya başlamıştır (Çakır 2002: 2).

Günlük yaşamda internetin etkin bir şekilde kullanımının artması ile birlikte insanların yaşamında da değişiklikler meydana gelmeye başlamıştır. İnternetin getirdiği olanakların artması değişik alanlarda değişik işler ortaya çıkarmış ve yaşamın bir parçası olmuştur. İnternetle beraber işlerin birçoğu sanal dünyaya geçmiştir. 2000'li yıllarda günlük yaşamda yeni kavramlar ortaya çıkmıştır. Yeni kavramların önüne elektronik kelimesi eklenmek suretiyle yeni kelimeler üretilmiştir. Elektronik ticaret, elektronik devlet, elektronik imza, elektronik vergi sözü edilen yeni kavramların birkaçıdır.

Elektronik ticaret, ticari yaşamın ve yeni iş süreçlerinin elektronik ortamda yapılmasına olanak sağlamıştır. Elektronik ticaret gelişme aşamasında olup her geçen gün değişerek yaşam alanımızda yer almaya başlamış ve klasik ticaretin alternatifi olarak görülmeye başlanmıştır.

İnternetin başlangıçta değişik amaçlarla kurulup gelişmiş olmasına rağmen, günümüzde hayatımızın her alanında istediğimiz bilgiye ulaştığımız adeta vücudumuzun bir uzvu haline gelmiştir. Elektronik ticarette de internetin kişilere değişik avantaj sağlaması internetin önemini arttırmıştır.

İnternet başlangıçta, nükleer savaş sonrası toplumun parçalanmış olan yapısını düzeltmek amaçlı bir soğuk savaş kavramı iken bugün, bilgi merkezleri düzeyine ulaşmıştır. 19. yüzyılda demiryolları nasıl makine devrinin başlamasına ve zamanın toplumsal yapısının değişmesine önderlik etmeye başladıysa internet de kitleleri bilgi çağına sokmuş, yaşadığımız dünyayı olduğundan farklı göstermeye başlamıştır. İnternetin yoğun olarak kullanılmaya başlaması işlerin internet temelli ortamlarda kullanılmasına yol açmıştır. 2000'li yıllarda artık internet vasıtası ile günlük yaşamın her türlü işini ve alışverişini oturulan yerde, işte, vb. yerlerde yapılır hale gelmiştir. Başlangıçta güvenlik ve bilgi iletişim amaçlı kullanılan internet, elektronik ticaretin yapılmaya başlanmasıyla farklı bir

boyut kazanmıştır. İnternet sayesinde elektronik ticaret kişilere kazanç kapısı olmaya başlamış, bazılarına iş imkanı bazılarına da eğitim amaçlı olanaklar sunmuştur (Gürcan 1999: 173).

1979 yılında ARPANET'e benzeyen fakat, sadece bilgisayar bilimlerine yönelik olarak kullanılacak Bilgisayar Bilimleri Araştırma Ağı (CSNET-Computer Science Research Network) tesis edilmiştir. 1980 yılında ARPANET ve CSNET bir geçit bilgisayarı (Gateway) vasıtasıyla birbirine bağlanmıştır. İnternete başlangıç olan birbirinden bağımsız ağların meydana gelmesi ile internetin ilk fiziki uygulaması ortaya çıkmıştır. Ayrıca 1982 yılında "internet" ifadesi ilk defa konuşulmaya başlanmıştır. 1983 yılında New York Şehir Üniversitesinde internet'ten ayrı olarak sadece eğitim kurumlarına özel bir internet ağ (BITNET-Because It's Time For Network) adı ile dünyanın en büyük geniş alan ağı (Wan Wide Area Network) kurulmuştur. 1983 yılında Wisconsin Üniversitesi bünyesinde ilk alan adı sunucusu (Domain Name Server) geliştirilmiş ve 1984 yılında tamamlanmıştır. Geliştirilen sistemler sayesinde ağlarda IP numarasına karşılık gelen akılda kalıcı bir isim verilmesi mümkün olmuştur. .gov, .edu, .mil, .int, .com, .org, .net olmak üzere 7 adet üst seviye alan adı oluşturularak kullanıma açılmıştır (Civelek 2003: 10).

İşletmeler mallarını internet aracılığı ile kolaylıkla tedarik etmekte ve iş bağlantıları kurabilmektedirler. İşletmeler tedarik edebildiği malları internette bir site aracılığı ile müşterilere sunmaktadırlar. İşletmeler müşterilerin aldıkları ürünleri güvenli bir şekilde internet vasıtası ile müşterilerine ulaştırmaktadırlar (http://www.tele.com.tr/ blogcomment.asp?bi=2161).

1. 3. Avrupa Birliği'nde Elektronik Ticaret

Avrupa Birliği Komisyonu'nun 1997 yılında hazırladığı raporda, Avrupa Birliği'nin temel hedefinin elektronik ticaretin Avrupa'da hızla gelişmesini sağlamak olduğu vurgulanmıştır. Rapora göre elektronik ticaretle ilgili çalışmalarda birbirini tamamlayıcı nitelikte iki hedef belirtilmiştir. Birinci hedef elektronik ticarete güven oluşturmak. İkinci hedef ise tek pazara tam olarak girmeyi sağlamaktır. Elektronik ticaretin gelişebilmesi için kullanıcıların ve iş çevrelerinin elektronik ortamda yaptıkları işlemlerin değiştirilemeyeceğinden güven içinde olmaları gerekmektedir. Yine yapılan işin engellenemeyeceğinden emin olmaları gerekmektedir. Komisyon elektronik ticarete güvenliği sağlayacak

teknolojilerin Avrupa'da bulunduğunu ve geniş ölçüde kullanıldığını belirtmiştir. Ancak Komisyon, bun1arın kullanımını ve işleyişini özellikle üye ülkeler arasındaki karşılıklı işleyiş ve üye ülkelerin ortak kabulü konusunda yasal ve kurumsal düzenlemelerin henüz yapılmadığını tespit etmiştir (Cox 2002: 21).

1998 yılında başladıkları elektronik Avrupa girişimini 2000 yılında tamamlamıştır. Elektronik Avrupa kavramı kapsamında bilgi toplumunun yapı taşları olan ucuz haberleşmenin sağlanması ve gerekli düzenlemenin yapılması sağlanmıştır. Yine elektronik Avrupa kavramı kapsamında daha ucuz, daha hızlı ve daha güvenli internet hizmetlerinin sunulması, bilgiye dayalı ekonomi için gerekli insan gücünün temini amacıyla eğitim verilmesi karalaştırılmıştır. Özet olarak elektronikleşme açısından Avrupa öncü bir rol oynamıştır. Elektronik Avrupa kavramı, internet kullanımının yaygınlaştırılması tüm servislerin elektronik ortamda verilmesi yani elektronik devlet, elektronik ticaret, elektronik sağlık, elektronik çevre, elektronik vergi vb. şeklinde özetlenebilir (http://www.e-ticaret.gov.tr/eTR_eAVR/calismalar.htm).

Avrupa Birliği, 1980 yılından beri elektronik ticaretin etkin bir şekilde kullanılması için yoğun çalışmalar yürütmekte ve Avrupa düzeyinde bir bilgi ağı sistemi kurmaya çalışmaktadır. 1994 yılında Avrupa Komisyonu resmi bir "Elektronik Ticaret Girişimi" başlatmıştır. 1997 yılında Komisyonun hazırladığı haberleşme dokümanı ile Birliğin temel hedefinin elektronik ticaretin Avrupa'da hızla gelişimini sağlamak ve gerekli desteği vermektir. E-Europe girişimi, Avrupa'nın güvenlik, elektronik bankacılık gibi bazı önemli alanlardaki gücünü artırarak gelişmeyi hızlandırmak amacındadır (http://www.e-ticaretmerkezi.net/eticaretkuruluslari.php).

Avrupa Birliği, birlik içinde oluşturulan dış sınırlara siyasal ve hukuksal sınırlar da ekleyerek içyapıyı korumak istemektedir. Böylesi bir koruma planı uluslar arası alanda rekabet yaparak elektronik ticaret alanında da ticari kâr elde etme beklentisinin bir uzantısıdır (Dedeoğlu 2003: 58).

1. 4. Dünya'da Elektronik Ticaret

Amerika Birleşik Devleti hükümeti elektronik ticaret konusunda çalışma yapmak üzere Elektronik Ticaret Çalışma Grubunu görevlendirmiştir. İlk defa 1995 yılında toplanan grup elektronik ticaretin çerçevesi adlı raporu yayınlamıştır. Ayrıca çalışmada yer almak üzere bazı bakanlar da görevlendirilmiştir. Amerika

Birleşik Devletleri'nin konuya önem vererek elektronik ticaretin önünü açıcı kararlar alması elektronik ticaretin geleceğini önemli ölçüde etkilemiştir (Clinton 2000: 43).

İnterneti etkin kullanmada veya sunduğu imkânlardan faydalanmada, Amerika Birleşik Devletleri diğer devletlere göre öncü bir ülkedir. Durumun önemini kavrayan Hükümet elektronik ticaretin gelişimine katkı sağlamak için değişik çalışmalar yapmıştır (Olcay 2006: 119).

Amerika Birleşik Devletleri elektronik ticaret konusunda en kapsamlı çalışan bir ülkedir. ABD'de doğan internet, Ülkede çok yaygın olarak kullanılmaktadır. ABD, ekonomisinin dünyanın en büyük ekonomisi olmasının, son yıllarda beklentilerin ötesinde bir büyüme gerçekleştirmesinin arkasında yatan temel etken bilgi ve iletişim teknolojilerini her alanda yaygın kullanmasıdır. En fazla sayıda bilgisayar, internet ve yüksek seviyede internet bağlantısı Amerika Birleşik Devletleri'nde bulunmaktadır (Yenigün 2003: http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mklgos.php?nt=458).

Amerika Birleşik Devletleri'nde internetin çok yaygın olarak kullanılması dolaylı yönden de olsa elektronik ticareti etkilemektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nde internetin çok yaygın olması ve internetin etkin bir şekilde kullanılması elektronik ticaretin olumlu olarak gelişmesine katkı sağlamıştır (Dolanbay 2000: 160).

Amerika Birleşik Devletleri elektronik ticarete öncülük eden devletlerin başındadır. Amerika Birleşik Devletleri elektronik ticareti teşvik etmekte ve her zaman desteklemektedir. ABD'de iletişim sektörüne ilişkin belirgin faktörler ve ilkeler aşağıda yer aldığı şekilde sıralanabilir (Yenigün 2003: http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mklgos.php?nt=458). Hükümet tarafından kontrol edilen özel sektör yatırımlarının teşviki. Monopol niteliği taşıyan telefon piyasalarının rekabetine imkân tanınması, iletişimin adil fiyatlarla yapılmasının güvenceye alınması. Sistemin açık girişe dayandırılması ve böylece küresel bilgi altyapısı kullanıcılarının geniş bir bilgi ve hizmet alanına girme imkânının verilmesi. Teknolojik gelişme ile birlikte esnek, rekabetçi, bağımsız bir düzenleme oluşturulmasıdır. Amerikan Hükümeti izlenmesi gereken ilkeleri açıklamıştır. İlkeler: Özel sektör elektronik ticarete öncülük etmelidir. Hükümet elektronik

ticarette sınırlandırmalardan kaçınmalıdır. Hükümetin katılması gereken durumlarda basit bir yasal ortam oluşturmalıdır. Hükümetler, interneti teşvik etmelidir. Elektronik ticaret küresel düzeyde kolay hale gelmelidir. Diğer taraftan ABD'de özel sektör ise, "Elektronik Mesaj Birliği", "Elektronik Ticaret Komitesi" ve "İşletme Entegrasyonu Ağı" kuruluşlarını oluşturmuştur.

Japonya elektronik ticaret ile ilgili olarak çalışmalarını 1995 yılında başlatarak ülkede ve dünyada elektronik ticaretin kullanımına ve gelişmesine önemli katkıları olmuştur. Japonya Uluslararası Ticaret ve Sanayi Bakanlığı (MITI) 1995 yılından itibaren çalışmalara büyük kaynak aktaran ve sürekli gelişmeler için çalışmalar yapan bir ülkedir. Japonya, 1995–1999 arasında toplam 45 projeye 3 Milyar Yen harcamıştır. Japonya'da elektronik ticaret çalışmaları 1996 yılının başında başlamış ve sürekli olarak gelişme göstererek elektronik ticaret alanında değişiklikler yaparak kurumsallaşma sürecine gitmiştir. Japonya 1996 yılında elektronik ticaret alanında ilk kurumsal çalışmasını başlatmış ve Elektronik Ticareti Geliştirme Merkezi (Electronic Commerce Promotion Council Of Japan-ECOM) adında bir kurum oluşturarak elektronik ticarete kurum olarak ilk adımını atmıştır. Kurum bünyesinde elektronik ticareti değişik yönlerden inceleyen ve elektronik ticarete destek sağlayan ondört çalışma gurubu oluşturulmuş ve gruplar arasında önemli koordinasyonlar sağlanmıştır (http://www.e-ticaretmerkezi.net/ eticaretkuruluslari.php).

Japonya'daki ECOM'un oluşumu üyelik sistemine dayanmaktadır. Ayrıca ECOM ücretlidir. Üyelik çeşitli düzeylerde politika geliştirme, rapor hazırlama, ECOM'un çalışmalarından istifade etme veya ECOM'a bazı konularda destek sağlama şeklinde olmaktadır. ECOM, uluslararası iş alma eğilimlerinin ve kişisel bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ile gelişen uluslar arası (firma-tüketici) elektronik ticaret işlemlerinde öncelikli olarak ele alınması gereken konuları aşağıdaki gibi tespit etmiştir: Malın dağıtımı ile ilgili işlemler ve hizmetler. Fikri mülkiyet hakları. Vergilendirme. Uluslararası elektronik ticaret işlemlerindeki standartların sağlanması. Kaynak yeri ve yerleşim yeri tanımının yapılması. İşletmenin yönetimi (http://www.e-ticaretmerkezi.net/ eticaretkuruluslari.php).

Bilgisayar üretiminde ve bilgisayar teknolojilerinde Japonya büyük aşamalar kaydetmiştir. Japonya'nın biyoendüstri ve genetik teknolojisi sektöründe sürpriz gelişmeler yapması beklenmektedir. Japonya'nın Sanayi ve ticaret

Bakanlığı'nın orta vadede gelişmesi ile ilgili tahminlerine göre enformasyon sektörünün %17-18 oranında büyümesi hedeflenmektedir (Sadıklar1998: 100).

Avustralya'da Dünya'da bilgisayar dağılımındaki sıralamada ikinci sırada yer almaktadır. Avustralya'da elektronik ticaret düzenlemeleri, sekiz kamu kuruluşu arasında paylaştırılarak görev dağılımına gidilmiştir. Şu anda yürütülmekte olan ve "Yönetimsel Hizmetler Birimi" tarafından eşgüdümü sağlanan en önemli proje, bütün kamu tedarik hizmetlerinin elektronik ticaret ortamına geçirilmesi ile ilgilidir. Elektronik ticaret sürecinde yapılan işlere destek olarak, Başsavcılık, Hazine ve Maliye Bakanlığı tarafından yürütülen çalışmalar vardır. Avustralya hükümeti, endüstri ile işbirliği halinde ticaret ve taşıma zincirinde elektronik raporlama süreçlerinden sorumlu Tradegate kuruluşunun finansmanını sağlayarak kuruluşa destek olmaktadır. Bu kuruluş, sözleşmeli olarak ihracatçı ve ithalatçı şirketler arasında bağlantı görevini üstlenmiştir. Diğer taraftan da Avustralya gümrüğü arasında elektronik bağlantıları kurarak ticari anlamda öncülük etmektedir (http://www.e-ticaret.gov.tr/raporlar/teknik.htm).

Çin'deki ekonomik gelişmelerin altında yatan sebep piyasa ekonomisine ve ferdi teşebbüse imkan tanınarak hedeflerin arttırılmasıdır. Çin'de yabancı girişimcilere ve özel girişimcilere müsaade edilmektedir. Yeni işyerlerinin açılması ile birlikte üretilen mallar ihraç edilmektedir. İhraç ürünlerinin çok çeşitli olması ülke ekonomisinin canlanmasına neden olmuş ve piyasada her türlü ürünün bulunmasına sebep olmuştur (Sadıklar1998: 109).

Çin'de nüfusun diğer ülkelere göre fazla olması, genç nüfusa sahip olması vb. nedenler değerlendirildiğinde başta Dünya Ticaret Örgütü ve ABD olmak üzere birçok ülkenin gözünü Çin'e çevirmesine yol açmıştır. Çin'de Şangay ve Pekin bilgi teknolojilerinin kullanımında ev sahipliği yapmaktadır. Çin diğer ülkeler gibi teknolojik yatırımlar konusunda daha geri olmasının avantajını yeni ekonominin getirdiği yatırımları doğrudan gerçekleştirerek açığını giderebilecektir (Dolanbay 2000:177). Çin nüfusunun diğer ülkelere göre fazla olması ve genç nüfusun artması elektronik ticaretin gelecekte ülkede çok önemli bir yere sahip olacağı anlamına gelmektedir.

Çin'de işsizliğin ve gelir açığının büyümesinde piyasa reformları önemli rol oynamıştır. Bu iki temel faktör kentsel yoksulluğu beraberinde getirmeye

başlamıştır (Qian2000:113-125). Çin'de yoksulluk bakımından inceleme yapıldığında kentsel yoksulluk önemli bir problem ortaya çıkmaktadır. Özellikle gelir eşitsizliğinin yaşanması ve işsizliğin artması iki önemli problemdir. Ticari anlamda piyasa reformlarının ikili bir yapı göstermesi Çin piyasasına canlılık kazandırmaktadır. Fakat temel ihtiyaçları karşılamaya yönelik olarak tam istihdam anlayışına dayalı eşitlikçi politikalardan vazgeçilmesi piyasa sistemine dönüşümde kaçınılamaz bir sosyal maliyet olarak görülmüştür (Ekin 2000: 185).

Çin'in ihracatı ağırlıklı olarak bilgisayar ve bilgisayarlarla ilgili parçalardır. Büyük ölçüde elektronik parça ithalat etmektedir ve bu da artan oranda diğer Asya ülkelerinden yapılmaktadır. Çin, diğer büyük bilişim teknolojileri üreticilerinden farklı bir strateji olarak, son bilişim teknolojileri ürünlerinin Çin'de montajının yapılması için sözleşmeli üçüncü şahıs imalatçılarına kapısını açarak elektronik anlamda ev sahipliği yapmaya başlamış ve bu alandaki üretimlere destek sağlamıştır. Ayrıca yerli ve yabancı bilişim teknolojileri firmalarına destek vererek hızlı bir gelişme göstermiştir. Çin 2004 yılında bilişim teknolojileri mallarında en büyük ihracatçı olan ABD'yi geçmiştir. 2005 yılında Çin'e yönelen bilişim teknolojileri ile ilgili doğrudan yabancı yatırım hareketleri yaklaşık 21 milyar USD olarak belirlenmiştir. Bilişim teknolojileri ihracatı 2006 başlarında güçlü bir şekilde devam ederek gelişmeler kaydedilmiştir. İhracata yönelik bilişim teknolojileri yatırımları, Çin'de iç pazarın hızla gelişmesinin ardından ülkede büyük miktarlarda yatırımlar yapılmıştır. Bilişim teknolojileri sektöründeki yabancı firmaların yan kuruluşlarının sağladığı personel başına katma değer düzenli bir artış göstererek gelişme kaydedilmiştir. Ayrıca tasarım ve testler ile Ar-Ge gibi teknik olarak daha karmaşık faaliyetler de Çin'de artmaktadır (http://www.oecd.org/dataoecd/ 15/30/37826938.pdf).

Japonya'da elektronik ticaret konusuna oldukça uzun vadeli yaklaşılmaktadır. Geliştirilmeye çalışılan yöntem, politika ve teknolojilerin tümü ile yakın bir gelecekte kağıt paranın yerini elektronik paranın alması hedeflenmektedir. Özel sektör tarafından oluşturulan "Özel Sektörde Elektronik Ticareti Geliştirme Konseyi" elektronik ticarete ilişkin ekonomik ve sosyal altyapıyı hazırlamakta ve gelişmesi için katkı sunmaktadır. Geliştirilecek olan yeni teknoloji sayesinde Japonya diğer ülkelere elektronik ticaret konusunda elektronik

ticaretin önünü açıcı altyapıyı hedeflemektedir (http://www.e-ticaretmerkezi.net/eticaretkuruluslari.php).

İngiliz hükümeti elektronik ticaret konusunda işletmelere gerekli desteği vererek İngiltere'yi Avrupa'nın en önemli ülkesi haline getirmek için birtakım çalışma başlatmıştır. İngiltere yatırımlar konusunda önemli bir atılım içine girmiştir. İngiltere'de satış çalışmalarında elde edilen başarı birçok şirketin elektronik ticaret işine yönelmesine sebep olmuştur. İngiliz hükümetinin elektronik ticaret için işletmelere sunduğu destekler ve elektronik ticaret planları şunlardır (Dolanbay 2000:174):

1. Özel şirketlerin desteklenmesi
2. Kanuni çerçevenin belirlenmesi
3. Kullanıcılardan gelecek taleplere göre çalışmaları yapılması
4. Sağlık hizmetlerinin de elektronik ticarete girmesinin sağlanması
5. İletişim araçlarının yaygınlaştırılması
6. Eğitim kurumlarının ve kütüphanelerin de elektronik ticarete girmesi
7. Güvenliğin gerekli şekilde sağlanması
8. Bilgi işlem merkezlerine gerekli desteğin verilmesi
9. Bağımsız şirketlere elektronik ticaret konusunda destek verilmesi

1. 5. Türkiye'de Elektronik Ticaret

Dünyada enformasyon ve bilgi teknolojileri alanlarındaki gelişmeler Türkiye'de de bazı kurumların oluşturulmasını zorunlu hale getirmiştir. Türkiye'nin elektronik ticaret ile tanışması çok yenidir. Türkiye'nin kurumsallaşma süreci ile birlikte değişik bir çalışma ortamına girerek dünyada kendini ispatlaması gerekmektedir. 1997 yılında Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın koordinatörlüğü, TÜBITAK-Bilten'in sekreterliğinde ilgili kuruluşların katılımıyla elektronik ortamda vergilendirme ve vergi toplama başlığı altında, elektronik ticaretin vergilendirilmesi konusuna uluslararası düzeyde ve mevcut vergileme ilke ve kavramlarına dayanılarak ortak bir çözüm bulunması gerektiği fikrinin genel olarak kabul gördüğü belirtilmiştir. Birleşmiş Milletler, Dünya Ticaret Örgütü ve OECD gibi kuruluşlarda gerekli çalışmaların başlatıldığı,

OECD'nin çalışma gruplarının toplantılarının Maliye Bakanlığınca izlenerek gerekli çalışmaların yapılması benimsenmiştir (Yaltı 2003: 21).

Tablo1:Türkiye'de Elektronik Ticaret İşlemleri

Tarih	İşlem Adedi	İşlem Tutarı (Milyon YTL)
Ekim 2005	4.686.160	539,05
Ekim 2006	5.667.024	756,66
Ekim 2007	8.644.078	1.047,36
Ekim 2008	9.006.861	1.217,05

Kaynak: http://www.bkm.com.tr/istatistik/index.html(Erişim:16.12.2008)

Türkiye'de elektronik ticaret tutarı her yıl artmaktadır. Elektronik ticaret işlem adetlerinde de her yıl artış gözlenmektedir. Elektronik ticaretin işletmeler tarafından daha da yaygın hale getirilmesi ile işlem adetleri artacak ve alışveriş tutarları da belli oranlarda artış gösterecektir.

Türkiye'nin elektronik ticaret konusunda resmi hazırlıkları 16 Şubat 1998 tarihinde yapılmış Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu elektronik ticaret altyapısını geliştirmek için rapor hazırlamıştır. Raporda aşağıdaki maddelerin uygulanmasına karar verilmiştir (İyibozkurt 2000: 87):

1. Standartların belirlenerek protokollerin imzalanması
2. Ticari yazılımların hazırlanması
3. Güvenlik mühendisliği yazılımlarının geliştirilmesi
4. Elektronik noterin belirlenmesi.

Dünyada büyük gelişmeler gösteren ve her alanda kullanılan elektronik ticaret, Türkiye'de ilk kez 1999 yılında uygulanmaya başlanmıştır. Hızlı bir büyüme beklenen, elektronik ticarete ilişkin gelişmeyi izlemek, bankaların sektör içerisindeki yerlerini belirlemelerine yardımcı olmak ve banka müşterilerinin ve diğer kişilerin elektronik ticarete olan taleplerini ölçmek amacıyla bankaların da desteği ile elektronik ticaret raporu hazırlanmıştır. Türkiye'de kredi kartlarının değişik uygulamalara geçişi ile birlikte çeşitli ödüllendirme sistemleri oluşturulmuş ve puan sistemleri zaman içerisinde yaygınlaşması ve yaygın kullanım ağı ile internet üzerinden de kullanılmaya başlanmıştır. Kredi kartlarında uygulanan söz konusu ödül programları tarafından dağıtılan ödüllerin ve puanların ciddi anlamda internet üzerinde alışveriş için kullanıldığı bilgisine varılmıştır. (http://www.elektronikticaretrehberi.com/e-ticaretgenelbilgiler.php# bolum1.1).

Tablo 2: Türkiye'de Kredi kartı Sayısı

Tarih	Kredi kartı Sayısı
Ekim 2005	29.102.451
Ekim 2006	31.473.031
Ekim 2007	35.885.899
Ekim 2008	42.894.233

Kaynak: http://www.bkm.com.tr/istatistik/index.html(Erişim:16.12.2008)

Kredi kartları üzerinden yapılan elektronik ticaret kredi kartı kullanımını da etkilemektedir. Kredi kartlarının sayısı her yıl artış göstermektedir. Özellikle 2008 yılında kredi kartlarının sayısında belirgin bir artış olmuştur. Kredi kartları ile yapılan alışverişlerde taksitlendirmenin fazla olması kredi kartlarının alınmasında etkili olmuştur. Alışverişlerdeki nakit ödemelerde karşılaşılan problemler kredi kartlarını tercih etmede etkili bir sebep olmuştur.

Tablo 3: Türkiye'de Bölgelere Göre İşyeri Sayıları ve İşyerlerinin İşlemleri

Bölge Adı	Genel İşyeri Sayısı	Sanal İşyeri Sayısı	POS (Point Of Sale-Satış Noktası) Bulunan İşyeri Sayısı	Mektup/ Telefonla Sipariş Verilen İşyeri Sayısı	Kredi Kartı Kullanılabilen İşyeri Sayısı
AKDENİZ BÖLGESİ	140.362	1.443	129.156	6.287	140.135
EGE BÖLGESİ	156.938	2.469	141.542	9.635	156.663
GÜNEYDOĞU A.BÖLGESİ	46.900	535	43.268	2.122	46.812
İÇ ANADOLU BÖLGESİ	188.342	3.257	171.474	11.233	188.020
KARADENİZ BÖLGESİ	101.122	1.326	92.051	4.140	100.895
MARMARA BÖLGESİ	380.159	7.811	350.259	26.291	379.617
DOĞU ANADOLU BÖLGESİ	34.026	493	31.143	1.414	33.960
TOPLAM	**1.053.510**	**17.376**	**964.032**	**61.431**	**1.051.756**

Kaynak: http://www.bkm.com.tr/istatistik/index.html (Erişim:16.12.2008)

Türkiye'deki işyerlerinin sayıları ile pos bulunan ve kredi kartı kullanılabilen işyeri sayıları karşılaştırıldığında işyerleri genel olarak pos ve kredi kartı kullanmaktadır. Fakat işyerlerinin sanal işyeri sayıları çok düşüktür. Telefonla sipariş verilen işyeri sayıları da genel işyeri sayısı toplamına göre çok düşük sayıdadır.

2. ELEKTRONİK TİCARETİN ARAÇLARI

Geçtiğimiz yıllarda elektronik ticaret yapılabilecek ortamlar ve araçlar çok kısıtlı iken artık günümüzde de elektronik ticaret yapılabilecek araç sayısı artmıştır. İnternet ile ortaya çok sayıda yeni fırsatlar çıkmaktadır. Elektronik ticaret için internetin önemi ve rolü çok büyüktür. Elektronik ticaretin araçlarının

başında internet olmak üzere telefon, faks, televizyon, elektronik veri değişimi-EDI (Electronic Data İnterchange), cep telefonu yer almaktadır.

2. 1. İnternet

Elektronik ticarette ilk araç internettir. İnternet, birden fazla haberleşme ağının ve birden çok kişinin birlikte meydana getirdikleri bir iletişim ortamıdır. İletişim ağları, bilgisayarlar ile oluşturulmaktadır. Başka bir ifadeyle internet, bilgisayarlar arasında kurulmuş bir haberleşme ve iş görme ağıdır. Temel amaç iletişim ve diğer işler olduğu için, ağı oluşturan bilgisayarlar arasında "ortak bir dil" kullanılmaktadır. Elektronik ticaret yapan kişiler internet sayesinde birbirleri ile haberleşip alınacak ürünler hakkında bilgi alışverişinde bulundukları için internetin elektronik ticarete katkısı diğer iletişim araçlarına göre çok büyüktür. Bireyler bilgisayarlar aracılığıyla birbirleriyle iletişim kurmakta ve bilgi alış verişi ile birlikte birçok işlem yapmaktadırlar (Canpolat 1999: 9).

Tablo 4: Türkiye'de İnternetten En Çok Satılan Ürünler (28ocak-10mart 2008)

	ÜRÜNLER	**%**
1	Elektronik Eşya/ Bilgisayar	41
2	Giyim ve Aksesuar	38
3	Havayolları/ Seyahat Acenteleri	26
4	Yemek Siparişi	22
5	Sağlık ürünleri/ Kozmetik	15
6	Market/Gıda Alışverişi	13
7	Konaklama	8
8	Sigortacılık	5

Kaynak:http://www.bkm.com.tr/basin/kartmonitor300508.zip(Erişim:15.12.2008)

Türkiye'de internet aracılığı ile en fazla elektronik eşya, telefon ve elektrikli ev aletleri satılmaktadır. İkinci olarak giyim ve aksesuarlar satılmaktadır. Üçüncü olarak yolcu biletleri satılmaktadır. Dördüncü olarak yemekler için sipariş verilmektedir. Yemek siparişi her geçen gün artmaktadır. Daha sonra sırası ile sağlık ürünleri, gıda alışverişi, konaklama ve sigortacılık hizmetleri internet aracılığı ile görülmektedir.

İşyerleri için çeşitli başka küresel iletişim yöntemleri mevcuttur, fakat sayısal ağlı iletişimlerin eşi olmayan avantajları değerlendirilmeye değerdir. Gerçekten küresel bir ağ olduğu için, internet bir iş yerine yeryüzündeki insanlar ve kuruluşlarla hızlı iletişim olanağı sağlar, iş yerinin görülebilirliğini arttırır. Amerikalılar ve Kanadalılar için, İngilizcenin internet'in ortak dili haline gelmiş olması temaslar kurma ve dünya çapında kaynakları ve pazarları izlemede büyük

avantaj sağlamaktadır. İnternet üzerinde olmak bir şirketin gerçek bir dünya pazarına sahip olmasına olanak vermektedir. Ucuz erişim nedeniyle, internet küçük, kırsal endüstrileri bile bağlamaktadır (Barron 1998: 657).

Şirket devleri çok fazla işlem yapsalar dahi, küresel ağ küçük, kenarda köşede kalmış iş yerlerini de temas içinde tutmaktadır. Montana'da bir çiftlikten kendi hisse senetlerinizin satılışı ve başka firmaların hisse senetlerinin alımı yapılmaktadır. Rockies eteklerinde bir kişilik yazılım şirketleri ortaya çıkabilmektedir. İyi iletişim daha fazla küresel yönetim kontrolüne olanak vermektedir. Şirketler değişkenler üzerinde daha fazla kontrol uygulama çabası içinde bayiler, şubeler ve yan kuruluşlarıyla temas içinde olabilirler. Şirketler internet üzerinde standartlar kurabilir, standartlar üzerinde görüşmeler yapabilir ve standartları koruyabilir. Ayrıca, iş yerleri çalışanları kendi birimleri, bölümleri veya bölgesel ofisleri dışında bile iş hakkındaki tartışmalara internetten katılarak morallerini arttırmaları mümkün olabilmektedir (Barron 1998: 657).

Yazılımlar, görsel ve sesli dijital ürünler, elektronik/dijital metinler, geleneksel hizmetler ve çevrimiçi hizmetler, elektronik ticarete internette konu olan mamullerinin öncüleridir. Mamullerin satıştan, teslimata ve hatta tüketimine kadar geçen sürecin tamamı internet kanalıyla gerçekleşmektedir. Ancak internetle satılan ürünler bununla da sınırlı değildir. İnternette teslimatı veya tüketimi olmayan mamuller de adı geçen gruba dâhil edilebilir. İnternet üzerinden her türlü mamulün elektronik ticaret vasıtası ile satılması mümkündür (Haşıloğlu 2007: 43).

Tablo 5: İnternet Bankacılığında Finansal İşlemler.

	Eylül 2006		**Eylül 2007**		**Eylül 2008**	
	İşlem Adedi (Bin)	**İşlem Hacmi (Milyon YTL)**	**İşlem Adedi (Bin)**	**İşlem hacmi (Milyon YTL)**	**İşlem Adedi (Bin)**	**İşlem Hacmi (Milyon YTL)**
Para transferleri	24.466	97.260	28.624	117.042	31.114	127.408
Ödemeler	9.441	1.886	13.754	2.911	18.828	4.720
Kredi kartı işlemleri	4.135	2.514	4.994	3.301	6.143	4.421
Diğer finansal işlemler	857	6.079	1.087	8.345	1.619	14.406
Toplam	**38.898**	**107.739**	**48.460**	**131.599**	**57.705**	**150.954**

Kaynak:http://www.tbb.org.tr/net/donemsel/default.aspx?dil=TR(Erişim:17.06.2008)

Türkiye'de internetten yapılan işlemlerde her yıl artış gözlenmektedir. Yıllara göre işlem hacimlerinde ve işlem adetlerinde belirli oranlarda artış vardır.

Artışlarda internetin yaygınlaşması ile internetten yapılan işlerde de belli oranlarda artış sağlanmıştır.

İnternet başlangıçta sadece bilgisayar bilimleri ve bilgisayar mühendisliği alanında kullanılma amacı güdülerek kullanıma sunulmuştur. Fakat günümüzde internet ticari faaliyetlerde kullanımı giderek artan bir araç halini almaya başlamıştır (Işıklı 2001: 5).

Türkiye Bankalar Birliğinin 2007 yılı raporunda Kayıtlı ve aktif müşteri sayısı Eylül 2007 itibariyle, internet bankacılığı yapmak üzere sistemde kayıtlı olan ve en az bir kez sisteme giriş yapmış toplam bireysel müşteri sayısı 8.558.033'tür. Son bir yıl içerisinde sisteme giriş yapan toplam bireysel müşteri sayısı ise 5.426.713'tür. Temmuz-Eylül 2007 döneminde 3.551.347 bireysel müşteri tarafından en az bir kez internet bankacılığı işlemi yapılmıştır. Miktar, toplam kayıtlı bireysel müşteri sayısının yüzde 41'ini oluşturmaktadır. Temmuz-Eylül 2007 döneminde, aktif bireysel müşteri sayısında bir önceki yılın aynı dönemine göre 864.650 adet, bir önceki üç aylık döneme göre ise 395.068 adet artış olmuştur (http://www.tbb.org.tr/net/donemsel /default.aspx?dil=TR).

İnternet 2000'li yıllarda eğlence için bir araç olmaktan öte ticari anlamda ihtiyaçları karşılayan bir araç olmuştur. İnternet ile dünya çapında alışverişten her türlü ihtiyaca kadar bir çok konuda etkin bir şekilde kullanım söz konusu olmaya başlamıştır. Yemek siparişi verirken mobilya alırken de interneti tercih etmek daha ekonomik olmaktadır. İş aramak için de işe almak için de internet cazip hale gelmeye başlamıştır. İnternet üzerinden iş arayanların sayısı günden güne artmaktadır. İnternetin iş görme eğilimi bu kadar artınca Türkiye'nin en büyük insan kaynakları siteleri de değişik alternatifler sunarak hem elektronik ticaret anlamında hem de istihdam anlamında insanlara yardımcı olmak için çalışmalar başlatmışlardır (Emanet 2007: 99).

Temmuz-Eylül 2007 dönemi itibariyle, internet bankacılığı hizmeti kullanılarak yapılan yatırım işlemleri dışındaki finansal işlemlerin toplam adedi 48.460 bin, tutarı ise 131.599 milyon YTL olmuştur. EFT (Elektronik Fon Transferi), havale ve döviz transferi işlemlerini kapsayan para transferleri işlemleri yatırım işlemleri dışındaki finansal işlem hacminin yüzde 89'unu oluşturmuştur. İnternet bankacılığı hizmeti kullanılarak yapılan yatırım işlemleri

dışındaki finansal işlemlerin toplam işlem adedi ve hacminde bir önceki yılın aynı dönemine göre ve bir önceki üç aylık dönemine göre artış olmuştur (http://www.tbb.org.tr/net/donemsel/default.aspx?dil=TR).

Tablo:6 Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı(%)

	Bankacılık Ve Finansal Hizmetler	**Piyasayı Takip Etmek Amacı İle**	**Eğitim Ve Öğretim İçin**	**İnternetten Sipariş Verme**	**İnternetten sipariş alma**
2007	77.5	75.9	32.6	15.4	9.4
2008	77.6	77	33.4	-	-

Kaynak: httpwww.bilgitoplumu.gov.trduyuru2008_Hanehalki Anketi.pdf (Erişim:05.12.2008)

İnternet kullanımında değişik amaçlar vardır. Tabloya göre interneti ticari amaçlarla kullananların sayısı fazladır. Ayrıca piyasayı takip amacı ile, eğitimden yararlanmak için, internetten sipariş alıp siparişleri değerlendirmek amacıyla ve internetten sipariş verip ürünlerle ilgili bilgilere daha kolay ulaşmak için kullanan girişimler mevcuttur.

Günümüze kadar hiçbir endüstri çok kısa bir sürede büyümemiştir. Fakat internet kısa zamanda büyüme göstermiştir. İnternet, gelişmesinin ilk 10 yılında uzmanlar arası araştırma ağı olarak kullanılmıştır. Günümüzde kullanıcı sayıları açısından ve kullanım alanları bakımından en hızlı yayılan teknolojik yenilik olma özelliğini taşıyan internet ticari anlamda alışveriş için büyük öneme sahip olmuş bir araçtır. Örneğin; radyonun yayılması 38 yıl almıştır. Televizyonun yayılması 13 yıl sürmüştür. Telefon sisteminin yaygınlaşması ise 74 yıl gibi uzun dönemde gerçekleşmiştir. İnternet 4 yılda 50 milyon kullanıcı sayısına ulaşmıştır. Dolayısıyla teknolojinin günümüzdeki en somut görünümü olan internet; toplumu ve ticareti yönlendirmiştir. Ayrıca internet toplumu yeniden şekillendirerek topluma yeni bir ivme kazandırmıştır (Kocabaş 2000: www.yeniekonomi.com/ images /kitap.4.doc).

İnternet insanların bulundukları yerden kalkmadan Dünyanın herhangi bir yerindeki ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel gelişmeleri öğrenmesine olanak sağlamaktadır. İnsanlar internet sayesinde alışverişlerini yapmakta, eğitimlerini arttırmakta ve daha birçok faaliyetini internetten yürüterek işlerini görmektedir (Sınar 2001: 151).

2. 2. Telefon

Yakın zamanlara kadar telefon konuşmaları sadece iki şahısla sınırlı bulunmaktaydı. Fakat günümüzde "telefon konferansı ve hatta görüntülü konferans" kullanılır hale gelmiştir. Aslında yüksek kaliteli görüntülü konferanslar başka yatırımları da gerektirmektedir. Görüntülü telefon ve konferanslar halen sınırlı bir gelişme göstermektedir (Ekin 1998: 84).

Telefonun çok sayıda özelliği, ticari işlemlerde telefonu en yaygın kullanılan araç haline getirmiştir. Dünya çapında yaklaşık bir milyar hatlık bir alana yayılmıştır. Hizmetlerin önemli bir kısmı telefonla dağıtılmakta ve bedeli telefon faturasıyla ödenmektedir. Telefonla ürün siparişi verilmekte ve teyit aracı olarak kullanılmaktadır. Örneğin siparişi telefonla alıp ödemeyi kredi kartıyla yapmak, birçok ticari işlerde yaygın olarak uygulanmaktadır (Canpolat 1999: 7). Telefon maliyetlerinin diğer araçlara göre fazla olması elektronik ticaretin başlangıcında çok yoğun olarak kullanılan telefonun günümüzde tercih edilmemesine neden olmaktadır.

Birçok organizasyon, artık haberleşmelerini çok daha kolaylaştırmış ve maliyet etkinliğinin artmasını sağlamıştır. Hatta artık anında pazarlama çağının başladığı ifade edilmektedir. Telefonla alım-satım işlemleri yaygınlaşmıştır. Bir bankayı ele alırsak, müşterilerine bir hizmet sunmak istediğinde, o hizmetin hedef kitlesi çok rahat bir şekilde kayıtlardan bulunabilmektedir (Wilson 1993: 26).

2. 3. Faks

Faksın en önemli kaynağı geleneksel mektup hizmetinin yerini alarak çok hızlı doküman transferini gerçekleştirmesidir. Faks niteliğiyle teleksin yerini alarak ticari işlemlerde önemli bir kolaylık sağlamıştır. Birçok ticari fonksiyonun örneğin reklâmcılık, satın alma, ödeme gibi fonksiyonların faks tarafından yürütülmesi mümkün olsa da, araç sesli iletişim ve karmaşık işlemlerde yetersiz kalmaktadır. Örneğin, faks fotoğraflarının kalitesi oldukça düşüktür. İnteraktif iletişim faksla mümkün olamamakta işlemlerdeki karmaşanın açıklığa kavuşması açısından ilave bir faks ve telefon konuşması gerektirmektedir (Ekin 1998: 85).

Ticari işlemlerde geleneksel mektup hizmetlerinin yerini alan faks aracılığı ile çok hızlı bir iletişim sağlanmakta ve doküman transferi gerçekleştirilmektedir. Faks interaktif olmasına rağmen, gönderilen dokümanın görüntü kalitesi iyi olmadığı gibi, diğer elektronik ticaret araçlarına göre daha pahalıdır. Pahalı bir iş

aracı olmasına rağmen faks iş hayatında ticari iletişim açısından önemli bir araç haline gelmiştir (Canpolat 1999: 8).

2. 4. Televizyon

Televizyonlar, elektronik ticaretin, reklâm ve davetini yapmaktadır. Fakat televizyon tek yönlü iletişim biçimidir (Ekin 1998: 85). Televizyon ile iletişim tek yönlü olduğu için, telefon televizyondan daha çok tercih sebebi olmaktadır.

Elektronik ticaret açısından televizyonlarda ortaya çıkan en önemli sınırlama, kuşkusuz çok yönlü işlemlerin yürütülmesi zorluğudur. Buna rağmen televizyonlarda reklâm ve icaba davet (sözleşme yapmaya-satın almaya) yoluyla tek yönlü iletişim kurularak evde alışveriş giderek artmaktadır (Canpolat 1999: 8).

2. 5. Elektronik Veri Değişimi

Elektronik veri değişimi (Elektronic Data Interchange- EDI), ticaret yapan iki kuruluş arasında, insan faktörü olmaksızın bilgisayar ağları aracılığı ile yapılanmış bilgi ve belge değişimini sağlayan bir sistem olarak elektronik ticaretin en önemli uygulama araçlarından biridir. EDI, kamu ve özel sektör kuruluşlarının etkin biçimde iletişim ihtiyacından doğmuştur. EDI ile iki işletme veya işletme ile kamu kuruluşu önceden belirlenmiş bir mesaj formatı, formata yerleştirilecek veri ve veriyi anlamlı bir dile çeviren bir sözdizimi ile bilgisayarlar arasında bilgi değişimi yapılmaktadır. Mesajlar veya işlem setleri, bir dizi standart iş dokümanı ile ilgilidir. EDI kullanımı, özel bir telekomünikasyon alt yapısı ve standart formlar gerektirmektedir. Sadece kullanıcılara açık olduğu için çok güvenli bir sistemdir. Ancak maliyetinin yüksek olması nedeniyle yaygınlaşamamıştır. Elektronik posta yapılanmamış dokümanların iletilmesinde kullanılırken, EDI yapılanmış mesaj değişimini sağlamaktadır. Böylece standart bilgilerin diğer bilgisayar sistemlerine kolayca aktarılması olanaklı olmaktadır (Canpolat 1999: 9).

Elektronik ticaret, hem kısa vadeli bir taktik hem de uzun vadeli bir strateji olarak görülebilecek bir gelişmedir. EDI, elektronik ticaretin temeli olarak değerlendirilmektedir. Bir kuruluşun EDI uygulamasından sağlayacağı yararlar arasında: İşlem hızlarının artması, daha düşük maliyetler, tüm belgelerde hata oranlarının azalması, üretkenliğin artması, personelin daha üretken etkinliklere aktarılabilmesi, satışlarda net sipariş imkânı, stok düzeylerinde azalma, stok devir hızının artması, daha gerçekçi faturalama, nakit akışının iyileşmesi, karlılık artışı, daha iyi iş ilişkileri, daha fazla müşteri tatmini sayılabilir (Öğüt 2003: 51).

Günümüzde birçok ülke yönetimi ve özellikle büyük şirketler düzenli haberleşmelerinde kâğıda dayalı belge değişimine önemli bir alternatif olan elektronik veri değişimini yaygın olarak kullanmaktadır. EDI, formatlanmış bilginin, bilgisayar aracılığı ile bilgi alışverişinin hızlı ve kolay bir şekilde yapılmasını sağlamaktadır. EDI kullanımı ile belgelerde hata yapma ve tekrar oranı düşmekte, bilgilerin sürekli güncel tutulması sağlanmakta ve işlem yapma süresi kısılmaktadır. Böyle yollarla kamuda ve özel sektörde yönetim sektöründe ve maliyetlerde azalma sağlanabilmektedir. Tasarruf açısından çok önemli olan EDI firmalar için değişik bir alternatiftir. Örneğin General Motors, posta ve materyal yerine EDI kullanarak yılda 3.36 milyon ABD doları tasarruf sağlamaktadır. ABD Gümrükleri ise elektronik gümrük bildirisi kullanımı ile belgelerdeki hata yapma oranını yüzde l7'den yüzde 1,7'ye düşürmüştür (Öğüt 2003: 51).

2. 6. Cep Telefonu

Günlük yaşamımızda cep telefonu sadece iletişim için kullandığımız bir araç olmaktan çıkmış birden çok işimizde gündelik ihtiyaçlarımızı karşılayan çok yönlü bir araç haline gelmiştir. Cep telefonu, faturalarımızı yatırdığımız, ürün satıp ürün alabildiğimiz, internete girdiğimiz ve birçok alışveriş yapabildiğimiz iletişim aracı olmuştur.

2007 yılında cep telefonundan havale yapmayı sağlayan CepBank kullananların sayısının 200 bine, Cep Şubesi'ni kullananların ise 60 bine ulaştığını bildirilmiştir. Garanti Bankası Genel Müdür Yardımcısı Fuat Erbil; cep telefonuyla alışveriş imkanı sağlayan "CepBank Alışveriş"le de Türkiye'deki elektronik ticarette yüzde 10-20'lik artış sağlanabileceğini belirtmektedir. Erbil, ABD'de elektronik ticaretin 2007 yılının 9 ayında 100 milyar dolar hacme ulaştığını belirterek, üç yılda bir hızının 2'ye katlanarak büyüdüğünü kaydetmiştir. ABD'de, alışverişte mobil ödemenin 2015 yılında 30-40 milyar dolar büyüklüğe ulaşacağına işaret eden Erbil, Türkiye'deki elektronik ticaretin 2007 yılı sonunda 7 milyar YTL'ye ulaşacağını söylemiştir. Elektronik ticarette yüzde 10-20'lik bir artış sağlanacağını ifade ederek, cep telefonu internetin bile önüne geçmeye başlayan özelliklere sahip olduğunu bildirmiştir (http://www.memurlar .net/haber/97046/).

3. ELEKTRONİK TİCARET PİYASASI

Elektronik ticarette basit bir internet sayfası yaparak kendinizi ve ürününüzü dünyaya çok çabuk bir şekilde ve etkili reklâmlarla tanıtmak mümkündür. Elektronik ticarette sınır ötesi müşterilere sahip olmak çok kolaydır. Küresel olarak hedef kitleye her zaman ulaşabilmektedir. Pazarlama maliyetleri genel itibariyle düşük olmaktadır. Geleneksel yöntemlerle karşılaştırıldığında maliyet kat kat düşüktür. Pazar araştırması yapıp birinci ve ikinci dereceden hedef kitlelere rahatlıkla ulaşabilmektedir. Kataloglara sınırsız ürün ve reklâm koyulabilmektedir. İstenildiği zaman değişiklikler yapılabilmektedir. Baskı ile gerçekleştirilecek işler zor olmaktadır. Ofset baskıda yapılacak küçük değişikliklerin maliyeti yüksek olmaktadır. Aynı zamanda ofset baskıda internetteki gibi müşterilerinize hemen ulaştırılamamaktadır. Mağazanızdaki ürünlerinizi internetin sunmuş olduğu imkânlarla tanıtarak müşterilerin mağazalara kolay bir şekilde çekilmesi mümkündür. Kısa bir sürede hazırlanan internet sayfası ile çok sayıda müşteri çekip büyük atılımlar yaparak gelecekte kişilere yeni kapılar açma imkânını sağlanabilmektedir (Öncü 2004: 14).

Küreselliğin hızla arttığı ve iletişim yöntemlerinin hızla yayıldığı çağımız şartlarında iletişimlerin avantajlarını en iyi bir şekilde değerlendirmek gereklidir. Küresel bir ağ yapısında olan internet, kuruluşların bakış açılarını her geçen gün genişleterek, insanlarla hızlı iletişim olanağı sağlayabilmektedir. Enformasyon toplumlarında internet üzerinde faaliyetler gösteren bir firmanın dünya pazarındaki payı, internet pazarına giremeyen firmalara göre daha büyüktür. Küresel yapıda elektronik ticareti işletmelere ek gelir imkânı sağlayabilmektedir (Haşıloğlu 1999: 95).

Dış pazarlar ile ilgili olarak küresel imkânları göz ardı etmek sadece iç pazarla yetinmek doğru bir ticari anlayış değildir. Elektronik ticaretin dış pazarlara girebilmesi için yabancı işletmelerle ortaklaşa yapacakları iş ortaklığı veya dışa açılım çok önemlidir. Ayrıca iç pazara girmeye çalışan yabancı işletmeleri göz önünde tutarak işleri planlamak da önemli bir girişimdir. Dış pazarlara girmeye çalışırken başarılı olmanın önemli yolları vardır. Yabancı işletmelerle ortak girişim ve stratejik işbirliği yaparak geleceğe dönük işler planlayıp elektronik ticareti geniş işlere yaymak işletmeler için önemli gelir kaynağı olacaktır. Pazarlar hakkında hızlı ve çok miktarda bilgi toplanması ile işletmeler sınır ötesi ticaret

yapabilirler. İnternet reklâmları v.b. pazarlama araçlarının etkili kullanımı sayesinde işletmeler dünyanın her tarafında geniş kitlelere ulaşarak geniş müşteri yelpazesi tutabilmek mümkündür. Ayrıca dış pazarlara hizmet vererek bulunduğu ülkenin reklâmını yapmak da mümkündür (Mucuk 2001:15).

Elektronik ticaret yoluyla ürünler iki şekilde ulaştırılmaktadır. İlk olarak ürünler geleneksel olarak dijital ortamda iletilir. Bu ürünler medya ürünleridir. Film, video, çeşitli kaydedilmiş bilgi, CD çeşitli ürünlerdir. İkinci olarak büyük çaptaki çeşitli servisler ya da finansal müşteri bazlı yazılımlar elektronik ticaret ortaklıklarıyla gerçekleşmektedir (Matto 2000: 5).

3. 1. Elektronik Ticaret ile Geleneksel Ticaretin Karşılaştırılması

Elektronik ticaretin geleneksel ticarete göre belirgin farkları daha çok iletişim işyeri masrafları, personel giderleri ve onaylama işlemlerinde ortaya çıkmaktadır. Bilgilerin aktarımının sağlanması için klasik yöntemde bir çok yol vardır. Ancak bunların hepsi elektronik posta ve diğer bilgi aktarım alanlarından daha hızlı değildir.

Elektronik ticaretin geleneksel ticaretten farklı değildir. Fakat elektronik ticarette işler geleneksel ticarete göre hızlı yapılmaktadır. Bu alışveriş zarfında müşteriler oturduğu yerden kalkmadan uçak biletinden, mobilyaya, yiyecekten arabaya kadar alabileceği her şeyi elektronik ortam üzerinden alabilmektedir (http://www.tele.com.tr/blogcomment.asp?bi=2161).

Geleneksel ticarette iletişim yüz yüze iken elektronik ticarette iletişim internet vasıtası ve diğer araçlarla yapılmaktadır. İnternet karşı tarafa çok sayıda bilgi ve seçenek vermektedir. İnternet fırsatları sürekli test edip mükemmel ve güncel müşteri hizmeti sağlamıştır. İnternetin elektronik ticaret safhasında iletişim aracı olarak kullanılması çok etkili bir ticaret şeklidir. Ayrıca internetten elektronik postayla yardım alınması iletişimin değişik bir yönüdür. İnternet kişilerle iyi bir iletişim kurulmasına yardım etmektedir (Geller 2002: 287).

Örneğin, geleneksel ticaret uygulamaları ile hareket eden bir firmanın, satış sonrası hizmet sunabilmesi için personel ve çağrı merkezi kurulum maliyetleri bulunmaktadır. Böyle uygulamalar maliyetleri arttırıcı uygulamalardandır. Elektronik ticaret uygulamalarına geçen firmalar, müşterileri sanal ortama çekerek burada hazırlanmış olan satış sonrası destek paketleri ile daha iyi bir şekilde

tatmin edebilmekte ve maliyetlerini de aşağıya çekme imkânına sahip olmaktadırlar (Civelek 2003: 121).

Tablo 7: Geleneksel Ticaret- Elektronik Ticaret Karşılaştırılması.

İşin Konusu	**Geleneksel Ticaret**	**Elektronik Ticaret**
Bilgi Edinme Yöntemleri	Görüşmeler, dergiler, kataloglar, reklâmlar	İnternet sayfaları
Talep Belirtme Yöntemi	Yazılı form	Elektronik posta
Talep Onayı	Yazılı form	Elektronik posta
Fiyat Araştırması	Kataloglar, görüşmeler	İnternet sayfaları
Sipariş Verme	Yazılı form, faks	Elektronik posta, EDI
Teslimat Onayı	Yazılı form	Elektronik Posta, EDI
Ödeme Programı	Yazılı form	Online Veritabanı, EDI
Ödeme	Banka Havalesi, Posta, Tahsildar	İnternet bankacılığı, EDI, EFT

Kaynak:http://www.elektronikticaretrehberi.com/e-ticaretgenelbilgiler.php#bolum1.1 (Erişim:23.11.2008)

Tablodan da anlaşılacağı gibi geleneksel ticarette bütün işler yüzyüze ve kağıt üzerinden yürütülürken elektronik ticarette işlerin çoğu internet üzerinden yapılmaktadır. Elektronik ticaret, işlerin daha çabuk yapılmasına olanak sağlamaktadır. Örneğin geleneksel ticarette görüşmeler yüzyüze yapılırken elektronik ticarette görüşmeler internet üzerinden yapılmaktadır. Geleneksel ticarette ürün isteme, fatura kesme, ödeme vb. işler kağıt üzerinde olurken elektronik ticarette hepsi telekomünikasyon ağları üzerinden yapılmaktadır.

3. 2. Elektronik Ticaret Piyasaları

Elektronik ticaret kapsamına işgücü sanal ortama taşınabilmektedir. Elektronik işgücü piyasası, iş arama faaliyetlerinin ve istihdam hizmetlerinin internete dayalı olarak yapılmasını ifade etmektedir. İnternet üzerinden yürütülen her türlü hizmet elektronik işgücü piyasasının alanına girmektedir (Özgüler 2007: 90).

Para elektronik ortamda adeta ışık hızı ile yer değiştirmektedir. Paranın uluslararası düzeyde dolaşarak günün yirmi dört saati internete bağlı bilgisayar şebekesinde işlev görmesi, paranın elektronik ortamda öneminin artmasına sebep

olmuştur. Kuşku yok ki bu durum firmaların kazancını ve iş hacmini arttırmıştır. (Başoğlu 2001:49).

Elektronik ticaretin hızla yayılması ile birlikte piyasalarda genişleme meydana gelmiştir. Artık küçük bir firmanın ürünlerini uluslar arası piyasalarda satış yapması mümkün hale gelecek düzeye ulaşmıştır. Gelişmiş olan piyasalara örnek olarak Londra altın borsası gösterilebilir (Dinler 2005: 215).

Elektronik ticaretin bilişim teknolojileri konusunda bilim, teknoloji ve yönetim alanlarında ortaya çıkardığı değişiklikler ile ekonominin genelinde verim arttırıcı etkisinin olduğu gözlenmektedir. Bu süreçte önemli olan, ilgili olan teknolojilerin ve ürünlerinin alıcısı olmak değil, mümkün olduğu ölçüde üretici olarak işlemler yapabilmektir (Özgüler 2003: 80).

Elektronik ticaretin değişik aşamalarında bilgi işçilerinden söz edilmektedir. Bilgi işçileri özellikle yeni bilgi hizmeti sunarlar ve iş sektörlerinde tercih edilen elemandırlar. Bilgi sektörü, ekonominin diğer sektörlerinden daha verimli bir sektör yapısına sahiptir. Yüksek verimli işgücünden ve yapısı gereği bilinçli çalışanlardan dolayı verimliliğe sahiptir. Bilgiye olan talep arttıkça, bilgi işçilerinin verimliliği artar aynı zamanda bilgi işçilerinin arzı da artar. Geleceğin işgücü piyasası günümüzün bir yansıması olarak görülmektedir. İnternet ve bilgisayar ile ilgili olarak, bilginin kullanılması noktasında yeni bir kavram ortaya çıkmış ve bilgi işçileri elektronik ticaret süreci dâhil her alanda aranılan kişiler olmuştur (Özgüler 2003: 146).

Elektronik ticaretin gelişmesinde borsa aracıları da önemli bir yere sahiptir. Piyasanın yakından takip edilmesi ile ilgili olarak internet ve borsanın da elektronik ticaretin daha geniş alana yayılmasında etkisi göz ardı edilemez bir gerçektir (Şanlı 2005:213).

4. ELEKTRONİK TİCARETTE TÜKETİCİ İLİŞKİLERİ

Şirketlerin müşterilerini memnun etmek için elinden gelen gayreti fazlası ile göstermesi müşteri memnuniyeti için çok önemlidir. Müşteri memnuniyeti açısından elektronik ticaret çok iyi ve etkili ticaret şeklidir. Çünkü elektronik ticarette hiçbir zorlama olmaksızın ve ürünlerin en ince detayına varana kadar incelenmesi ile alınması değişik elektronik ticaret sistemlerinin en iyi örneğidir.

4. 1. Müşteri Memnuniyeti

Müşterilerin satıcılara alacağı ürünü söylemesi ile birlikte o ürünü tanıtıcı bir çok reklâmın alıcıya ulaştırılması çok iyi sistemdir. Sistem içerisinde genelde memnun bir tüketici ile karşılaşılmaktadır.

Elektronik iş ortamında ve diğer iş ortamlarında yeni bir iş yapmak çok önemli bir fikir olarak değerlendirilebilmektedir. Yeni bir iş yapmak da müşteri memnuniyeti açısından önem arz etmektedir. Elektronik ticaret ortamında insanların ihtiyaç duyabileceği bir ürünü, bir hizmeti pazarlayıp satabilmek uygulamaların genişlemesi ve geniş müşteri potansiyeline ulaşma açısından iyi bir gelecek hazırlayabilir (Kırçova 2007: 13).

4. 2. Müşteriyi Bilgilendirme

İşletmelerin herhangi bir ürüne ilgi duyanları ürünü almadan önce elektronik posta aracılığı ile tüketicileri bilgilendirmesi ürüne yönlendirme için güzel bir uygulamadır. Ürünün, alınmadan önce, alınması esnasında ve alındıktan sonra kullanımı ile ilgili olarak müşteriye bilgilendirme yapılması sistemin gelecekte daha da iyi konuma gelmesini sağlayacaktır. Ürün veya bir hizmet satın alındıktan sonra kişiye kredi kartınızdan harcama yapıldı diye mesaj gönderen bankalar mevcuttur. Müşteriye bilgi verilerek yapılan uygulamada elektronik ticaretin ne kadar güvenli olduğu ortaya konulmaktadır.

4. 3. Müşterilerle İletişim

Günümüzde iletişim maliyetlerinin yüksek olması müşterilerle şirketlerin daha az iletişim kurmalarına ve iletişimde problemler yaşanmasına neden olabilmektedir. Elektronik ticaretin internet vasıtası ile yapılmasından dolayı haberleşme elektronik postayla yapılmakta ve müşteriye istediği bilgi anında ve detaylı bir şekilde ulaşmaktadır.

Elektronik ticarette iletişim masraflarının en az düzeyde olması hem işletme lehine hem de tüketici lehine gelişen bir durumdur. Geleneksel ticarette muhatap bulmakta zorlanırken elektronik ticarette anında muhatap bulunup online görüşmeler sayesinde ürün problemleri çok kısa sürede çözüme kavuşmaktadır.

4. 4. Elektronik Ticaretin Tüketicilere Faydaları

Dünya ekonomisindeki kriz ve sarsıntılar hem tüketicileri, hem de işletmeleri zor duruma düşürerek değişik alışveriş imkanlarına zorlamaktadır.

Diğer taraftan hızlı iletişim ve telekomünikasyon teknolojisindeki gelişmelerin de etkisiyle insanların ihtiyaç ve istekleri artarken, satınalma güçleri yetersiz kalmakta, hatta gerilemekte, bu durum da büyük zorluklar çıkartmakta insanların alım gücünü değiştirmektedir. Tüketiciler de dolayısı ile düşük fiyatlı olanı tercih etmektedir. Elektronik ticaret ile yapılan alışveriş de piyasaya göre düşük fiyat ve kredi kartında vade yapılması elektronik ticaretin tercih edilmesine sebep olmuştur (Mucuk 2001:14).

İnternet üzerinden ticaret, tüketicilere ve firmalara çok sayıda fayda sağlayabilir. Tüketici açısından kazanç öncelikle elektronik ticaret ortamının yapısal özelliklerinden kaynaklanmaktadır. Elektronik ticarette ürünlerin ucuz olması tüketicilerin dikkatini çekmekte, kapsamlı bilginin mevcudiyeti, arama mekanizmalarının sağladığı kolaylıklar ve online olarak mal ve hizmet karşılaştırmaları yapabilme fırsatı tüketicinin satın alma kararlarındaki belirsizliği önemli ölçüde azaltmaktadır. Herhangi bir ürün ile ilgili değişik bilgilendirmelerin yapılması, alıcı konumunda olan müşterilerin kafalarındaki olumsuz düşünceleri olumluya çevirebilmektedir (Bozkurt 2000: 8).

İnternet'in dünyanın en büyük alışveriş merkezlerini bünyesinde toplamış olması, tüketiciye daha önce hiç karşılaşmadığı bir seçme özgürlüğü tanımaktadır. Tüketiciler istedikleri tüm ürünlere ulaşabilecekleri, bazı durumlarda ısmarlama üretim yaptırabilecekleri bir konuma gelebilmektedirler. Ürünlerin tüketicinin kapısına kadar teslim edilmesi de ayrı bir kolaylıktır. Müşteriler daha hızlı hizmet, daha sağlam ilişkiler ve daha kişisel ilgi beklediklerinden, internet tarzı yaşam, şirketlerin piyasalarıyla ilişkiyi korumalarına yarayacak bir dijital sistemi oluşturmasını sağlamaktadır. İnternet, gerçek bir müşteri merkezli dünya kitlesini birleştirmektedir. İnternet iş arkadaşlarını, dostları ve aileleri yeni bir biçimde bir araya getirir. Üyeleri dünyanın çeşitli bölgelerine ait olan internet toplulukları oluşabilmektedir. Devletler bugüne dek hiç olmadığı kadar vatandaşın katılımını internet sayesinde başarabilirler. İnsanlara henüz yeni anlamaya başladığımız bir biçimde alışveriş yapma, haber alma, buluşma, eğlenme, ve değişik işler yapma imkanı sağlayan internet, yarının küresel köyünün meydanı olmaya aday konumundadır (Gates 2004: 133).

Elektronik ticaretle ilgili kayıtların sanal ortamda olması işlerin çabuk yürütülmesi açısından önem taşımaktadır. Verilerin derlenmesi, değerlendirilmesi

ve kullanıcılara sunumunun daha kısa sürede yapılabilmesine olanak sağlayan programlar işlerin hızını arttırmaktadır. Diğer yandan elektronik ticaretin işgücü, üretkenlik, büyüklük ve gelişme hızı kapsamında tanımının ortaya konulması, elektronik ticaret ile klasik anlamdaki ticaretin ayrımı, elektronik ticaretin niteliklerinin belirlenmesi ve büyüme hızı konularındaki belirsizlikler nedeniyle istatistik üretmek güçleşmektedir. Belirsizlik ülkelerin elektronik ticaret konusunda yaptıkları yasal düzenlemelerle birlikte o ülkede oluşacak elektronik ticaret bilinci sonucunda hazırlanacak verilerin değerlendirilmesi ile ortadan kaldırılabilir. Genel olarak değerlendirildiğinde elektronik ticaretin klasik ticarete göre belirgin farkları daha çok iletişim ve onay işlemlerinde ortaya çıkmaktadır. Veri aktarımının sağlanması için klasik yöntemde birçok yol vardır. Ancak bunların hepsi elektronik posta ve diğer bilgi aktarım alanlarından daha hızlı olamamaktadır. Klasik ticarette yaşanan evrakların geç gelmesi ile ilgili problemlerin elektronik ticarette yaşanmaması elektronik ticaret için ayrı bir kolaylık ve fayda olarak karşımıza çıkmaktadır (Küçükyılmazlar 2006: 13).

Elektronik ticaretin ürünlerin seçimi açısından tüketiciye faydaları çoktur. Elektronik ticarette pazar hacminin çok geniş olması ve fiyatların normal piyasa fiyatlarına göre daha ucuz olması elektronik ticaretin faydalarındandır. Elektronik ticarette ürün alınma aşamasında bankaların uzun vade yapması da elektronik ticaretin genişlemesi ve gelişmesi açısından önemli bir husustur. Elektronik ticaretin tüketicilere ürünlerle ilgili değişik konularda faydaları vardır. Bazı konular aşağıda belirtilmiştir (Olcay 2006: 107).

Elektronik ticareti tüketici açısından irdelendiğinde alışveriş imkânlarının çok geniş ve kolay olması tüketicilerin elektronik ticarete yönlenmesine neden olmuştur. Tüm ülkelerden ve dünyadan alışveriş yaparak daha fazla seçenek imkânının olması, daha fazla bilgi alarak, ürünleri karşılaştırma yapma şansının olması, daha kaliteli ürün bulunabilmesi, daha ucuz ürün anlayışının olması, kişisel ürün artışının olması, ihtiyaca daha çabuk ulaşma imkânının olması, bazen ulaşılamayan mal ve hizmete internet sayesinde çabuk ulaşabilme imkânının olması, yeni ürün ve hizmetlerin tanıtımında ve alınmasındaki hızlılık ve ekonomiklik tüketicilerin elektronik ticareti tercih etmelerini sağlamıştır.

5. İŞLETMELERİN VE TÜKETİCİLERİN BİLGİ GÜVENLİĞİ

Gizlilik, her konuda ve işte olduğu gibi elektronik ticarette de önemli konulardan birisidir. Gizlilik elektronik ticarette çok gerekli bir işlemsel kalite unsuru olarak karşımıza çıkmaktadır. Müşteriler elektronik iş yapan firmalara, kişisel bilgilerini ve para durumlarını açıklamak konusunda endişe ile yaklaşmaktadırlar. Gizlilik konusundaki endişe, müşteri bilgilerinin üçüncü şahısların eline geçmesi ve kullanılması olasılığından kaynaklanmaktadır. Firmalar gizlilik konusunda müşterilerinin gizli bilgilerini sisteminde hiçbir açık bırakmamak zorundadır (http://www.teknoart-design.com/hizmetler/web/rehberler /e-ticaret /altyapi.php).

Elektronik ticaret ile ilgili temel kavramlar olan güvenlik, gizlilik, elektronik imza, şifreleme, onay makamı v.b., elektronik ticaretin gelişim süreci içerisinde, onun geleceğini belirleyecek ve gelişimine katkı sağlayacak unsurlardır. Gelişim sürecinde gerek teknolojik gerekse hukuki ve ekonomik alanlarda kaydedilen gelişmeler, elektronik ticaretin daha güvenli bir şekilde günlük hayatta gerçekleştirilen işlemlere adaptasyonunu sağlayacak ve gelecekte elektronik ticarete yön verecek unsurlar olarak görülmektedir (Çak 2002: 15).

Müşteriler için elektronik ticarette bir şirketin gizlilik politikasının olması güvenli ve iyi bir yönetim şekli olarak algılanmaktadır. Elektronik ticarette tüketiciler kişisel bilgilerinin, uygun şekilde ele alınacağı konusunda firmalara güvenmemektedirler. Birçok kişi de firma politikalarının bağımsız olarak onaylanması halinde ve bilgilerinin güvenli ortamda saklandığında kendilerini daha güvende hissedeceklerini söylemektedirler. Pazarlamada güven çok önemli bir konudur, güven olmadan etkileşim de olmaz. Harris interaktif oylamasına göre, müşterilerin en çok endişe duyduğu üç konu vardır (Geller 2002: 303):

1. Firmaların, müşteriler ile ilgili kişisel bilgileri, müşterilerin izni olmadan başka firmalara satacakları, değiş tokuş yapacakları veya verecekleri,
2. Kayıtların güvenli olmayacağı,
3. Program çözücülerin kişisel bilgilerini çalacağı görüşü vardır.

Elektronik ortamda gerçekleştirilen ticaretin hacmi arttıkça internet alanında gözlenen suçlarda da önemli bir artış söz konusu olmuştur. Suçların

artması elektronik ortamın güvenliliğini ortaya çıkartmıştır. Elektronik ticaret alanında kredi kartı bilgilerinin çalınması, sahtecilik vb. suçlarda önemli bir artış gözlenmiş, başta kredi kartı yayımcıları olmak üzere bankalar ve elektronik ticaret yapan kuruluşlar önemli ölçüde zarar görmüştür. 2005 yılı başında Ödeme Kartı Endüstri Forumu (Payment Card Industry Forum - PCI) bir veri güvenliği standardı (PCI Data Security Standard - PCI-DSS) oluşturmuş ve tüm elektronik ticaret uygulayıcılarının standarda uyumunu zorunlu kılmıştır. PCI Forumu oluşturan kuruluşlar arasında Visa, Mastercard, Amex gibi tanınmış kredi kartı yayımcıları yer almaktadır (Dayıoğlu 2006: 14).

Satıcı konumunda elektronik ticaret yapan firmalar siparişle ilgili ve müşterilerinin istekleri ile ilgili bilgileri güvenli bir ortamda sağlamaları gereklidir. Asgari düzeyde gerçekleştirilmesi gereken faktörler dikkate alındığında saldırılara karşı etkili araçların kullanılması gerektiği ve bunları kullanabilecek eğitimli personelin varlığından bahsedildiği görülmektedir. Güvenlik, elektronik ticaret esnasında ve elektronik ticaret yapıldıktan sonrada çok gerekli olduğundan dolayı haftanın her günü, günün yirmi dört saati aralıksız devem eden bir iş olmalıdır. Etkin bir önlem alınabilmesi için ilk koşul, gelebilecek saldırı taktiklerini iyi bilmek ve problem çıkmadan önce önemleri alabilmektir (Kartal 2002: 43).

Kredi kartı bilgilerini elektronik ortamda işleyen tüm kuruluşlar için geçerli kılınan standart ile güvenlik ihlallerini azaltacak bir dizi temel güvenlik önleminin alınması hedeflenmektedir. Standardın tüm kuruluşlar tarafından kullanılması ile küresel bir baz güvenlik düzeyinin oluşturulması hedeflenmektedir. Diğer bir deyişle standart, olası en yüksek güvenlik düzeyini hedeflememektedir, yalnızca en temel önlemler konu edilmektedir. PCI Forumun önümüzdeki yıllar içerisinde baz güvenlik düzeyini yavaş yavaş artırarak gerekli önlemlerin alınması konusunda gerekli uygulamalar beklenmektedir. Kredi kartı bilgilerini işleyen, depolayan ve transfer eden tüm kuruluşlar (elektronik ticaret satıcıları, bankalar, aracı kuruluşlar vb.) standart tarafından öngörülen önlemleri almak ve bunların sonucunda standart uyumluluğunu sağlamaları gerekmektedir. Ayrıca adı geçen güvenlik düzeylerini işletmeler sürekli korumak durumunda kalmaktadırlar (Dayıoğlu 2006: 14).

5. 1. Alışverişte Güvenlik

Elektronik ticaret bir bütün olarak ele alındığında, SSL güvenli kilit sistemi (Secure Socket Layer) çok önemli birinci konudur. Çünkü insanlar elektronik ortamda para vererek karşılığında bir şeyler almak istiyorlarsa ilk önce alacakları araçlar konusunda elektronik ortamın güvenli olup olmadığını araştırmaktadırlar. Güvenli kilit sistemini kullananlar güvenli bir şekilde hareket ederek kendilerini güvenli ortamda saydıklarından uygulamalarında rahatlık içindedirler. SSL, hem istemci (bilgi alan) hem de sunucu (bilgi gönderen) bilgisayarda bir doğrulama (authentication, iki bilgisayarın karşılıklı olarak birbirini tanıması) mekanizması kullanır. Böylece, bilginin doğru bilgisayardan geldiği ve doğru bilgisayara gittiği teyit edilir. Bilgisayarların birbirlerini "tanıma" işlemi, açık-kapalı anahtar tekniğine (public private key encryption) dayanan bir şifreleme sistemi ile sağlanır (Özbay 2000: 56).

Güvenli kilit sistemi özel belgeleri internet üzerinden göndermek için kullanılan bir güvenlik protokol sistemidir. SSL, SSL bağlantısı üzerinden aktarılan bilgileri ve verileri şifrelemek için özel anahtar kullanarak çalışır. TCP/IP bağlantısı için, veri şifreleme, sunucu kimlik doğrulaması (authentication), ileti bütünlüğü ve isteğe bağlı istemci kimlik doğrulaması sağlar (Öz 2001: 15).

SSL, veriyi şifreleyerek güvenliği sağlar. Bir internet sayfasına bakıldığında, güvenliğin bulunup bulunmadığını söyleyebilmek mümkündür. Çünkü sayfanın internet adresi yaygın olan http: yerine https: ile başlamaktadır. Elektronik ticaret yapılırken bu konuya dikkat edilmelidir. Tarayıcı penceresinde özel bir simge de görünebilir. SSL'nin çalışması için sertifika sağlayan bir kurum (herkesin güvenini kazanmış bir kuruluş) tarafından size bir sertifika (kimliğinizi ispatlayan sayısal bir belge) verilmiş olması gerekir. Geliştiriciniz bununla da ilgilenecektir. Ancak geliştiricinize ilgili kuruma göndermesi için gerekli belgeleri sağlamanız gerektiği unutulmamalıdır. Belgeler arasında, banka referansları, noter onaylı başvuru belgesi ve başka destekleyici belgeler olabilmektedir. Geliştiricinizin güvenlik sistemleri ve gizli bilgiler için yetkisi olacağından, bilgi ve tanınmış bir geliştirici bulmanız ve onunla iyi ilişkiler kurmanız çok önemlidir. Gerekli gizli bilgilerin üçüncü şahıslara verilmemesi gerektiği hususunda geliştiriciyi bilgilendirmekte yarar vardır (Kienan 2002: 250).

SET (Secure Electronic Transacion), özellikle online (gerçek zamanda) kredi kartı bilgileri iletimi için geliştirilmiş bir standarttır. SET elektronik ticarette, internet üzerinde güvenli bilgi ve veri aktarımını sağlamak amacıyla aralarında VISA, Master Cart ve IBM'in de olduğu kuruluşlar tarafından geliştirilen bir protokoldür. SET, kredi kartı ile yapılan ödemelerde, bilgilerin internet üzerinde aktarımında gizlilik ve güvenlik bütünleşmesini sağlar. SET protokolü sadece müşteri (ürün siparişi veren kredi sahibi) ile sanal dükkan (e-dükkan) ve kredi kartı şirketi arasındaki ödeme fazını şifrelemektedir. SET ile, ödeme işlemine taraf olan herkes (müşteri, dükkan sahibi, kredi kartı şirketi) birbirlerini tanırlar ve ispatlanabilir. Tanıma işlemi, SSL'le benzer bir dijital sertifikasyon sistemi ile yapılmaktadır. Ödemelerde bütün taraflar kendi kimliklerini belirten bir sertifika kullanmaktadırlar (Özbay 2000: 58).

SET standardı ile yapılan alışverişler karşılıklı olarak güven duygusunun artmasında önemli bir rol oynamaktadır. SET hem müşteriye hem de satıcı firmaya güven verip alışverişin denetimli olarak yapılmasını sağlamaktadır. SET müşterinin kimlik denetimini sağladığı için satıcı firma, risk yaşamadan satışını gerçekleştirerek alışverişin gerçek anlamda güven içerisinde olmasına sebep olmaktadır (Haşıloğlu 1999:102).

SSL ile SET benzer şifreleme yöntemini yapmaktadır. Fakat SSL ile SET benzer şifreleme yöntemini yapmakla beraber SSL ile SET güvenlik protokollerinin birbirinden farklı olduğu bazı noktalar vardır (http://www.eticaretsitesi.net/eticaretteguvenlik.html): Ticaretin güvenliği açısından kart sahibi kişilerin bilgileri önem arz etmektedir. SSL'de kartın ait olduğu ve POS makinesinin ait olduğu bankalar bu modele dahil olamamaktadırlar. SSL'de kart sahibinin kart bilgileri internet üzerinde şifrelenmektedir. Fakat mağaza kart bilgilerini görmektedir. Fakat SET'te kart bilgileri mağazadan gizli tutulabilmektedir. Böyle durumlarda bilgiler sadece banka tarafından görülebilmektedir. Mağazalar kişilerin kart bilgilerine SET sayesinde ulaşamamaktadırlar. SSL'de kart bilgilerini gönderen kişinin kart sahibi olduğu garanti edilememektedir. Fakat kart sahibinin kullanıcı ismi ve şifresi ile ulaştığı sanal cüzdanını kullandığı SET protokolünde kart bilgilerini gönderen kişinin kart sahibi olduğu teyit edilir. İşlemlerin doğruluğu sayesinde ticari işlemler yürütülür.

5. 2. Kredi Kartları ve Güvenlik Sorunları

Güvenlik sadece bir yazılım ya da donanım da değildir. Güvenlik konusu da bir müşteri ilişkileri yönetimi, bir veri ambarı ya da veri madenciliği projeleri gibi, bir süreç, bir yaklaşım ve metotlar içermektedir. İnternet bankacılığı yapan bir bankanın müşterisinin internet şifresini bir başkasına söylemesi, şifreyi yeterince güvenli bir biçimde koruyamaması durumunda banka istediği kadar güvenlik önlemleri alırsa alsın, şifreyi kullanan saldırgan, hesaptaki parayı kendi hesabına rahatlıkla aktarabilme gücüne erişmektedir. İşletmelerin güvenlik konusuna yeterince önem vererek yeterli güvenlik önlemlerini alması sadece muhtemel kayıpları önlemekle kalmamaktadır. İşletmelerin güvenliklerini gereken şekilde sağlamaları, aynı zamanda iş yapan tüm tarafların, müşterilerin, tedarikçilerin söz konusu işletmelere güven duymalarını sağlamaktadır. Güvenlik önlemlerinin derecesi ise yapılan işlere göre ayarlanmalıdır, önlemleri gereğinden fazla artırma pahasına işletme birimlerinin performansını azaltmak iyi bir durum değildir. Gereğinden fazla önlem ile insanları iş yapamaz duruma getirmek hem de maliyetleri artırmak anlamlı bir davranış değildir. Önlemlerle birlikte, maliyetler ve işlem hızları arasında bir denge kurulması işletmelerin geleceği açısından çok önemli bir husustur (Özmen 2003: 227).

İnternet bankacılığında bankalara çok büyük görev düşmektedir. Özellikle bankaların hazırladığı güvenlik kalkanlarının bilgisayarlara yüklenilmesi hususunda kullanıcıları yönlendirmeleri gerekmektedir. Kullanıcılar da sanal klavye kullanarak işlemlerini gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Banka ile ilgili iletişim de çok önemlidir. Elektronik posta ve internete girişlerle ilgili olarak banka ve müşteriler çok dikkatli olmalıdırlar(Özdilek 2006:107).

Genellikle elektronik ticaret denince, bir kişinin bir herhangi bir yerden ürün seçmesi ve bunun bedelini kredi kartı ile ödemesi akla gelmektedir. Başka bir deyişle, kredi kartı işlemleri elektronik ticaretin temel taşlarından biri olarak görülmektedir. Hâlbuki elektronik ticaret son alım safhasını değil, sadece o safhaya yol açan etkinlikleri ve ticaret yapıldıktan sonraki ödeme aşamalarını içermektedir (Walther 2002: 4).

Güvenlik, elektronik işletmeler için olduğu kadar geleneksel işletmeler için de önemli bir alandır, depolanan verilerden ve kullanılan tüm donanım ve yazılımların kötü niyetli saldırılardan korunmasına kadar geniş bir yelpazede ele

alınması gereken bir konudur. Ancak sanal ortamda bilgi alışverişi, gerçek ortamdaki işlemlerden farklı bir yapıda yapılmaktadır. Çünkü fiziksel gözlem ve kontrolden eksik olarak gerçekleşmektedir. Yapılan işlemler, işlem yapan tarafları tedirgin bir hale sokmaktadır. Elektronik işletmelerde güvenlik konusu sadece güvenli alışveriş anlamına gelmemelidir, diğer elektronik işletme konularında özellikle üstünde durulduğu gibi sadece raftan satın alınıp kullanılacak bir ürün olarak görülmemelidir (Özmen 2003: 227).

Saklanan ve iletilen kredi kartı bilgilerinin güvenliğini sağlamak bir elektronik ticaret alışveriş sisteminin başarısı için ve geleceği için çok önemlidir. Kredi kartı bilgilerinin güvenliğinden emin olmadan müşteriler ürün satın almamaktadırlar. Güvenlik açıkları, hem ilgili sitenin hem de genel olarak elektronik ticaret endüstrisinin güvenilirliğine zarar vermektedir. Elektronik ticarette güvenlik, verilerin, izinsiz kullanıcıların eline geçse bile kullanılamayacak biçimde karıştırılması demek olan şifreleme kullanımı; izinsiz giriş yollarına güvenlik duvarları gibi engeller koyulması ve gizli verilere kimin hangi biçimde erişiminin olacağı konusunda kurallar oluşturmanın bir bileşimi ile gerçekleştirilir (Kienan 2002: 250).

İnternet ortamında kredi kartları ile yapılan alışverişlerde güvenlik unsuru göz ardı edilmemesi gereken bir konudur. Alışverişlerde bankacılık işlemleri yapıldığı için şifre güvenliği tartışılmaz bir öneme sahip olmuştur. Bankacılık işlemlerinin güvenilir bir ortamda yapılması alıcı ve satıcının karşılıklı olarak birbirine güvenin ifadesidir (Özbilen 2005:128).

Elektronik ticaretin güvenliğinden sonra en önemli özellik ağ yapılarıdır. Günümüzde bilgisayarın kendi güvenliğini bilgisayarın kendisi kadar ağ yapıları da sağlamaktadır. Ağ yapılarının en iyi şekilde ve güvenli olması elektronik ticaretin geleceği için de çok önemlidir. Ağ yapılarının güvenliğinin zayıf olması bilgisayarları ve internet sayfalarını da etkilediğinden dolayı ağın güvenliğini sağlayan programlar satın alınmalıdır.

SSL(Güvenli kilit sistemi), ağ üzerindeki internet uygulamalarında güvenli bilgi aktarımının temini için (bilginin doğru kişiye güvenli olarak iletimi), “Netscape” firması tarafından geliştirilmiş bir program katmanıdır (program layer). Burada bilgi iletiminin güvenliği, uygulama programı (internet browser,

HTTP) ile sağlanmaktadır. SSL, internet sunucularına (Apache vb.), bir modül olarak yüklenir ve böylece internet sunucuları güvenli erişime uygun hale gelir. Sistemde, iki anahtardan oluşan bir anahtar çifti vardır. Bunlardan açık anahtar (public key) herkes tarafından bilinen ve gönderilen mesajı "şifrelemede" kullanılan bir dijital anahtardır. Burada anahtardan kasıt, aslında bir şifreleme kriptolama algoritmasıdır. Algoritma (anahtar) kullanılarak gönderilecek bilgi şifrelenir. Ancak, açık anahtar ile şifrelenen mesaj sadece anahtarın diğer çifti olan kapalı anahtar (private key) ile açılabilir (deşifre edilebilir). Kapalı anahtar da, sadece sizin bildiğiniz bir anahtar olduğundan, mesaj güvenliği sağlanmış olur. Örnek olarak, size mesaj göndermek isteyen birine kendi açık anahtarınızı gönderirsiniz. Karşı taraf anahtarı kullanarak mesajı şifreler ve size gönderir. Şifrelenen mesajı, sadece sizde olan ikinci bir anahtar (kapalı anahtar, private key) çözebilir ve anahtarı sadece kullanıcı bilir (Özbay 2000: 56).

Bilgi Güvenliği Yönetim Sistemi (BGYS): ISO 27001 dünya üzerinde geçerli bir standart olup günümüzde birçok alanda zorunlu hale getirilmeye çalışılmaktadır. Bu standart, kurumlara genel anlamda bilgi güvenliğini nasıl yapabileceklerini anlatmaktadır. ISO 27001 standardını uygulayan ve sertifikasını alan bir şirketin, dünyanın güvenliği en yüksek firması olduğu anlamına gelmemektedir. Fakat güvenliğin ne seviyede olduğu o kurumun yöneticileri tarafından bilinmektedir. Ayrıca çalışanların ve yöneticilerin kararı ölçüsünde ortaya konmuş durumda olan ve zaman içinde artan bir güvenlik seviyesi vardır. Özellikle, elektronik imza servis sağlayıcıları, bankalar, hastaneler, sigorta şirketleri, elektronik ticaret ile uğraşan şirketlerde BGYS'nin uygulanması önemli bir ihtiyaç haline gelmiştir. Elektronik ticaret alanında çalışanların Bilgi Güvenliği Yönetim Sistemi'ni kullanması ile güvenlik durumlarını daha da arttıracakları ve müşteriler tarafından kabul göreceği muhakkaktır (Çetinkaya 2008: http://ab.org.tr/ab08/bildiri/152.doc).

Bilgisayar ağlarının çoğunlukla ticari anlamda kullanılmasına karşın, internet sadece belli bir hizmet için tasarlanmamıştır. Temel internet iletişim araçlarının hem genel amaç hem de etkinliğinden dolayı neredeyse tüm ağ uygulamaları internetle kullanılabilir (Comer 1995: 85).

Elektronik ticaret güvenlikli bir şekilde yürütülmelidir. Bunlardan ilk olarak internet insanlara uzaktan bilgiye erişim hakkı verir. Sistem birbiri ardına

hiyerarşik biçimde açıktır. Sistem herkese açık olduğundan dolayı bilgisayar üzerindeki gizli bilgilerin ve belgelerin saldırganlar tarafından ele geçirebilmesi mümkündür. Kuruluşlar güvenlik hususunda gerekli önlemleri alarak hem elektronik ticareti güvenli bir alışveriş haline getirebilirler hem de kendi işletmelerinin bilgilerini ve belgelerini güvenli bir hale getirebilirler (Watson 2000: 28).

6. TÜRKİYE'DE ELEKTRONİK TİCARET PROJELERİ

Avrupa Birliği elektronik ticaret projelerine 1994 yılında başlamıştır. Türkiye ise elektronik ticaret projelerine 1998 yılında Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulunun çalışmaları ile başlamıştır. Elektronik ticaret çalışmaları diğer ülkelere göre geç başlamıştır. İnternet kullanımının genişlemesi ile birlikte elektronik ticaret projelerinin de yaygınlaşma eğilimi göstermesi beklenmektedir.

Elektronik ticaret hacminin diğer alanlardaki kullanım oranı ile ilişkili olduğu görülmektedir. Elektronik ticaretin internet kullanım oranıyla yakından ilişkisi bulunduğu gözlenmektedir. Türkiye'de internetin etkin bir şekilde kullanılması diğer ülkelere göre geç olmuştur. Gelişmiş ülkeler, diğer ülkelerle karsılaştırıldığında internet alt yapısına büyük önem verdikleri ve interneti her tarafa yayma eğiliminde olduğu görülmektedir. İnternet alt yapısına verilen önem, gelişmiş ülkelerin sahip olduğu elektronik ticaret hacminin diğer ülkelerden daha yüksek olmasının en önemli nedenleri arasında yer alan bir konu olarak görülmektedir. Türkiye'de internet altyapısının iyi olmamasından dolayı elektronik ticaret projeleri gecikmiştir (Özel 2006: 85).

Türkiye'de kurumlar arasında elektronik ticarette merkez bankası ve maliye bakanlığı elektronik ticaret konusunda öncülük etmişlerdir. 1992 yılında merkez bankası internetten elektronik ticaret ile ilgili olarak bankalar arasında bir EFT(Elektronik Fon Transfer) sistemi kurarak elektronik sisteme geçmiştir.

Elektronik ticaretle ilgili olarak Türkiye'de 1998 yılında Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu çalışmalarına başlamıştır. Yapılan çalışmalarda bir koordinasyona ihtiyaç duyulmuş ve aşağıdaki tabloda kurumların elektronik ticaret sürecindeki görevleri paylaştırılmıştır.

Tablo 8: Teknik Çalışma Grubu Alt Çalışma Grupları

İŞ PAKETİ ADI	**İLGİLİ KURULUŞLAR**
Elektronik Ticarette Terimler ve Tanımlar	**BİLTEN(**Bilgi Teknolojileri Ve Elektronik Arastirma Enstitusu**),** İGEME, DTM(Dış Ticaret Müsteşarlığı)
Elektronik Ticaretin Tarafları ve İlişkiler	San.veTic Bak, **DTM,** Gümrük Müst., TOBB, Eximbank,
Tarafların Elektronik Ticaretteki Mevcut Aktivitelerinin Belirlenmesi	Teknik Çalışma Grubu **BİLTEN**
Elektronik Ticaretin İhtiyaç Duyduğu Telekomünikasyon Altyapısı	BİLTEN, **Ulaştırma Bak.,** Türk Telekom, Ziraat Bank., DPT
Standartlar Teknik ve Yazılım, Haberleşme Ölçütleri, Kodlama Standartları, SET, vb.	KOSGEB, DİE, BİLTEN, TSE, **TOBB,** Sanayii Bak., Ziraat Bank., İş Bank.
Bilgi Güvenliği	**BİLTEN**, İş Bank., İGEME
Ödeme Sistemleri Teknolojileri ve İlişkin Teknik Sorunlar	**Merkez Bankası**, Bankalar

Kaynak: http://www.e-ticaret.gov.tr/raporlar/teknik.htm(Erişim:26.12.2008).

Tabloda koyu renkle yazılmış kuruluşlar bulundukları alt çalışma grubuna başkanlık etmektedirler. Türkiye'de bankalar elektronik ticaret konusunda öncü olan kuruluş olmuşlardır. Bankalar internet üzerinden verdikleri hizmetleri her geçen gün geliştirerek yeni sistem üzerinde çalışmalar yapmaktadırlar. Bankaların internet üzerinden her türlü alışverişe imkan sağlayan düzenlemeleri bankaların internet sayfalarına verdikleri önemi arttırmaktadır. Nitekim Türkiye'de elektronik ticaret yapmak isteyen sanal mağazalara en fazla destek veren bankalardır. Bankalar tarafından sanal pos uygulaması ile kişilere ve işletmelere destek her geçen gün artmaktadır. Türkiye'de elektronik ticaret konusunda bir çok kurum işbirliği içerisinde çalışmaktadır.

Türk toplumunun internet ile tanışması çok yeni olmasına rağmen, internet kullanımı için gerekli olan teknolojik altyapının sürekli gelişmesiyle, internet kullanımı ülkemizde her alanda büyük bir hızla yaygınlaşmıştır. İnternet elektronik ticaretin gelişimine de katkı sağlamıştır. Özellikle 1999 yılından itibaren internet kullanıcılarının sayısındaki hızlı artış, Türkiye'deki şirketleri de internet ortamına girmeye zorlamıştır. Türkiye'deki elektronik ticaret uygulamaları işletmeden son kullanıcılara satış biçimiyle gerçekleşmektedir. Ancak dünyadaki mevcut uygulamalardan da anlaşılabileceği gibi işletmeden işletmeye satış, elektronik ticaret hacminin büyük kısmını oluşturmaktadır. Türkiye'de de büyük firmalardan başlamak üzere birçok şirketin tedarikçileri ve bayileri arasındaki işlemleri internete taşımalarına ve işletmeler arası elektronik

ticaretin genişlemesinde önemli bir rol oynamıştır. Elektronik ticaretin büyüme trendini gören ve yeni pazarda yerini almak isteyen çok sayıda kişi veya şirket rekabette geri kalmamak için internet üzerinde site açmaya başlamıştır. Birçok ünlü marka sanal mağaza açıp reklâmlarla adını duyururken, internet servis sağlayıcıları da oluşturdukları alışveriş merkezlerinde sanal mağaza kiralamaya başlamışlardır. Sanal mağaza işletmeciliği günümüz şartlarında çok geçerli bir meslek haline gelmeye başlamıştır (Özbay 2000: 84).

Elektronik işlemler konusunda çerçevelerin belirlenmesi, rekabet ortamının güçlendirilmesi, toplumun her kesimi tarafından erişilebilir internet altyapısının oluşturulması ve elektronik ticaret servislerinin güvenli ortamlarda gerçekleştirilmesi, başarının ulusal çaptaki bileşenleridir. Elektronik ticaret yapısının ekonomik anlamda başarısı için ve elektronik ticaretin geliştirilmesi için, güçlü ve güvenli bir iletişim altyapısına ihtiyaç vardır. Yüksek miktarda yatırım gerektiren ülke genelinde iletişim altyapısının oluşturulması ve güçlendirilmesi, Türkiye'de elektronik ticaret çalışmalarını doğrudan etkilemektedir. İletişim alanında yapılması gereken yatırımlar, gerek sektörün rekabetini artırması ve gerekse de servis ve hizmetlere erişim potansiyelinin artırılması açısından önem taşımaktadır. Belirlenecek kurallar çerçevesinde yapılacak yatırım ve kullanım kriterleri, kullanım maliyetlerinin düşürülmesi ve performansının artırılması hedeflenmektedir. Bilgiye her bölgeden ve sınırsız erişimin temeli olan iletişim teknolojilerine yapılacak her türlü yatırımda göz önüne alınması gereken temel nokta, rekabete uygun koşulları sağlamaktır. İnternet bağlantılarının ülke geneline yaygınlaştırılması ve internetin hızlı olması gerekmektedir (Dolanbay 2000: 181).

İnternet, Televizyon, Faks ve Telefon Gibi Elektronik Ticaret Araçları Kullanılarak Yapılan Tütün Mamulleri ve Alkollü İçki Satışlarına Dair Tebliğe göre; işyerlerinden veya sanal bir işyerinden internet, televizyon, faks ve telefon gibi elektronik ticaret araçları kullanılarak her türlü tütün mamulü ve alkollü içki satışı ile satılan ürünün kapıda teslim edilmesi şeklindeki uygulamalar mevzuat uyarınca yasaktır (http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx?icerik_id=6fbb2ce3-d9a6-407e-8199-3c72b92fc65).

Türkiye'nin nüfusunun genç olması ticari anlamda önemli bir gelir kaynağı olarak anlaşılmaktadır. Genç nüfusun özellikle alım gücünün artması ile birlikte elektronik ticaret alanında gençlere yönelik olarak değişik alışveriş imkânları

ortaya çıkarak elektronik ticarete yönelişin hızlanması beklenmektedir (Turan 2007: 15).

Tablo 9: Türkiye'de İnternet Kullanımı ve Elektronik Ticaret Rakamları(Tahmini)

Tahmini Rakamlar	**2001**	**2002**	**2003**	**2004**
Türkiye'de PC Sayısı	3.600.000	6.100.000	7.700.000	11.000.000
Türkiye'de İnternet Kullanıcı Sayısı	3.500.000	6.100.000	7.500.000	10.000.000
Türkiye'de B2C Elektronik Ticaret Hacmi (Dolar)	69.700.000	177.000.000	365.200.000	614.300.000
Türkiye'de B2B Elektronik Ticaret Hacmi (Dolar)	258.000.000	656.000.000	1.457.000.000	3.235.000.000
Türkiye'de Kişi Başına Düşen Yıllık Online Harcama (Dolar)	19.9	29	48.7	61.4

Kaynak: (Özgüler 2003: 166).

1990'lı yıllarda internetle yeni tanışan Türkiye'de bilgisayar ve internet olanaklarının hızla artması sayesinde elektronik ticaret hacminde de artış gözlenmektedir. Türkiye'de elektronik ticaret daha çok firmadan firmaya ve firmadan tüketiciye olarak gerçekleşmektedir.

Sağlık Bakanlığı ile Hacettepe Üniversitesi arasında yürütülen çalışmaya göre "Sağlıkta Elektronik ticaret ve E-İhale Mekanizmalarının Kurulması" projesi üzerinde çalışmalar yapılmaktadır. Projenin amacı özetle elektronik ihale ve elektronik ticaret mekanizmalarının kurulmasıyla sağlık sektörü etkin bir şekilde kullanımının önünü açmak, rekabeti arttırıcı daha düşük maliyetli tedarik sağlamak için değişik çözümler oluşturmak, sağlık alanında şeffaflığı sağlayarak yolsuzlukları önlemek ve kaynakların yerinde ve etkin kullanımını gerçekleştirmektir. Sağlık sektöründe birçok konuda birden fazla malzemeye ihtiyaç vardır. İhtiyaçlar arasında ilaç, tıbbi cihaz ve sarf malzemesi vardır. Malzeme çeşitliliği, planlama ve satın alma işlemlerini zorlaştırıp içinden çıkılmasını geciktirmektedir. Aynı zamanda, işgücü ve zaman kaybına sebep olmaktadır. Sağlık sektöründe satın alma çok hızlı olması gerekmektedir. Elektronik ticaret alanında Maliye, Sağlık ve Çalışma ve Sosyal Güvenlik Bakanlıkları ile Hacettepe Üniversitesinin ortaklaşa yürüttükleri çalışmada oluşacak olan tıbbi cihaz/sarf ve ilaç elektronik kataloglarının kullanılabileceği elektronik ihale ve ticaret mekanizmalarının kurulması mümkündür. Türkiye'deki var olan iletişim yapısı bu anlamda yeterli görülmektedir. Yine ülkemizin analiz ve yazılım yapabilecek insan gücü vardır. Yapılacak elektronik ticaret kaynaklı alımlar hem hastanın bekletilmemesi hem de alımların çok çabuk olması

yönünden önem arz etmektedir (http://www.saglik.gov.tr/extras/birimler/segm/kamu%20saglık%20arastırma%20programı%204.doc).

6. 1. Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu

1997 yılında Başbakanlık Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın koordinatörlüğü vasıtası ile Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK) oluşturulmuştur. Kurul 1997 yılından itibaren çalışmalarına başlamıştır. Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu elektronik ticaret alanına değişik bir taraftan bakarak teknik, hukuk ve finans konularında olmak üzere üç çalışma grubu oluşturmuş ve çalışmalarına hız vermiştir. Maliye Bakanlığı temsilcileri de Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu Finans grubu içinde yer alarak elektronik ticareti finans yönüyle incelemeye başlamışlardır. Elektronik ticaret konusu ile ilgili olarak Maliye Bakanlığı temsilcileri finans grubu raporunu 1998 yılında yayınlamışlardır (Yaltı 2003: 21).

Elektronik devlet çalışmaları içerisinde Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu Haziran 2003 tarihinde Kısa Dönem Eylem Planı (KDEP) hazırlamıştır. 2003-2004 dönemi eylemleri kapsayan KDEP içerisinde, elektronik ticaret ile ilgili olarak elektronik ticaret bölümü eylemleri ile hukuki altyapı bölümünde yer alan eylemler elektronik ticaret çalışma grubu tarafından hazırlanmıştır. Bunlardan şirket sicil kayıt sisteminin oluşturulması, ortak elektronik ticaret bilgi havuzunun oluşturulması ve dış ticarette kullanılan bilgi ve belgelerin elektronik ortamda paylaşılması eylemleri birer uygulama projesi olarak ele alınmıştır (http://www.e-ticaret.gov.tr/etk/tarihce.htm).

6. 2. Maliye Bakanlığı'nın Vedop Projesi

Türkiye' de bir çok kamu kurumu elektronik ticaret kapsamında çalışmalar yapmaktadır. Büyük projelerden bir tanesi de Maliye Bakanlığının elektronik ticaret kapsamındaki Vedop projesidir. VEDOP-Vergi Daireleri Otomasyonu Projesi ve SAY2000i-Saymanlık Otomasyon Sistemi Projesi'dir. SAY2000i projesi ile, devletin günlük mali tablolarının çıkarılabilme imkanı elde edilmiştir. Ayrıca proje kapsamında bütçe ödeneklerinin nasıl dağıtıldığı, ne kadarından harcama yapılabildiği, bütçeden hangi konuda ve nereye ne kadar kullanıldığı gözlenmektedir. Ayrıca her yıl temmuz ayında bütçeler elektronik olarak sistemden girilmekte ve merkezi olarak izlenmektedir. Bütçeden hangi kurumun

ne kadar gereksinimi olduğu da proje ile belirlenme imkânına kavuşmuş netlik projenin uygulanması ile sağlanmıştır.

Proje sayesinde beyannamelerin internette alınmasının sağlanması ile zamandan tasarruf etme ve çabuk işgörme amacı güdülmektedir. Ayrıca gayri menkul sermaye iradı nedeniyle beyanname veren mükellefler ve basit usulde vergilendirilen mükelleflere telefon ile beyanname verebilme imkânının getirilmesi bu kişilerin vergi dairesine gelmelerini ortadan kaldırarak işlerin hızlı bir şekilde sürdürülmesi hedeflenmektedir (http://www.maliye.gov.tr/kalite/mtky/ustmenu/yayinlar/kutuphane/kitap /bolum2 d3.pdf).

6. 3. Gümrük Müsteşarlığı'nın Gimop Projesi

Gümrüklerde otomasyonun sağlanması için Gümrük Müsteşarlığı'nın başlattığı GİMOP projesi önemli projeler arasındadır. Proje kapsamında gümrük işlemlerinin yürütülmesinde, gümrük komisyoncuları, taşıma şirketleri ve ithalatçı-ihracatçı firmaların gümrük beyannamelerini EDI kullanılarak, gümrük bilgisayar sistemine aktarılması hedeflenerek yapılan bir çalışmadır. Daha etkili vergi tahsilatı, ticaretin daha etkin hale getirilmesi gibi konularda etkili bir yönetim anlayışı hakim olmuş olup mevzuatın tek örnek uygulanması ve dış ticaret istatistiklerinin daha sağlıklı üretilmesi projenin hedefleri arasındadır. Atatürk Havalimanı proje için pilot bölge seçilmiştir. IMF ile 1996 yılında projenin yürütülebilmesi için teknik yardım anlaşması yapılmıştır. 1996 yılında Müsteşarlık bünyesinde projede görevlendirilmek için Modernizasyon Projesi Birim Başkanlığı kurulmuştur (http://www.ekitapyayin.com/id/033/02.htm).

6. 4. Merkez Bankası'nın Elektronik Ticaret Projesi

Elektronik ticaret ile ilgili olarak 1992 yılında Merkez Bankası 44 banka arasında bir EFT(Elektronik Fon Transferi) sistemi kurarak elektronik sisteme geçmiştir. Bu sistem, bankalar ve finans kuruluşlarının kapalı bir bilgisayar ağında işlemlerini gerçekleştirmelerini sağlayarak elektronik alış ve satışı gerçekleştirmektedir. Türk bankalarının çoğu bu sistemden faydalanmaktadır (http://www.e-ticaret.gov.tr/raporlar/finans.htm).

EFT2 ve EMKT(Elektronik Menkul Kıymet Transferi) projeleri kapsamında yer alan bazı konular vardır. Konular arasında Merkezi Kuyruklama yapısının getirilmesi, aşamalı kapanışın sağlanması, EFT yedek merkezinin kurulması, ve Devlet İç Borçlanma Senetlerinin kaydi ortamda işlem göreceği ve

bankalararası işlemlerde para ile kıymetin aynı anda değişiminin sağlanacağı EMKT sistemleridir. EFT Merkezi ile günün başında TCMB'den rezerv değerlerinin bankalara aktarımı, gün içinde banka mesajlarının alınması, gönderilmesi ve elektronik ortamda diğer işlerin yapılması şeklinde işlemler olmaktadır. Ayrıca rezerv kontrolü, banka rezervlerinin güncelleştirilmesi işlemleri yapılmaktadır. TCMB'ye günün sonunda ise mutabakat bilgilerinin ve gün sonu raporlarının gönderilmesi işlemleri gerçekleşmektedir (Durusoy 1998: http://www.e-ticaret.gov.tr/raporlar/teknik.htm).

Elektronik Fon Transferi Sistemi (EFT) Kullanıcılar Grubu toplantısı 27 Nisan 2002 tarihinde T.C. Merkez Bankası ve bankaları temsilen yaklaşık 115 katılımcı ile gerçekleştirilmiştir. Toplantıda, EFT-EMKT (Elektronik Menkul Kıymet Takası) sistemi ile ilgili güncel gelişmeler ele alınmıştır. Ayrıca kullanımla ilgili kullanıcı görüş ve önerileri görüşülmüştür. Daha önce (EFT 2. aşaması ile ilgili çalışmalar sürecinde) teknik forumlar şeklinde yapılan toplantıların, EFT 2 sisteminin devreye girmesiyle birlikte Kullanıcı Grubu toplantıları şeklinde ve periyodik olarak yapılmasında yarar olduğu katılımcılar tarafından ifade edilmiştir (www.tbb.org.tr/ turkce/gruplar/eft/eft%20kgtnotu.doc).

6. 5. İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi

Her türlü ticari malların veya şirketlerin kayıtlı olduğu bir sistemdir. İstenilen bir ürüne ulaşmak için İhracatı Geliştirme Etüd Merkezi'nin(İGEME) internet sayfasına girilerek ürünle ilgili detaylı bilgi almak mümkündür. Ticaret noktaları, dış ticaret nakliyeci firmalar, sigorta şirketleri vb. kesimlerin bir araya geldiği ticaret merkezidir. İlgili yerlerin internet sayfalarından İGEME aracılığı ile bilgi alınıp alınan bilgilere göre ticaret yapmak mümkündür (http://www. igeme.gov.tr/stats/index.cfm).

İKİNCİ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARETİN BOYUTLARI

Elektronik ticaret birçok yönden insanlara ürünler ile ilgili bilgi sağlamakta ve bilgileri kalıcı hale getirebilmektedir. Ayrıca herhangi bir ürünü internetten alırken veya araştırırken internet bize diğer ürünlerle ilgili de bilgiler vermektedir. Böylelikle sadece alışveriş yapmış olmaktan ziyade yeni teknolojiler hakkında da bilgi edinmemize olanak vermektedir.

Elektronik ticarette ürünü, ya da bir hizmeti dünyaya tanıtmada çok fazla para gerekmemektedir. Elektronik posta ile satılacak ürünleri tanıtıp ekonomik yoldan piyasaya girmeye çalışmak mümkündür. Bir kişinin haftada birkaç saat elektronik ortamda çalışarak ekonomik anlamda çok fazla para harcama yapmadan işini internet vasıtası ile kurması mümkündür (Öncü 2002: 48).

1. ELEKTRONİK TİCARETİN ETKİ ALANI

Elektronik ticaret birçok kişiyi ve kurumu etkilemektedir. Küreselleşme ile birlikte sınırlar ortadan kalkmıştır. Müşteriler mekân sınırı olmadan alışverişlerinin keyfini sürmektedirler. Yapılan alışverişler ile elektronik ticaretin etki alanı genişlemektedir.

İnternet üzerinde açılan sanal firmalar sayesinde, günün yirmi dört saati alışveriş imkânı sunulmaktadır. İşletmeler devamlı olarak küresel sunum yapıp müşteri çekmek için yarışmaktadırlar. Müşteriler ise, küresel tercih imkânına sahip olduklarından çeşitli mal ve hizmetleri istediği zamanda istediği yerden alma imkânı elde etmişlerdir. Yapılan alışverişler ticaret anlayışını da değişime uğratmıştır (Bozkurt 2005: 260).

1. 1. Müşteriler

Müşterilerin genel olarak günün yirmi dört saati alışveriş imkânı olması çok büyük olanaktır. Müşterilerin ayrıca ürün araştırma imkânının olması ve elektronik posta ile imkânlarının genişlemesi satın alma noktasında müşterilere çok büyük fırsat olarak çıkmaktadır. Tam rekabet piyasasında olduğu gibi satıcıların ve alıcıların piyasa ile ilgili her çeşit bilgiye her an sahip olduğu

varsayılmaktadır. Aynı zamanda piyasanın hiçbir şekilde sınırlı tutulmaması açısından değerlendirildiğinde günün her saatinde alışveriş; müşteriler açısından büyük bir avantaj oluşturmaktadır (Kalenderoğlu 2003: 113).

Elektronik ticarette müşteriyi kazanma yarışı ve düşük fiyat anlayışı her geçen gün artmaktadır. Bazen işletmeler kâr oranı bakımından çok düşük kârla alışverişlerini sürdürüyor olsalar bile sonuç itibari ile kazanan müşteriler olmaktadır.

Yukarıda sayılan bir çok konuda müşterilerin lehine sayılabilecek durumlar mevcuttur. Hem maddi anlamda hem istenilen bir ürünün zaman ve mekân sınırlaması olmadan yapılması müşteriler için vazgeçilmez bir unsurdur. Elektronik ticaretin kullanımının yaygınlaşması ile birlikte rekabetçi piyasanın oluşması durumunda müşteriye yarar sağlaması söz konusu olacaktır.

Alıcıların elektronik ticareti tercih etmelerinin en büyük sebebi ucuzluktur. Dünyanın değişik ülkelerine satış yapmak veya değişik ülkelerden ürün almak da mümkün olduğundan dolayı alışveriş çok kolay hale gelmiştir. İstenilen herhangi bir ürün internet sayesinde hemen satın alınabilmektedirler.

1. 2. Satış Yapan İşletmeler ve Kobiler

Klasik hizmet yöntemleri ile faaliyetlerini sürdüren ve ürün satışlarını fiziksel mağazalar aracılığı ile yapan bir işletmenin katlanmış olduğu satın alma veya kiralama maliyetleri oldukça yüksek rakamlara ulaşmaktadır. Elektronik Ticaret uygulamaları aracılığı ile satış faaliyetlerinin bir kısmını veya tamamını internet ortamında gerçekleştiren bir işletme ise, geleneksel yöntemler ile ticaret yapan bir firmaya oranla daha düşük maliyetlere katlanmaktadır. Fiziksel ortamda birçok mağaza açarak yüksek maliyetlere katlanmak yerine, internet üzerinde daha düşük maliyeti ve aynı zamanda 24 saat açık olan bir mağaza yapmak daha mantıklı olmaktadır. Doğal olarak her ürün dokunulmadan veya yakından görülmeden satın alınamayacağı için her sektörde fiziksel mağaza olmaksızın uygulamaları yapmak mümkün olmayacaktır. Diğer taraftan satışların internet üzerinden yapılmayıp, fiziksel mağazada yapılıyor olması elektronik ticaret uygulamalarının yararını azaltmamaktadır. Tüketiciye satılan ürünler ile ilgili detaylı bilgi sunan bir internet sitesi, tüketicilerin fiziksel mağazaya gitmeden önce detaylı bilgi almasını ve bunun doğal sonucu olarak satış sürecinde zaman tasarrufu sağlanmasına sebep olmaktadır (Civelek 2003: 120).

İnternet ticaretinin işletmeler açısından sağladığı avantajlar vardır. İnternet'in dağıtım kanalı olarak yarattığı potansiyel, pazarlama açısından sağladığı ortam ve iş yürütme aracı olarak sağladığı kolaylıklar elektronik ticaret yapan bir işletme için avantajdır. Elektronik ticaret, işletmelerin sanal ortamda tüketicinin arzuladığı mal ve hizmeti satın almak istediği zaman bulmasına ve satın almasına imkân vermektedir (Bozkurt 2000: 8).

Elektronik ticaretin sadece tüketicilere değil değişik aşamalarda değişik kişilere faydası olabilir. Elektronik ticaret işiyle uğraşan kişilere ve işletmelere de hem ekonomi yönünden hem de değişik pazarlara açılma yönünden faydaları vardır. Elektronik ticaretin özellikle işletmelere sağladığı avantajlar aşağıda yer aldığı şekilde sıralanabilir (Olcay 2006: 106).

1. Yerel pazardan tüm ülkeye ve dünyaya hitap edebilme (daha geniş pazarlara ulaşma).
2. Ülke veya dünya ölçeğinde rekabet şansı.
3. Büyük işletmelerle rekabetin kolaylaşması.
4. Daha hızlı olma, teklif alma/verme, sipariş alma, gönderme gibi iş süreçleri kısalır.
5. Daha güncel olma, fiyat, ürün özelliği, adres bilgileri gibi verilerdeki değişikliklerin anında yayınlanabilmesi.
6. Günde 24 saat, haftada 7 gün, kısaca sürekli açık olma.
7. Ürün hakkındaki bilgilere daha kolay ulaşabilmesi, sayfa iyi tasarlanmışsa, yani aranan bilgiye kolaylıkla ulaşılabiliyorsa. Tüm bilgiler, 24 saat müşterinin emrindedir.
8. Müşteri Odaklı olma, müşteriye ulaşma, geri besleme yani sahadan, müşteriden bilgi alma kolaylaşıyor. Müşterinizin bir ürün ya da hizmetten memnun olup olmadığını anlama süreniz çok kısalır.
9. Doğrudan müşteriye ulaşma (Aracı maliyetleri ortadan kalkıyor), Daha az stok maliyetleri.
10. Daha az personel maliyetleri.

Türkiye İstatistik Kurumu tarafından 2005 yılı ocak ayında ilk defa gerçekleştirilen girişimlerde bilişim teknolojileri kullanımı araştırması yapılmıştır. Araştırma sonuçlarına göre bilgisayar kullanımı oranı % 87,76 ve internet erişimi oranı % 80, 43 olarak belirlenmiştir. 250 ve daha fazla çalışanı olan girişimlerde internet erişimi % 99,22 iken, 10-49 çalışanı olan girişimlerde bu oran % 77,97 olarak belirlenmiştir. İnternet erişim oranı girişimin büyüklüğü ile orantılı olarak artış göstermektedir. İnternete erişimde, araştırma kapsamındaki sektörler dikkate alındığında % 95,44'lük oran ile "sinema ve video filmleri ile ilgili faaliyetler-radyo ve televizyon faaliyetleri" ilk sırada yer almaktadır. Girişimlerin interneti kullanma amaçları dikkate alındığında çoğunlukla bankacılık ve finansal hizmetlere yönelik işlemler dikkat çekmektedir (http://www.tuik.gov.tr/PreHaber Bultenleri.do?id=605).

2005 yılı ocak ayında bilgisayar kullanılan girişimlerde çalışanların % 40,15'i haftada en az bir kez bilgisayar kullanmaktadır. Aynı dönemde, internet erişimine sahip girişimlerde haftada en az bir kez internete bağlanan çalışanların oranı ise % 35,83 olarak belirlenmiştir. İnternet erişimine sahip girişimlerin % 63,22'si kamu kurum ve kuruluşları ile iletişimlerinde interneti kullanmaktadır. İletişim faaliyetlerinde bilgi almak ilk sırada iken, kamu ihalelerine elektronik ortamda teklif verme oranı tüm sektörlerde düşük olduğu gözlenmiştir. Kamu ihalelerine elektronik ortamda teklif vermede gayrimenkul, kiralama ve iş faaliyetleri sektörü % 11,53 ile ilk sırada yer almıştır. Kendi internet sitesine sahip olan girişimlerin oranı % 48,20 olarak tespit edilmiştir. 250 ve daha fazla çalışanı olan girişimlerde internet sitesi sahipliği, 10- 49 çalışanı olan girişimlerin iki katından daha fazla olduğu görülmüştür. İnternet üzerinden sunulan hizmet türleri içerisinde, ürünlerin pazarlanması ilk sırada yer almaktadır. Girişimlerin, güvenlik tedbiri olarak, % 93,36'sı virüs kontrolü veya koruma yazılımı, % 32,21'i güvenlik duvarı ve % 29,97'si ise güvenli sunucu kullandığını beyan etmiştir (http://www.tuik.gov.tr/PreHaber Bultenleri.do?id=605).

Girişimlerde bilgisayar kullanım ve internet erişimine sahiplik oranlarına bakıldığında 2007 yılı ocak ayında bilgisayar kullanımı % 88.7, internet erişimi % 85.4 olarak belirlenmiştir. 2008 yılı ocak ayında bilgisayar kullanımı % 90.6, internet erişimi ise % 89.2 olarak belirlenmiştir. İnternet erişimine sahip girişimlerin web sayfasına sahiplik oranları 2007 yılı ocak ayında % 63.1 olarak

belirlenmiştir. 2008 yılı ocak ayında ise % 62.4 olarak olarak belirlenmiştir (httpwww.bilgitoplumu.gov.trduyuru2008HanehalkiAnketi.pdf).

Dünya'nın ve piyasaların hızla küreselleştiği ve bilginin stratejik öneme sahip olduğu günümüz şartlarında, özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelerin ticari bilgi ve iletişim ihtiyacının karşılanması amacıyla, Birleşmiş Milletler Ticaret Noktalarını Geliştirme Programı çerçevesinde pek çok ülkede ticaret noktaları kurulmuştur. UNCTAD(Birleşmiş Milletler Ticaret Ve Kalkınma Konferansı) tarafından desteklenen UNTPDC'nin (United Nations Trade Point Development Center) geliştirdiği Küresel Ticaret Noktaları Ağı (Global Trade Point Network/GTPNet) Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere (KOBİ) "Elektronik Ticaret Olanakları" (Electronic Trade Opportunities/ETO) sunmaktadır. Ticaret yapanlar ağ üzerinden sunulan ETO hizmeti ile, ihtiyaç duydukları piyasa, nakliye, sigorta, kredi olanakları, gümrük mevzuatı ile ithalat ve ihracat bilgilerine kolayca ulaşabilmektedirler. Firmalar ve kişiler kendi ürün ve hizmetlerini tanıtabilme fırsatını sistem sayesinde yakalayabilmektedirler. Küresel Ticaret Noktaları Ağı, ticaret alanındaki kamu ve özel sektör çabalarının desteklenmesi ve milli ekonomilerinin verimlilik düzeylerinin artırılması için, 180 ülkede kurulmuş olan ticaret noktalarını internet üzerinden birbirine bağlayan "Küresel Ticaret Noktaları Ağı"dır. Dünyanın her tarafındaki kullanıcılarına elektronik posta aracılığı ile dağıtılan ürün, hizmet ve yatırım bilgileri GTPNet'in ETO hizmeti olup internet üzerinde en fazla başvurulan sitelerdendir. Tüm ticaret noktaları GTPNet üyesi olarak sistemden yararlanabilmektedir. GTPNet üzerinde, ETO kullanımı ve EDI uygulaması ile KOBİ'lere kendi olanakları ile ulaşamayacakları bilgileri edinme olanağı saplamaktadır. Ayrıca küresel pazarlara ulaşma noktasında elektronik ticaret olanağı sağlamaktadır (Özbay 2000: 43). KOBİ'ler Küresel Ticaret Noktaları Ağ sistemini kullanarak kendilerine değişik iş alanlarında yeni iş imkânları sağlayabilirler.

İnternetin yaygın kullanımı sayesinde, kapalı yapıdan açık yapıya geçerek küresel ağların getireceği avantajlardan yararlanmak mümkün hale gelecektir. Kapalı bilgisayar ağları üzerinden elektronik ticaret uygulamaları bir ölçüye kadar gerçekleştirilmektedir. Ancak, açık bilgisayar ağı olan internet, elektronik ticaret için çok daha uygun bir altyapıdır. KOBİ'lerin iş yürütme aşamasında, ürünün satılma aşamasında, dünyaya açılarak elektronik ticaret yapması, KOBİ'lere

gelecekte iyi bir ticaret kapısı olacaktır (Ene 2002: 269).

Büyük işletmeler ticari anlamda büyük bir maddi kazanım elde ettikleri için elektronik ticarete girmeseler de piyasada devamlılığını sürdürmede problem yaşamazlar. Fakat KOBİ'lerin büyük işletmeler gibi genişleyip maddi anlamda kazanımlar elde edebilmeleri için elektronik ticarete girmeleri kendi menfaatlerine olacaktır. Çünkü normal yollarla çok pahalı olan (reklâm, işgücü, v.b.) elektronik ticarette çok düşük maliyetlerle yapılmaktadır. Dolayısı ile KOBİ'lerin elektronik ticareti bir geçiş kapısı olarak değerlendirip kendilerine bir yol çizmeleri gelecekleri açısından önemlidir.

Elektronik ticaret içerisinde bazı işletmelerin internet sayfası kurarak araba alıp satma işine girdikleri gözlenmektedir. Araba pazarlarında alım satımı yapılan ikinci el araçlar, internet üzerinden yapılan satışlarla elektronik ticaretin yeni gözdesi olma yolunda ilerlemektedir. Oto galericilerle alıcıları buluşturan siteler, satışını yaptıkları araçların tüm özelliklerini fotoğraflarla internet ortamına taşıyıp otomobilin her türlü özelliğini alıcıya bildirmektedirler. Araç sahibi olmak isteyenler ise arama motorları sayesinde bütçelerine en uygun seçeneğe bir tıkla kolayca ulaşabilme imkânı sağlamaktadır. araba.com.tr sitesi genel müdürü Selma Elmacı Bağcı, yaptığı açıklamada, elektronik ticaret uygulamasının otomobil alanında giderek yaygınlaştığını, yaygınlaşmada sayıları her geçen gün artan otomobil sitelerinin önemli bir rol oynadığını söylemiştir. İkinci el araç almak isteyenlerin artık, araba pazarları yerine internet sitelerini tercih ettiği bir gerçektir. İnternet sitelerinin tercih edilmesinde en büyük rol otomobillerin çeşitliliğidir. Müşteri pazarlarda sadece almak istediği araba ile sınırlı kalabilir. Seçenek az olduğu için belki de beğenmediği bir aracı almak zorunda kalabilir. Ancak araba satışı yapan siteler bu olumsuzluğu giderme noktasında alıcılara yardımcı olmaktadırlar. Bünyesinde yüzlerce çok araç bulunduran internet siteleri, müşteriye çok değişik seçenekler sunmaktadır. Sitenin, araç arama bölümüne giren bir kişi, renk,motor, özellik ve fiyatta binlerce alternatifle karşılaşmaktadır. Bütçesine de en uygun aracı alma şansını elde etmektedir (http://www.memurlar.net/haber/98602/).

Elektronik ticaret, KOBİ'ler açısından çok büyük önem taşıyan bir konudur. Aynı zamanda elektronik ticaret, klasik ticarete göre çok uygun bir ticaret şeklidir. Tüketicilerin de dünyanın her tarafındaki ürünler hakkında bilgi

sahibi olmaları için internet reklâmlarına ve tanıtıcı bilgilere bakmaları gereklidir. İnternet reklâmlarının rağbet görmesi bir çok şirketi yeni pazarda yerini almaları için internet sayfası kurmaya yönlendirmiştir (Dişli 2007: 7).

KOBİ'lerin ticari anlamda destek görmesi gelecekleri açısından önemlidir. Avrupa Birliği'nin de KOBİ'lerin desteklenmesi konusunda hibe programları vardır. Hibe programlarının asgari hibe büyüklüğü 50.000 Euro olarak öngörülmektedir (Karabacak 2004: 54).

Bazı kurumların ve kişilerin çalışmaları ile desteklenip yürütülen gelişmelerin yaptığı potansiyel kısa sürede dünyada herkesin ilgisini çekmeye başlamıştır. 1990'lı yılların ortalarından itibaren bazı ülkeler KOBİ'lerin elektronik ticaret imkânlarından daha iyi faydalanabilmeleri amacıyla ortak projeler oluşturmaya başlamışlardır. Yapılacak çeşitli çalışmalar neticesinde KOBİ'lerin elektronik ticaret alanındaki sistemlere dâhil olabilmesi sağlanabilir. Nitekim çalışmalarda, öncelikle elektronik ticaret alanındaki mevcut durum ve yöneticilerin elektronik ticarete ilişkin tutumları ele alındıktan sonra, kısaca KOBİ'lere yönelik elektronik ticaret alanındaki ortak politikalar incelenmesi gerektiği belirtilmiştir (Bozkurt 2005: 270).

İnternetin ticari boyutunun sınırları aşarak ve bürokratik işlemlerden de uzak olarak dünya genelinde ucuz bir pazar oluşturması KOBİ'ler için önem kazanmıştır. Özellikle dış ticaret işlemlerinin güçlükle yapılıyor olması ve pazarlamada çıkan problemler nedeniyle KOBİ'ler zor durumda kalmaktadır. Fakat KOBİ'lerin elektronik ticaret vasıtası ile varolan problemlerini en aza indirmeleri olanaklıdır. Dünya genelinde KOBİ'lerin ticari anlamda kendilerini kanıtlama olanakları doğmaktadır (Çelik 1998: 178).

KOBİ'lerin ekonomik düzenin beraberinde getirdiği yeni çalışma koşullarına uyum sağlaması gereklidir. Uyumu sağlayabilmek amacıyla gerek devletler gerekse uluslararası örgütler, elektronik ticaret konusunda işletmeleri bilgilendirmeye yönelik çalışmalar içine girmişlerdir. Çünkü elektronik ticaret alanında yapılan çalışmaların önemli bir kısmı, ABD dışındaki ülkelerin çoğunda KOBİ'lerin önemli bir kısmının elektronik ticaretin henüz tümüyle farkına varmadığını iddia etmektedir. Hükümetler ve örgütler, KOBİ'lere elektronik ticareti öğretici nitelikte yayınlar yapmaktadırlar. Günümüz şartlarında bazı

firmalar elektronik ticaret alanında dersler vererek kişilere ve firmalara destek olmaktadır. Firmaların boyutları küçüldükçe, elektronik ticaretin temel taşı olan internet kullanımının da gerilediğine tanık olunmaktadır. Nitekim Internal Market Survey'e göre, 1000 işçiden fazla işçi çalışan firmalarda, internet kullanım oranı yüzde 42'yi bulmasına karşılık, oran 2-49 arasında işçi çalıştıran KOBİ statüsündeki işletmeler için yüzde 14'e düşmektedir (Bozkurt 2005: 272). Elektronik ticareti teşvik edici önlemleri alma konusunda çalışmalar başlatılarak elektronik ticaret genişletilmelidir. Elektronik ticaret konusunda KOBİ'ler büyük işletmelerle ve üniversiteler ile işbirliğine giderek kendilerini geliştirme imkânı elde edebilirler (Yıldız 2008: 971).

1. 3. Çalışanlar

Türkiye'de bilişim uzmanı olarak çalışanlara bakıldığında 2007 yılı Ocak ayında bilgisayar kullanılan girişimlerin % 10.3'ü bilişim uzmanı istihdam ettiklerini belirtmişlerdir. 2008 yılı Ocak ayında ise bilgisayar kullanılan girişimlerin % 12.5'i bilişim uzmanı istihdam ettiklerini belirtmişlerdir. (httpwww.bilgitoplumu.gov.trduyuru2008HanehalkiAnketi.pdf).

Elektronik ticarette hem bilişim uzmanı olarak istihdam edilenler hem de diğer görevlerde bulunanlar sanal ortamlarda çalışmaktadırlar. Sanal çalışmanın bazı noktalarda avantajlı bazı noktalarda dezavantajlı durumu olabilmektedir. Elektronik ticarette satıcı ve alıcı durumda olanlar sanal ortamda farklı mekânlarda ve farklı ülkelerde çalışabilirler. Çalışanlar belki de çalıştıkları kişileri hayatı boyunca hiç göremeyeceklerdir. Fiziki mekânda aynı odayı paylaşanlar hemen bir problemde ortak çözüme kavuşma noktasında daha hızlı olabilirler. Fakat sanal çalışanlar bir çok konuda fiziki mekânları arayabilirler.

Geleneksel işyeri çalışanları ortak toplantılarla kendilerini geliştirebilecek imkânlar bulabilirken sanal çalışanlar aynı ortamda bulunamayabilmektedirler. Fiziki mekânda yüz yüze iletişim kuramayanlar elektronik ortamda toplantı yapabilmektedirler.

Sanal çalışanların bilgiye ulaşması geleneksel çalışanlara göre daha kolaydır. Sanal çalışanların bilgiye kolay bir şekilde ulaşması, geleneksel çalışanlara göre ayırt edici bir özelliktir. Sanal çalışanlar sanal ortamda kendilerini daha iyi bir şekilde geliştirme imkânına sahiptirler. Sanal imkânlar, sanal

çalışanların sadece bir konuda değil değişik konularda kendilerini geliştirmelerine olanak sağlayan pozitif bir çalışma alanı olarak nitelendirilebilir.

1. 4. Elektronik Devlet Uygulamaları

Gerçekte fiziki olarak birleşme yapma imkânı olmayan işletmelerin uluslar arası iş yapması elektronik ticaretin dış ticarete ilişkin katkılarını göstermektedir. Diğer taraftan dış ticaretin elektronik ticaret sayesinde büyümesi devlete olan katkısını göstermekte ve milli gelirin de artmasına sebep olmaktadır.

Dünyada elektronik devlet yaklaşımları öncelikli olarak yerel yönetimlerdeki uygulamalarla başlatılmıştır. Gelişmiş ülkelerin yanı sıra gelişmekte olan ülkelerde elektronik devlet uygulamalarına büyük önem verilmekte ve özel sektör tarafından desteklenmektedir. Gelişmekte olan ülkelerle gelişmiş ülkelerin elektronik devlet uygulamaları arasında çok büyük farklılıklar bulunmaktadır (http://www.nvi.gov.tr/Attached/NVI/makale/makaledoc/dunyadaedevletuygulamalari.doc).

Devletin çok geniş bürokrasiden kurtulup elektronik devlet kapsamında işlerini elektronik ortama yayması sistemin en güzel örneğidir. Elektronik ticaretin yaygınlaşmasını desteklemek amacı ile kamunun vergi ödemeleri ve gümrük işlemleri de elektronik ortama geçmiştir. Tüketici ile kamu idaresi arasında her türlü vergi, sağlık ve hukuksal etkinlik yer almaktadır. Henüz yaygın örnekleri olmayan kategoride ehliyet, pasaport başvuruları, sosyal güvenlik primleri ile vergi ödemeleri vb. uygulamalar gerçekleştirilmektedir. Uygulama ile amaç elektronik devlete geçişi (kamu hizmetlerinin internet ortamında gerçekleştirilmesi) sağlamaktır (Küçükyılmazlar 2006: 12).

Elektronik devlet kapsamı içerisinde değişik bakanlık ve kuruluşların değişik projeleri vardır. Bazı bakanlıklar projelerini yapıp uygulamaya koymuşturlar. Bazı bakanlıklar ise projelerini devam ettirmektedirler. Sanayi Bakanlığına ait elektronik ticaret projesi, Tarım Bakanlığının çiftçi kayıt sistemi projesi, Milli Eğitim Bakanlığı'nın bilgisayar destekli eğitim projesi, Merkez Bankasının elektronik menkul kıymet sistemi vb.projeleri örnek olarak gösterilebilir (Törenli 2004: 242).

1. 5. Küresel Etkileşim ve Örgütler

Teknoloji sayesinde uluslararası çalışan şirket veya kişiler sürekli bir küresel etkileşim içinde olmaları kendilerine çok şey katabilir. Küreselleşme sürecinde, küreselleşmenin elektronik ticarete getirisi çoktur. Küresel etkileşimin kötü taraflarını zamanla ülkeler ortak toplantılarla ortadan kaldırıcı işlemler yaparak gidermeleri gereklidir. Üzerinde mutabık kaldıkları sözleşmeler yaparak kötü taraflarını çözüme kavuşturabilirler.

Elektronik ticaret örgütün tüm yönlerini kapsamakla birlikte onun paydaşlarını ve örgütün geleceğini tanımlar. Bu yüzden elektronik ticaret yatırımcı ilişkilerini desteklemektedir. Aynı zamanda elektronik ticaret öğrencilerle potansiyel işsizlere elektronik iletişim kurarak çeşitli etkinliklerde onlarla iş yapabilmektedir (Watson 2007: 5).

Bazı konulara ortak çözüm önerileri getirerek sorunları çözmede devletler küresel etkileşim içerisinde birbirlerine yardımcı olmaları mümkündür. Yardım edilecek konular arasında: Elektronik ticaret için ortak ürün üstünde çalışmak, uluslar arası bilişim suçlarına ortak çözüm önerisi getirmek, dış ticarete yönelik değişik çalışma yapmak, küresel tek şirket altında birleşip bir ürünün üretilmesinde değişik aşamalarda katkı sunmak sayılabilir.

Elektronik ticarette kâr oranının arttırılması, pazar payını büyüterek genişlemenin olması gereklidir. Müşteri hizmetlerinin genişlemesi, ürünlerin daha hızlı dağıtılması örgüt performansını arttıran unsurlardır (Watson 2007: 5).

2. ELEKTRONİK TİCARETTE TARAFLAR

Elektronik ticaret uygulamalarında yer alan taraflar yani müşteriler ve satıcılar itibariyle ticaret; farklı isimler ile tanımlanmaktadır. Genel olarak "işletmeler arası" ve "işletmeden tüketiciye" olmak üzere iki grupta incelenmeye başlanan elektronik ticaret işlemleri, gelişen teknoloji ile birlikte farklı alanlara da kaymış ve uygulamalar artmıştır. Teknolojide yaşanan hızlı ilerlemelerin fark edilmesi ve daha fazla kişi, kurum ve kuruluş tarafından kullanılması tarafların da gelişip değişmesine yol açmıştır. Etkin teknolojinin günlük yaşamda tercih edilmesinin yanı sıra gelişmelere paralel olarak hukuki alt yapının hazırlanması ve güncellenmesi sayesinde farklı elektronik ticaret uygulamaları ortaya çıkmıştır (Küçükyılmazlar 2006: 11).

Elektronik ticarette taraf olabilmek için öncelikle bazı terimlerin açıklamalarını öğrenmek gereklidir. Terimleri öğrendikten sonra elektronik ticarete atılmak için belli başlı yöntemlerden birini kullanarak sanal bir mağaza açılabilir. İnternet siteleri aynı zamanda tarafları sanal ortamda bir araya getirmektedir. Alım satım işlemi yapabilen siteler ise dinamik sitelerdir. Ek olarak kişiye özel bilgiler sağlayabilen; örneğin, çapraz satış yapabilecek düzenlemeler olan siteler ise kişileştirilmiş sitelerdir (Özbay 2000: 39).

Elektronik ticarette kişilerin yaptığı işlemler: Bireysel işlerin internetten görülmesi Alışverişlerin yapılması. Kıyaslama yaparak ürünler için bilgi alınması. Her türlü faturanın internetten yatırılması. Vergi ödemelerinin yapılabilmesi. Reklâm uygulamaları(internet sayfası). Evde yapılan işlerin ticarileştirilmesi

Elektronik ticarette devletin yaptığı işlemler: Fatura tahsili. Vergi tahsili. İhaleler. İşletmelerin ve devletin koordinasyonu (İgeme).

Elektronik ticarette işletmelerin yaptığı işlemler İşletmeler arası işlemler: İnternet sayfaları ile ilgili işlemler. Mal alım ve satımı. Siparişler. Devlet ile olan işlemler. İnsanlarla olan işlemler. İhalelerin takibi. Ticari anlamda ilişkiler. Reklâm uygulamaları. Hizmet alımları.

Elektronik ticarette resmi kuruluşların yaptığı işlemler: Elektronik ticaret koordinasyon kurulu'nun kurulması. Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu'nun çalışmaları.

Elektronik ticaret sürecinde taraflar ikiye ayrılmaktadır. Birincisi doğrudan taraflardır (alıcılar, satıcılar). İkincisi dolaylı taraflardır (üreticiler, komisyoncular, sigorta şirketleri, nakliye şirketleri, özel sektör bilgi teknolojileri, sivil toplum örgütleri, üniversiteler, onay kurumları, elektronik noter, dış ticaret müsteşarlığı, gümrük müsteşarlığı, devletin elektronik ticaret yapan birimleri, diğer kamu kurum ve kuruluşlarıdır).

Elektronik ticaret, elektronik bir ağ üzerinden bir ürünün, işin veya servisin satın alınması veya satılması sürecini ifade etmektedir. Elektronik ticaretin, en yaygın olarak yapıldığı ortam internetteki tarafların yaptığı alışveriş sistemleridir. Elektronik ticaret denince akla ilk gelen işlem türü de firmadan tüketiciye işlemlerdir. Firmadan tüketiciye olan elektronik ticaret ile uğraşan firmalara en güzel örnek Amazon internet sitesi teşkil etmektedir. Amazon internet sitesi

kendisini her zaman istediğiniz her şeyi bulacağınız ve keşfedeceğiniz yer olarak tanıtmaktadır. Amazon internet sitesi tüketicilere kitap, elektronik cihazlar ve video satmaktadır(Walther 2002: 4).

2. 1. Firmadan Firmaya Alışveriş

Firmadan firmaya (Business to Business B2B) alışveriş anlamına gelmektedir. Bir firma ile bir diğer firma arasındaki elektronik işlemlerini içermektedir. Böyle bir elektronik ticaret işine giren işletmeler, genellikle tüketiciler ile daha az ilişkili olmaktadır. Burada hem satıcı hem de alıcı yani internet kullanıcısı firmadır. Dünyada işlem hacmi yani cirosu anlamında en hızlı gelişen online alışveriş firmadan firmaya alışveriştir. Çünkü firmalara inanılmaz faydalar sağlamaktadır. Firmaların elektronik ortamda ekonomik olarak her türlü işi gördükleri bir ticaret şeklidir. Örneğin bir firmanın toptan veya perakende bayileri arasındaki online alışveriş veya bir firmanın tedarikçileri arasındaki online satın alma işlemlerini yapmasını sağlayan internet siteleri firmadan firmaya alışveriş kapsamına girerler (Olcay 2006: 103). Ülkemizde değişik alanlarda ve değişik konularda firmalar arası elektronik ticaret artış göstermektedir. Otomotiv, elektrikli beyaz eşya, bilgi teknolojileri, vb. sektörlerde uygulanmaktadır. Ayrıca ana sanayi yan sanayi ve ana firma servis ağı arasındaki ticari işlemlerde, işletmeler arası elektronik ticaret uygulamalarının hızla artış gösterdiği gözlenmektedir (İnfomag 2002: 30).

Şirketler arası elektronik ticaret bir şirketin diğer bir şirket ile elektronik ticaret araçlarını kullanarak gerçekleştirdiği ticaret şeklidir. Böyle yapılan ticarette ürünün sadece satın alınması değil ürün alındıktan sonra şirketlerin birbirleri ile ekonomik anlamda birbirlerini tanıyarak birbirlerine yardımcı oldukları ve işbirliğine gittikleri bir ticaret şeklidir. Firmadan firmaya alışveriş 1960'ların başından beri kullanılmakta olup firmadan firmaya alışveriş en yaygın elektronik ticaret şeklidir. Elektronik Veri Değişimi'nin (EDI - Electronic Data Interchange) kullanılarak bilgi ve belgenin sanal ortamda internet siteleri üzerinden karşılıklı olarak akışının sağlanması yoluyla yapılmaktadır. Firmadan firmaya alışveriş şekli, firmaların elektronik ortamda tedarikçiye sipariş vermesi, malın üretimi, pazarlanması, satışı, sigortası, nakliyesi, fatura bedelinin ödenmesi ve satış sonrası hizmetlere kadar ticaretle ilgili hemen hemen bütün işlemleri kapsamaktadır.

Ticaret şekli yatay olabileceği gibi firma-bayi-dağıtıcı-tedarikçi şeklinde dikey de olabilir (Küçükyılmazlar 2006: 11).

Satıcı konumundaki internet siteleri bir ya da bir kaç arz kaynağının bir araya gelmesiyle oluşturulur. Firmadan firmaya alışveriş kapsamında pazaryerleri güçlü arz kaynakları tarafından küçük veya etkisi düşük alıcıları hedefleyerek kurulmaktadır. Alıcıların internet sitesine üye olması sağlanarak üyelerin bilgileri alınıp bilgilere göre değerlendirmeler yapılabilir. Firmalar alınan bilgiler sayesinde farklı pazarlama bileşenlerini toplayıp yeni bir konu oluşturarak gelecekte neler yapılacağına dair iş planları da yapabilirler (Aksoy 2006:127).

Firmadan firmaya alışveriş kapsamında yapılan elektronik ticaret, günümüzde gerçekten çok ciddi rakamlarla ölçülmektedir. Amerika Birleşik Devletlerinde yapılan bir araştırmaya göre, dünyada gerçekleşen firmadan firmaya alışveriş ticaretinin toplam hacmi 80 trilyon USD dolardır. Avrupa'da ise bu rakamın toplam ticari işlemlerin %77'sine tekabül eden 14 trilyon USD dolar olduğu görülmektedir (İnfomag 2001: 21).

Elektronik ticaret, firmalar arası ticarette maliyetlerin azaltılması ve verimliliğin artırılmasında önemli rol oynayan bir unsur olarak ortaya çıkmaktadır. Bütün aşamalarında (kasa, stok kontrol, vb.) barkod okuyucu kullanan ve işlemlerini elektronik ortamda gerçekleştiren bir süpermarkette her şey otomatik olarak yapılmaktadır. Bilgisayar envanterdeki ürünlerin (raflar, depo) takibini yapmakta, ürünlerin satış eğilimlerini izlemekte ve gerektiğinde sipariş vererek klasik anlamdaki ticaret şeklini değiştirmekte ve işin akışını hızlandırmaktadır. Yeni siparişler, bilgisayar ağı üzerinden üreticiye otomatik olarak gönderilip siparişlerin de müşteri bekletilmeden getirilmesi ve ödemenin de elektronik ortamda yapılması firmalar arası işleyişi etkin hale getirmektedir. Bilgisayardaki programlar ile sipariş formu hazırlandıktan sonra, söz konusu bilgiyi otomatik olarak satış, üretim, dağıtım ve muhasebe bölümlerine göndererek idari anlamda da bürokratik işlerin çabuk olması hedeflenmektedir. Siparişlerin üretimi sonunda ürünler, fatura ile birlikte alıcıya gönderilmekte ve zaman kaybı önlenmektedir (İnfomag 2002: 30).

2. 2. Firmadan Son Kullanıcıya Elektronik Ticaret

Firmadan son kullanıcıya (Business to Customer B2C) hizmet veren sitelerin de iş hacmi hızlı bir şekilde büyümektedir. Satış hizmeti veren bazı

internet siteleri aynı zamanda son kullanıcıya da satış yaptıklarından B2C kapsamına da girerler. Firmadan son kullanıcıya firmaların ve kişilerin internet siteleri vasıtası ile günümüzde çok yaygın olarak kullandıkları alışveriş sistemidir (Olcay 2006: 103).

Firmadan son kullanıcıya elektronik ticaret şekli, son yıllardaki internet ve cep telefonları teknolojilerindeki gelişmelerle ortaya çıkmış yeni bir tür alışveriş ortamıdır. Elektronik ticaretin en çok bilinen türüdür. İnternet siteleri üzerinden tüketicilerin her türlü mal veya hizmete erişmesi, mal ya da hizmet hakkında bilgi ve fiyat alması, rakip firmalarla kıyaslama yapabilmesi, elektronik ödeme, elektronik bankacılık ve sigortacılık, danışmanlık işlemleri vb. yapılmasıdır. İnternet vasıtası ile firmadan son kullanıcıya elektronik ticaret şekli, çok yaygın hale gelmiştir. Firmaların da internet sayfalarına her türlü ürünü yerleştirerek satmak istemesi firmadan son kullanıcıya elektronik ticaret şeklini daha da geliştireceğe benzemektedir. Elektronik ticaretin gelecekte internet ile daha gelişecek olması tarafların da kendilerini geliştirmelerine yol açacaktır. Sanal mağaza uygulamaları ile firmalar elektronik ortamda, bilgisayardan otomobile, kitaptan pizzaya birçok ürünün doğrudan tüketiciye satışını yapmaya başlamıştır. Yaygın cep telefonu kullanımı ile birlikte cep telefonu teknolojisi de aynı internet teknolojisi gibi gelişmekte yer ve zaman gibi kısıtlar olmaksızın elektronik ticaret yapılan uygun bir ortam haline gelmektedir (Küçükyılmazlar 2006: 12).

2. 3. Tüketici ile Devlet Arası Elektronik Ticaret

Devletten yani resmi kurumdan son kullanıcılara (Customer to Government C2G) ya da vatandaşa dönük olarak yapılmış olan alışveriş şeklidir. Bazı belediyelerin emlak vergisini internet ortamından tahsil etmesi, araçların vergilerinin internetten ödenmesi sisteme en iyi örnektir.

Kamu ile şirketler arasındaki lokal ağlar üzerinden yapılan ticaret, haberleşme ve diğer tüm etkinlikler C2G kapsamında tanımlanmaktadır. Kamu ihalelerinin internette yayınlanması ve firmaların elektronik ortamda teklif vermelerinin yanı sıra, elektronik imza, elektronik noter, dış ticaret işlemleri, elektronik gümrükleme, elektronik ortamda hukuki ve ceza sorumluluğunun düzenlemesi ilk örnekleri oluşturmaktadır (Küçükyılmazlar 2006: 12). Ticaret şeklinde günümüzde artık arabaların trafik cezaları, her türlü sigorta vb. işleri

kamu dairesine gitmeden bir aracı veya internet vasıtası ile elektronik ortamda yapılıp yürütülebilmektedir.

2. 4. Devletten Şirkete Elektronik Ticaret

Devletten yani resmi kurumdan iş hayatına (Business to Government B2G) yapılan elektronik ticarettir. Elektronik devlete geçiş sürecine katkıda bulunmak için hazırlanan internet siteleri duruma iyi bir örnektir. Çok yaygın bir uygulama alanı değildir.

Gelişmeye açık olan elektronik ticaret şeklidir. Elektronik devlet kapsamında devletin elektronikleşemeye gösterdiği ilgi ile yakından ilgilidir. Kamu kuruluşları ile firmalar arasındaki ticari işlemler olarak da tanımlamak mümkündür. Gümrük işlemleri ve kamu ihalelerinin sonuçlarının elektronik ortamda duyurulup ilgililerin işlemlerinin internet ile yapması şeklinde olabilmektedir (Kılınç 2006: 56).

2. 5. Tüketiciden Tüketiciye Elektronik Ticaret

Açık arttırma işlemlerine göre pazarlarda tüketicilerin birbirlerine çeşitli mal veya hizmetleri satıp almasına sanal ortamda aracılık eden bazı internet siteleri üzerinden yapılan elektronik ticaret türüdür. Elektronik ticaretin kapsadığı aktiviteler aşağıdaki konulardan oluşmaktadır (Küçükyılmazlar 2006: 12):

Tüketiciden tüketiciye elektronik ticarette değişik işlemler yapılabilir. Yapılabilecek işlemler; mal ve hizmetlerin elektronik ortamdan satın alınması, reklâm ve bilgilendirme, üretim planlamasını yapma ve üretim zincirini gerçekleştirme, tanıtım, sipariş verme, anlaşmaların yapılması, elektronik banka işlemleri ve fon transferi, elektronik konşimento gönderme, gümrükleme elektronik sistem aktiviteleridir.

3. ELEKTRONİK TİCARETİN EKONOMİK BOYUTU

Geçtiğimiz yıllarda bir alışveriş yapmak veya bir ürünü görüp beğenebilmek için dükkân dükkân hatta il il dolaşılırken şimdi ise arama motorları veya internetteki reklâmlar sayesinde bir tık ile birçok sonuca ulaşılabilmekte ürünün iyi taraflarını, kötü taraflarını, fiyatını ve daha birçok özelliğini karşılaştırarak birkaç dakika içinde alışveriş yapılabilmektedir. İnsanların zamanın çok değerli olduğu günümüzde artık en ufak eşyadan en büyük eşyaya kadar

birçok ürün elektronik ticaret sayesinde çok kısa sürede internetten veya ilgili teknolojiden yararlanılarak alınabilmektedir. Yapılan alışveriş hem zamandan hem de paradan tasarruf etmemizi sağlamaktadır.

Ekonomi pek çok endüstri için rekabetçi, isimsiz pazarların ortaya çıkarılmasına izin vermektedir. Elektronik pazarlarda alıcılar ve satıcılar birleşmekte ve rekabet fiyatları en uygun düzeylerin yakınına inmektedir. İsimsiz pazarlar kanal eşitliğinin oluşturduğu bazı güven düzeyleri olmadan çalışmamaktadır. Nitelikli alıcı ve satıcıların diğer tarafın kimliğini bilmeye ihtiyaç duymadıkları isimsiz değiş tokuşlar alıcıların beğendikleri bir yapıdır. Ekonomi, sigorta, finans, seyahat ve diğer kurulu ürünler gibi oldukça türdeş servislerin alıcılarını güçlendirilmektedir. Mükemmel eksiksiz bilgi alıcıları, kararlar almaya yöneltecek ve işlemleri etkili bir biçimde yapılmasına olanak sağlayacaktır (Özgüven 2002: 163).

3. 1. İşletmelerin İktisadi Faaliyetleri

Elektronik ticaretin iktisadi hayatta etkilediği birçok konu vardır. Elektronik ticaretin faaliyetleri değişik alanlara yayılmıştır. Alanlar şu şekildedir (http://www.elektronikticaretrehberi.com/e-ticaretgenelbilgiler.php# bolum1.1):

1. Pazarlama, satış ve promosyon,
2. Ön satış, taşeronluk, tedarik,
3. Finansman ve sigorta,
4. Ticari işlemler: Ssipariş, teslimat
5. Ödemeler
6. Servis ve bakım,
7. Ortak ürün geliştirme ve çalışma,
8. Kamu ve özel hizmetleri kullanma,
9. Kamu ile ilgili işlemler: Vergi, gümrük, vb.
10. Teslimat ve lojistik,
11. Kamu alımları,
12. Muhasebe,

13. Elektronik ortamdaki ürünlerin otomatik ticareti,

14. Anlaşmazlıkların çözümü.

Bir ülkenin iktisadi durumunu, iktisadi gelişmesini gerçeğiyle görmek için iktisadi verilere bakmak gereklidir. Devletin bütçesine bakıp değerlendirmeler yapmak mümkündür. Ayrıca bir ülkenin ülke içinde ürettiği ve ihraç ettiği malların bedeli ile ithal ettiği mallara ödediği bedel arasındaki denge önemlidir. Kısaca bu denge dış ticaret dengesi olarak adlandırılmaktadır (Özbay 2003: 64).

3. 2. Elektronik Ticaretin Avantajları

Elektronik ticaretin birçok yönden avantajı vardır. Söz konusu avantajlar arasında en önemlileri, elektronik ticaretin kişilere zaman kazandırması, ürün kıyaslamasının yapılmasına olanak sağlaması, ürünlerin geniş araştırmalarının yapılması ve elektronik ticaretin ucuz olmasıdır.

Elektronik ticaretin avantajı ihtiyaç duyulan nitelikli personelin temininde, fiziki mekân sınırlamasının ortadan kalkmasıdır. Fiziki mekân sınırının ortadan kalkması sayesinde bir çok konuda olduğu gibi eleman ihtiyacında da sıkıntı olmamaktadır. Uzman eleman ihtiyacı göz önüne alındığında dünyanın herhangi bir yerindeki uzmandan yararlanmak mümkün hale gelmektedir. Normal ticarette eleman sıkıntısı çekilirken elektronik ticarette böyle bir sıkıntı olmamaktadır. İstediğiniz yerden hatta değişik ülkelerden elemanları internet üzerinden çalıştırmak mümkündür (Bozkurt 1996: 203).

Şirketlerin elektronik ticarette avantajlarından bazıları ise stok yönetiminin, müşteri hizmetlerinin, sevk ve idarenin, iletişim giderlerinin, sipariş takibinin ve şirketteki muhasebe sistemiyle entegrasyonunun daha düşük maliyetli olması vb. avantajlardır. Şirketlerin düşük maliyetli işleri tercih etmesinden dolayı ürünlerin de fiyatı düşmektedir. Fiyatın düşmesi müşteriler için ürün satın alma noktasında daha avantajlı duruma gelmesine sebep olmaktadır (Stralser 2006: 259).

İnternetin ticari ürünleri satmada kullanımı, ilk başta "belki olabilir" türünden ve süslü internet sayfalarından oluşan birtakım denemelerden ibaret iken, bazı internet sayfaları ile 1-2 yıl içerisinde, sadece internet üzerinden sattıkları servislerle birer büyük şirket haline gelmeleri, hayalleri gerçeğe dönüştürmüştür. İnternetin her geçen gün gelişmesi yeni ekonomi açısından da önemlidir. İnternet

üzerinde dönen ekonomi her geçen gün artmaktadır. Hatta, 1999 yılında Amerikan Ticaret Bakanlığı'nın yaptığı bir araştırmada internet ekonomisinin (ucuz girdi ve iş gücü, az maliyet vb sebebiyle) enflasyon oranının azaltılmasında rol oynadığı saptanmıştır (http://www.genbilim.com/content/view/472/97/).

Elektronik anlamda kurumsal çalışmalar tüketiciye ulaşmak için önemli bir araç olmuştur. Geleneksel ticarette 10 Ykrş'luk bir alışverişin ödenmesinde zorluklar yaşanıp alışveriş esnasında sıkıntıya düşülmektedir. Fakat internet üzerinden veya genel olarak sanal ortamlardan küçük miktardaki ödemelerin basit bir şekilde yapılabilmesi ve bu ödemeler için peşin ödemelerde olduğu gibi herhangi bir masraf verilmemesi elektronik ticareti avantaja dönüştürmektedir (Çölkesen 2008: http://ab.org.tr/ab08/bildiri/144.doc).

Elektronik alışveriş, coğrafi sınırlamaları ortadan kaldırarak çok önemli bir problemi ortadan kaldırmaktadır. Kullanıcıların daha fazla bilgiye, çok daha az zaman ve maliyetle ulaşabilmesini sağlayarak zamandan ve paradan tasarruf etme imkânı vermektedir. Firmalara, hem tüketicilerin kişisel istek, ihtiyaç ve taleplerine uygun mal ve hizmetleri sunma, hem de daha az maliyetle ve çok daha kısa sürede teslim etme imkânını vererek kişisel ihtiyaçları gidermede ve firmaların ürettikleri bir malı satmada üreticilere ve tüketicilere önemli kolaylıklar sağlamaktadır (Turan 2008: http://ab.org.tr/ab08/bildiri/3.doc).

Üretimi yapılan bir malın satışına kadar olan süre içerisinde değişiklikler olduğunda alıcı ve satıcı bir araya gelmesi gerekmediğinden hizmet ticaretinde maliyetler düşmektedir. Fiyatların düşük olmasında aracıların ortadan kalkarak aracıların yerine internet sayfaları ve değişik reklâmların yer alması önemli bir rol oynamaktadır (Korkmaz 2004: 21).

Dünyanın her tarafına bilgisayar sayesinde üretilen malları satmak mümkündür. Elektronik ticaret ile yılın 365 günü 24 saat alış veriş yapılabilmekte finans hizmetleri, kanun hizmetleri, tıbbi tavsiyeler de internet üzerinden yapılmaktadır (Rajaraman 2000: 21).

Geleneksel ticarette bir ülkede diğer bir ülkeye ortalama 50 belge düzenlenmektedir. Aynı zamanda bu belgelerin kopyaları da çıkartılmaktadır. Fakat elektronik ticarette normal ticaretteki gibi belge düzenlenmesine gerek

yoktur. Elektronik ticarette kırtasiyecilik masraflarının arttırılarak maddi külfete gerek duyulmadan ticaret yapılması mümkündür (Öngöre 2005: 17).

3. 3. Elektronik Ticarette Vergilendirme

Elektronik ticaret içerisinde vergi, sistemli olarak işlemeyen bir konudur. Küreselleşme ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan sorunların başında vergi gelmektedir. Sermaye ve emeğin yüksek vergilerin bulunduğu ülkelerden daha düşük ülkelere kayması ile birlikte bazı sorunlar da ortaya çıkmıştır. Çok uluslu şirketlerin üretimlerini birden çok ülkede parça parça gerçekleştirmeleri, internet ve elektronik ticaretin gelişmesiyle birlikte sanal şirketlerin ortaya çıkması, şirketlerin yerinin kesinlik göstermemesi problem teşkil etmiştir. Şirket ve müşterilerin farklı ülkelerde olması ve dolayısıyla farklı vergi düzenlemelerine tâbi olması elektronik ticarette vergi problemini daha da arttırmaktadır. Şirketin sabit yapıda olmaması vergilendirme açısından surunlar çıkartmaktadır (Anbar 2001: 21).

Elektronik ticaret hususunda hala vergi beyannamelerinin internet üzerinden verilememesi büyük bir problemdir. En önemli engel olarak elektronik imza yasasının çıkmış olmasına rağmen konu hakkında gerekli yasal ve teknik çalışmalar henüz tamamlanamamıştır (Kayıhan 2004: 208).

Elektronik ticarette, coğrafi sınırların kalkması ve teknolojinin hızlı bir şekilde gelişip yaygınlaşması ile birlikte vergi düzenlemeleri yetersiz kalmış vergi kaçırma imkânları da artmıştır. Doğal olarak vergi konusu uluslar arası ve ulusal düzeyde tartışılır hale gelmiştir. Elektronik ticarette vergileme ile ilgili olarak, bir ürünün hangi ülkeden alındığı veya ürünün hangi ülkeye ait olduğu gibi konularda sorunlar ortadan kaldırılmalıdır (Kayıhan 2004: 29).

Bilgi toplumunun gelişiminde elektronik ticaret AB ve sistemlerinde kaçınılmaz önemli değişiklere neden olmaktadır. Bunun en önemli sonucu elektronik ticaretin devletin sabit vergi gelirinin ortadan kaldırdığı gibi yasal meşruiyet konusunda da sıkıntılar yaşatmaktadır (Feint 1998: 4).

3. 4. Elektronik Ticarette İşlemler

Günümüz bilgisayar teknolojilerinden yararlanarak bir çok iş yapılabilir. İnternet ağları kullanılarak yapılabilecek her türlü iş ve elektronik ticaret aktiviteleri aşağıdaki gibi sıralanabilir (Canpolat 2001: 14);

1. Mal ve hizmetlerin elektronik alışverişi,
2. Üretim planlaması yapma ve üretim zinciri oluşturma,
3. Tanıtım, reklâm ve bilgilendirme,
4. Sipariş verme,
5. Anlaşma/sözleşme yapma,
6. Elektronik banka işlemleri ve fon transferi,
7. Elektronik konşimento gönderme,
8. Gümrükleme,
9. Elektronik ortamda üretim izleme,
10. Elektronik ortamda sevkiyat izleme,
11. Ortak tasarım geliştirme ve mühendislik,
12. Elektronik ortamda kamu alımları,
13. Elektronik para ile ilgili işlemler,
14. Elektronik hisse alışverişi ve borsa,
15. Ticari kayıtların tutulması ve izlenmesi,
16. Doğrudan tüketiciye pazarlama,
17. Sayısal imza, elektronik noter gibi güvenilir üçüncü taraf işlemleri,
18. Sayısal içeriğin anında dağıtımı,
19. Anında bilgi oluşturma ve aktarma,
20. Elektronik ortamda vergilendirme,

3. 5. Elektronik Ticaretin Reklâmı ve Tanıtımı

Elektronik ticaretin satın alma aşaması büyük oranda reklâmlardan ve ürünlerin detaylı tanıtımlarından geçmektedir. Ticaret ve iş ilişkilerinde elektronik ortamların ve özellikle internet teknolojilerinin kullanılmasıyla yapılacak ürün tanıtımı çok etkileyici olabilmektedir. Elektronik ortamlarda yapılan tanıtım ile mevcut iş imkânları büyüyerek, halen pazarlanan ürünlerin satışı daha da kolaylaşacaktır. Elektronik posta sayesinde ucuz maliyetlerle tanıtım yapılabilmektedir. Reklâm, ürün tanıtımı, satış öncesi ve sonrası destek ve benzeri

kanalların elektronik ortamda daha da yaygınlaştırılması gelecekte elektronik ticarete daha fazla katkı sağlayacaktır (Özbay 2000: 43).

Reklâm her ürünün daha iyi satılabilmesi için gerekli bir araçtır. Reklâmı olmayan bir ürün ne kadar çok kaliteli olursa olsun satış imkânı zor olmaktadır. Elektronik ticarette işin bütün yönleri elektronik ortamda yapıldığından dolayı reklâm almak ve reklâm vermek de kolaydır. Elektronik ticaret, tüm müşteri ve ürün yaşam döngülerini yöneten işletme faaliyetlerini reklâmdan pazarlamaya, satışlara, siparişe, üretime, dağıtıma, müşteri hizmetine, satış sonrası desteğe kadar olan alanı kapsamaktadır (Seybold 2001: 20).

Elektronik ticaret fiziki bir mekâna bağlı olmadığından dolayı hem girişimci bireyler hem de işletmeler açısından cazip bir meslek olarak görülmektedir. Elektronik ticaret ve elektronik iş, kendi işini kendi kurmak ve işletmek isteyen kişi ve girişimciler için yeni bir iş fırsatı olabilmektedir. Küçük girişimciler, internet üzerinde açtıkları elektronik dükkanlarda farklı ürünler satarak piyasanın değişik yönlerini elektronik ortama taşımış ve tüketiciler açısından değişik bir pazar olarak oluşturmuşlardır. Ayrıca girişimciler ve elektronik mağaza sahipleri internet sitelerine reklâm alabilirler veya başka bir internet sitesine reklâm satabilirler. Reklâmı kişiler hazırlayıp internet sitesine koyabildikleri gibi reklâmı başkasına hazırlatarak da reklâm işini başka bir kişi veya işletme vasıtası ile gördürebilmektedirler. Reklâmın internet sitelerine girmesi kişiler ve firmalar açısından maddi anlamda değişikliklere neden olmaktadır. Reklâmlar sadece ticari açıdan değil bilgi açısından da önemli değişiklikler getirmektedir. 2000'li yılların popüler konusu olan, bilgiyi arama ve işine yarayan kişiyle buluşturma yani bilgi danışmanlığı elektronik ticaretteki ve internetteki reklâmlarla daha da iyi bir seviyeye ulaşmıştır (http://www.e-ticaretmerkezi.net/ 10kural.php).

İnterneti verimli kullanmak ve internet üzerinde elektronik ticaret reklâmı yapmak için çok fazla miktarda paraya ihtiyaç yoktur. Sadece, dikkatli ve süreklilik içinde çalışmak ve piyasadaki geçerli ürünleri tespit ederek onlar üzerinde yoğunlaşmak, ticari anlamda iyi bir gelir kapısı olabilir. İnternet üzerinde elektronik iş, elektronik ticaret uygulamaları yaparken ve elektronik dükkan açarken bazı konularda çok dikkatli ve tedbirli çalışmak gereklidir. Üzerinde çalışılması gereken önemli konulardan bir tanesi, diğerlerinden farklı bir stil

geliştirerek ilgiyi internet sitelerine çekmektir. Unutulmamalıdır ki, herhangi bir kişi, büyük bir şirketten daha iyi bir internet sayfası yapabilme imkânına sahiptir. İnternet üzerinden servis yapan şirketlerin büyüklükleri, dükkan vitrini sayılan internet sayfaları ile istenilen düzeye getirilebilir. Ürün tanıtımı ya da ürün satışı yapılan bir internet sitesi, sürekli güncellenerek müşterilerin ilgisini arttırmalıdır. Müşteriler internette gezinerek ürün bilgilerini toplayıp kararını ürün bilgilerine ve ürün reklâmına göre yapmaktadır. Fakat aynı zamanda birçok elektronik dükkan da, sadece bir fare tıklaması uzaklıkta olup her an müşteri çekebilmektedir. İnternet, normal ticarete göre müşterilere ulaşabileceğiniz ucuz bir reklâm hizmeti sunmaktadır (http://www.e-ticaret merkezi.net/ 10kural.php).

Günümüz ticaret anlayışında, reklâmcılığın müşterilere karşı bir tutumu vardır. Üreticiler, tüketicilerin, ürünü satın almalarını sağlamak üzere tasarımlanmış görüntü ve seslerle bilgilendirme yoluna gitmektedirler. Çok az reklâm içerik açısından çok zengin olabilir. Gerçekte, internette engelleyici olan durum reklâmcılığın içeriğinin özgür olması ve zorla giriş yapan doğasıdır. İnternet, bilgiye değer vermektedir. İnternet ortamında, bilgi sağlayıcı ile tüketiciler arasındaki çizgi değişik bir durumdadır. Bilgi, reklâma göre değişiklik göstermektedir. Gerçek ürün bilgisi reklâmla daha iyi alınabilmektedir (Barron 1998: 666).

Yeni ekonomide ürününüzü ya da işinizi dünyaya duyurmada ücretsiz veya sıfıra yakın bütçe ile uygulayabileceğiniz pazarlama kanalları mevcuttur. Bir kişinin haftada en az yarım saat ile bir saat arası kanallar üzerinde çalışarak başarıya ulaşma imkânı vardır. Piyasaya yeni çıkaracağınız bir ürünü, internette çok ucuz bir maliyetle reklâm vererek dünyaya tanıtmak mümkündür. Normal bir reklâm ile ulaşamayacağınız kitlelere çok çabuk ulaşarak etkili bir reklâm kampanyası yürütülebilir. Pazarlanacak herhangi bir ürününüzü internetten çok kısa süre içerisinde pazarlayıp kazandığınız para ile yeni işler yapılabilir. Böylelikle sizin ekonomik anlamda değişiminize katkı sağlayacak yeni pazarlar da çıkacaktır. Küresel stratejinizi belirledikten sonra amaç ve hedeflerinizi belirleyip hedeflere göre iş yapılmalıdır. Hedeflere ulaşmada izleyeceğiniz yollara iş planında geniş olarak yer verip ona göre iş yapılmalıdır. Birinci ve ikinci dereceden ulaşılacak elektronik ticaret sektörlerini belirlemek etkili bir plandır.

Planlara ulaşmada hangi elektronik pazarlama kanallarının uygulanıp hangilerinin uygulanmayacağını belirlemek de önemli bir husustur (Öncü 2002: 48).

Elektronik ticaret içerisinde sigorta ve kasko işlemleri de yer almaktadır. Özellikle sigorta şirketlerinin sadece satış yaklaşımları ile değil diğer faktörleri de göz önünde bulundurarak işlemlerini yürütmeleri sigorta şirketlerini geleceğe taşımada önemli bir faktör olarak görülmektedir. Satış sürecini etkileyen pazarlama, reklâm, müşteri hizmetleri ve diğer işlemlerle elektronik ticaret içerisinde yerlerini almaktadırlar (Yazıcı 2002: 99).

İyi bir internet uygulamaları ile işletmelerin her alanda müşteri ile yakın bir ilişki kuracağı görüşü yaygınlaşmaktadır. Sigortacılık sektöründe elektronik ticaret uygulamaları sadece sigorta poliçelerinin satın alma süreci olarak değerlendirilmemelidir. Müşterilerin sigorta satın alma sürecinin önemli bir bölümü araştırma, kıyaslama ve seçim aşamalarından oluştuğu gözlenmektedir. Elektronik ticaret sigortacılık işlemlerinde sadece alım ve satım olarak değil satın alım sürecini tetikleyen aynı zamanda da ara aşamaları da kapsayan bir uygulama olarak ele alınmalıdır (Yazıcı 2002: 98).

İnternet siteleri kişinin veya şirketin dışa dönük yüzüdür. Nitekim günümüzde birçok şirket elektronik ticaret sitesi yapıp şirketini sanal ortama taşımaktadır. İnternet sitesi, kataloglarını siteye yerleştirip bağlantıda sipariş alıp sipariş verebilmektedir. Elektronik ticaret, ticari bir işlem ve sanal bir alışveriş sepetinden oluşmaktadır. Elektronik ticaretin hizmet biçimi, ziyaretçilerin aylık ödemeler ya da reklâmları izleme karşılığında raporlara, verilere, önerilere ya da diğer bilgi türlerine ulaşmalarını sağlar. Başarılı elektronik ticaret şirketleri, en iyi satış elemanlarını otomasyona yerleştirerek verimi arttırmaya çalışır. Sıradan elektronik ticaret şirketleri, en iyi satış elemanlarını sıradan bir otomasyona geçirerek işlerini yürütür. Broşürlerin internette neden prim yapmadığını anlamak kolaydır. Elektronik ticaretin neden uzun vadeli başarıya götürecek bir tarife olmadığını anlamaksa daha güç olabilir. Cevap, çoğu elektronik ticaret modelinde internetteki müşterilerle iletişim kuran tek grubun internet ekibi olması, müşteriler ve şirket temsilcileri arasındaki iletişimde daralmanın oluşmasıdır. İlişkinin derinleşmesini ve bağlılığın artmasını sağlayacak olan müşteri-çalışan etkileşiminin gelişmesine yardımcı olmamaktadır. Bir işletmeyi bağlantıda

kılmanın daha iyi, daha uygun bir yolu vardır. Müşteri ile iletişimin devamlı olması işletmenin geleceği açısından çok önemli bir konudur (Siegel 2001: 32).

İnternet sitesinin, içeriği doyurucu bilgilerle dolu olması internet sitesinin herkes tarafından ziyaret edilebilmesini sağlamaktadır. İnternet siteleri, ürünlerle ilgili olarak detaylı ve doyurucu bilgi vermelidir. İşletmenin faaliyet konusu ile ilgili olarak, içinde yer aldığı sektörde uzman bir işletme imajı verebilmesi önemlidir. Üretim konusu mal veya hizmetle ilgilenen herkesin, müşteri olsun ya da olmasın internet sitelerini ziyaret etmesi ticari başarı açısından çok iyi bir durumdur (Bedestenci 2004: 365).

Müşteriler, içeriği ilginç, yeni, katılımcı, çekici olan internet sitelerine tekrar tekrar gelebilmektedirler. İnternet sayfalarına iyi bir ziyaretçi akını oluşturulduğunda, ziyaretçilerin bir süre internet sayfalarında kalmaları ve tekrar gelmeleri isteniyorsa, ziyaretçilerin görmek istedikleri bir şey gösterip ziyaretçilerin internet sayfalarına ilgilerini arttırmak mümkündür. Her zaman ziyaretçiler için çekici bir içerik gerekmektedir. Fakat her gün mükemmel bir içerik sunmak zordur. İnternet sayfaları için çoğu zaman yardımcı elemana gerek duyulur. Müşteriler ve ortaklar internet sayfalarına yön vermesi açısından çok iyi kaynak olabilirler. Müşterileri, internet sayfalarına destek sağlamaları için teşvik edip, internet sayfalarını müşterilerin istediği gibi güncellemek ve müşteriler için internet sayfalarını cazip hale getirmek mümkündür (Geller 2002: 302).

İnternet sayfalarında herkesi kucaklayacak bir sayfa olması için bir taktik izlenebilmelidir. Müşterileri, internete çekmek için hediyeli satışlar yapılmalıdır. Örneğin, internet sayfalarından ürün alan her müşteri için değişik yerlerde bedava bir yemek şeklinde bir yarışmanın düzenlenmesi internet sayfasının güncel olmasını sağlayacaktır. İnternet sayfalarından belli bir fiyatın üzerinde ürün alan her müşteri için elektronik bir ürün hediye etmek de internet sayfasında merak uyandırır (Settles 1996:126).

Elektronik ticaret kapsamında ele alınabilecek bir diğer mamul de internet sayfalarıdır. İnternet sayfaları, özellikle geleneksel hizmet veya internet sayfalarından hizmet veren işletmelerin mamulü olarak kabul edilebilmektedir. Oluşturulacak internet sayfasının özellikleri ve marka olarak kabul edilecek adresi son derece önemli bir konu olarak görülmektedir. İnternet sayfalarında, tasarımdan

kullanım kolaylığına, renk uyumundan hızlı erişime kadar her özelliğe dikkat edilmesi gerekmektedir. İnternet sayfaları, az sözle çok şey anlatacak şekilde tasarlanmalıdır. Ayrıca internetten hizmet veren işletmelerin internet sayfalarının adresleri birer marka niteliği olarak görülmektedir (Haşıloğlu 2007: 43).

İnternet sayfalarının yükleme hızının yavaş olması kullanıcıların en önemli şikâyetlerinden biridir. İnternet sayfaları kullanıcıların istediği kadar hızlı yüklenemez ve internet sayfasına erişim çok yavaş olursa kullanıcılar başka bir internet sitesine girip alışveriş yapabilirler. Çoğu kullanıcı bir sayfanın yüklenmesi için kısa bir süre bekleyip, daha sonra başka bir siteye yönlenmektedir. Eğer müşterilerde gerçekten zaman darlığı varsa çok fazla beklemeden girmek istedikleri internet sitesine girmekten vazgeçebilirler.. Görsel sunum, animasyon ve resimler, internet sayfalarını daha cazip ve ilgi çekici hale getirmekle birlikte, internet sayfasına girme süresini uzatmaktadır. Resimli internet sayfalarının yüklenmeleri yazı içerikleri formatına göre daha uzun sürmektedir. Görsel sunum dosyalarını daha az ve küçük tutmak internet sayfalarının daha hızlı yüklenip açılmasını sağlayabilecektir. İnternet sayfalarının çok fazla abartılı olmamasına dikkat edilerek amaca uygun yazı, resim ve reklâmın konulması yararlı olacaktır (http://www.teknoart-design.com /hizmetler/web/rehberler/e-ticaret/altyapi.php).

İnternet sayfalarının bir hayli fazla olduğu günümüz şartlarında internet sayfalarının vazgeçilmez unsuru internet reklâmlarıdır. İnternet reklâmları diğer medya sektörlerinde olduğu gibi finans kaynağıdır. İnternet sayfalarına bir çok yöntemle reklâm almak mümkündür. Sabit ve hareketli resimlerle internet sayfalarının değişik yerlerinde gelir kaynağı olarak reklâm yapmak mümkündür (Demirkol 2005: 225).

İnternetin dünyanın değişik yerlerine pazarlama imkânının olması sayesinde firmalar değişik arayışlar içine girmişler ve kendilerini internet sayfası ile tanıtma imkânı bulmuşlardır. İnternet sitelerinin muhteşem gücünü fark eden firmalar mallarını her kesime ulaştırabilmek için etkili internet sayfaları yaparak müşteriyi çekmeye çalışmışlardır. İnternet adreslerini müşterilerine vererek müşteri ilişkilerini internet siteleri üzerinden gerçekleştirme yoluna gitmişlerdir. İnternet sayfaları alıcı ve satıcı arasında adeta bir köprü vazifesi kurarak etkileşimi en üst seviyeye çıkartmıştır (Bozbel 2006: 21)

Ticari internet sayfaları genellikle aşağıdaki işlemlerin birini veya birden fazlasını gerçekleştirir (Welling 2007. 318): İnternetteki broşürlerle şirket hakkında bilgiler vererek işlemlerin ve satışların yapılmasına olanak sağlar. Mal veya hizmetler için siparişler alır. Hizmet veya internet üzerinden dijital ürünler sunar. Genel anlamda masrafları azaltır. Hızlı iletişim ile zamanı iyi kullanır.

Devletin en önemli gelir kaynağı vergilerdir. Verginin düzenli olarak toplanması ile devletler yapacakları işleri tamamlarlar. Elektronik ticaretin potansiyelini kavrayan devletler, internet işlemlerinin vergilendirilmesinde, vergi kaybına neden olmayacak fakat çifte vergilendirme veya haksız vergilendirmeye de yol açmayacak şekilde düzenlemeler yapmaları gerekmektedir. Düzenlemeleri gerçekleştirmek için devletin vergi çalışmalarına hız vermesi gereklidir çünkü elektronik ticaret hızla her alanda faaliyet göstermekte klasik ticarette alınan vergilerin klasik ticaretin azalması ile vergi kaybına dönüşmektedir. Üzerinde durulması gereken önemli bir husus olarak, bu tür çalışmaların diğer devletlerle birlikte yürütülmesi çok önemli bir konudur. Sorunlara uluslararası ortak bir çözümün bulunması gereklidir. Problemlerde ve elektronik ticaretin vergilendirilmesinde küresel bir yol izlenmesi gerekmektedir (Anbar 2008: 22).

Elektronik devlet çalışmaları hızlı olmamakla birlikte genişleyerek devam etmektedir. Belediyecilikte, maliye işlerinde, sağlık sektöründe ve emniyette elektronik ticaret sürecine dâhil olma çalışmaları vardır. Kurumlar tek başına elektronik ticaret sürecine dâhil olduğunda problemler yaşanabilir fakat elektronik devlet kapsamında bütün kurumların elektronik ortama geçmesi ile birlikte işlemler daha hızlı ve etkin olabilecektir (Kargı 2006: 196).

4. ELEKTRONİK TİCARETİN SOSYAL BOYUTU

İnternet genel olarak insanları toplumdan soyutlayan bir araç olarak görülmektedir. Oysa günümüzde insanlar internet sayesinde topluluklar kurabilmekte ve sorununun çözülmesi için internetten yardım alabilmektedir. Topluluklara üye olarak, herhangi bir ürünün problemini çözme noktasında topluluktan yardım alabilmektedir. İnternet sayesinde ürünlerin iyi veya kötü taraflarını öğrenebilmektedir. Ürünün daha da verimli olabilmesi için deneyimlerden yararlanma noktasına gidilmektedir. Örneğin bir bilgisayar almak için internetten araştırma yaptığınız zaman hangi parçanın alacağınız bilgisayara

daha uyumlu olabileceği konusunda bilgileri çok kolay bir şekilde bulabilirsiniz. Hem bir ticari araç olarak kullanılması, hem de sosyal bir danışma görevi görmesi açısından internet, bir boşluğu doldurmaktadır.

4. 1. Elektronik Ticaretin Sosyal ve Psikolojik Etkileri

Yerinden alışveriş, yerinden bankacılık, hatta işe gitmeden evden çalışma vb gibi kullanımlar insanın sosyal yaşamını etkileyebilecek unsurlardır. Bir açıdan bunlar insana başka işler yapmak için zaman kazandırmaktadır. Diğer yandan da yerinden alışveriş kişileri tembelliğe itebilmektedir. Ancak, internet kullanımının hayatın akışını yönlendiren servislere kaydığı düşünülürse, iş tanımları, yaşam biçimlerinin değişmeye başladığı da söylenebilir (Gülcü 2003: 256).

İnternet ortamında herkes aynı mesafededir. Elektronik ticaret, kişiler arasındaki mesafe, yaş, cinsiyet, ırk, kültür vb gibi gerçek dünya hayatında önemli olabilecek pek çok özelliği de ortadan kaldırmaktadır. Yaygın bir görüşe göre internet, kişilerin sosyal yaşamlarında olumsuz etkilere sahiptir. İnsanların elektronik postalardan etkilenip alışveriş yapabileceği internet siteleri de çoktur. Gerçek dünyadan farklı bir ortamda, sanal dünyada, insanlar arası ilişkiler değişmektedir. Çoğu durumda birbirleri ile etkileşen insanlar bir internet adresi, bir elektronik posta adresi vb. gibi konulara daha fazla ilgi duyarak iletişimin değişik yönlerini hayatına sokmuşlardır. İnternet uygulamalarıyla kişiler kendilerini sosyal ve psikolojik yönden tatmin ederek her türlü işini internetten gerçekleştirerek sosyal zamanlarını internette geçirmektedirler (Gülcü 2003: 256).

4. 2. Elektronik Ticaret ve Zaman Tasarrufu

Zaman darlığı nedeni ile bir çok kişi alışverişini çok çabuk bir şekilde yapmaktadır. Oysaki elektronik ticaret kişilere çok az bir zamanda bir çok ürünü inceleyerek satın alma fırsatı vermektedir.

Bir şeyler alacağınız zaman günlerce bir çok firmayı dolaşıp bilgi alacağınıza internet ile çok kısa bir süre içinde bir ürün hakkında bilgi alarak ve firmalara elektronik posta göndererek bilgilerin kendinize ulaştırılmasını sağlayabilirsiniz. Gelecek bilgilere göre en uygun ürünü anında satın almak mümkündür. Alınan ürün geleneksel olarak yapılan ticaretten kat kat daha fazla zaman tasarrufu yapılmasını sağlamaktadır. Ayrıca bir ürün alındıktan sonra da o ürün ile ilgili olarak ilgili yerlere elektronik posta göndererek ürünün kullanımı ile gerekli detayları almak mümkündür.

4. 3. Elektronik Ticarette Ürün ve Hizmetlere Erişim Kolaylığı

Ticaret yaparken karşılaşacağınız güçlüklerin bir kısmı elektronik ticaret ile ortadan kalkmaktadır. Normalde bir ürün alacağınızda bir mağazadaki diğer müşteriler ile veya yolculuğunuz esnasında diğer kişilerle sorun yaşanabilir. Mağazaya gittiğinizde müşteri temsilcisi ile veya mağaza sahibi ile tartışma yapma durumu ortaya çıkabilir. İstediğiz bir ürünü size zorla satmak için veya başkalarını kötülemek için papağan gibi öten kişilerle gereksiz tartışma ortamına girilebilmektedir. Alınacak ürünün fiyatı konusunda da problemler yaşanmaktadır. Ödeme yapılırken de zor duruma düşülmektedir. İnternetten alışverişlerde hem daha ucuza alınabilmekte hem de alınacak ürün detaylı bir şekilde incelenebilmektedir.

Elektronik ticaret hızlı bir işlemdir. Elektronik ticaret kapsamında bir online katalogdan sipariş vermek normal kataloglardan sipariş etmekten daha hızlı ve kolaydır (Watson 2007: 5).

Elektronik ticarette bozuk para olmaması nedeni ile problem hiç yaşanmamaktadır. Hem satıcı ürünün tam fiyatını alır hem de alıcı tam fiyatını öder.

Ticaretin oluşması için gerekli altyapı ve unsurların oluşmasını sağlayarak elektronik ticaretin keyfini sürmek mümkündür. İnternet siteleri aracılığı ile yapılan alışverişlerde kişilere çok önemli kolaylıklar getirilmektedir (Özbay 2000: 39).

Elektronik ticaret esnasında alacağınız bir ürün ile ilgili olarak ziyaret ettiğiniz bir sayfada çeşitli kategorilerden oluşan müşteriyi bilgilendirme servisleri vardır. Servisler size alacağınız ürün ile ilgili olarak gerekli bilgileri vermektedir. Servisler aşağıdaki gibidir:

Sanal Mağazalar; sanal mağazalar başlığı adı altında ürün ile ilgili olarak diğer alışveriş yapılan mağazaların isimleri internet sayfaları ve ürün fiyatı ve ürün ile ilgili olarak kısa öz bilgilerin verildiği kısımdır. Başlıkta ürün ile ilgili kaç firmanın ürünü sattığını da görebiliriz.

Fiyat İstatistikleri; bölümde ilgilenilen ürünün, iki ay öncesindeki fiyatı ve günümüzdeki fiyat arasında olan zaman diliminde ne kadar yükseldiğini

göstermektedir. Ayrıca istatistikle ilgili olarak hem ürünün genel seyri hem de piyasadaki ekonomik durum ile ilgi olarak bilgi alabiliriz.

Ürün Yorumları; kısaca ürünün detayları hakkında bilgi alışverişinin olduğu kısımdır. Kategori elektronik ticaretin en önemli bölümüdür. Bölümde ürünü daha önceden alıp o ürünün iyi yönlerini, kötü taraflarını veya kullanışlı olup olmadığını aktaran bilgilerin olduğu kısımdır. Ayrıca burada üründen daha iyi performans alabilmek için ürüne ilave olarak alınması gerekenler de yazılmaktadır.

Fiyat Takibi; almak istediğiniz ürün ile ilgili olarak, alacağınız ürün istediğiniz fiyat seviyesine düştüğünde fiyat takip servisinden haberdar olmak istiyorsanız, arzu edilen ürün fiyatını, e-mail adresinize gönderilmesini sağlayabilirsiniz. Böylelikle fiyat takibi servisiyle bütçenize uygun alışverişler yapabilirsiniz.

Tavsiye Etme; herhangi bir ürün arkadaşınız tarafından size e-mail ile tavsiye edilebilir. Ayrıca sizde herhangi birine ürünlerle ilgili olarak e-posta gönderebilirsiniz. Sadece ürün tanıtımı değil ürünlerin yer aldığı değişik siteler de tavsiye edilebilir.

Fotoğraflar; istediğiniz bir ürünü oturduğunuz yerden istediğiniz şekilde görebilirsiniz. Almak istediğiniz ürün küçük veya büyük olabilir. Yapmanız gereken ürünün yanına gitmek değil ürünü sizin yanınıza getirmektir. Böylelikle ürünün resmini sizden deneyimli birisine gösterip ürünle ilgili bilgi sahibi olabilirsiniz.

4. 4. Elektronik Ticaret ve Trafik

Elektronik ticarette fiziki mekân sınırı yoktur. Elektronik ticarette bulunulan ortamdan başka bir ortama geçilmediğinden dolayı trafik sıkıntısı veya yolculuk diye gereksiz sıkıntılar yaşanılmamaktadır. İnsanlar genelde dükkanlara gitmeden oturduğu yerden telefon ile veya interneti kullanarak alışverişlerini gerçekleştirmektedir. Kısaca elektronik ticarette, geleneksel ticaretteki gibi bir yerden başka bir yere gitmek için vasıta kullanılmadığından trafik sıkıntısı gibi problemler yaşanılmamaktadır.

İstanbul Büyükşehir Belediye Başkanlığı'nın geçtiğimiz aylarda başlattığı "CepTrafik" yeni bir boyutla "İBB CepTrafik+" olarak İstanbullarının hizmetine

sunulmuştur. “İBB CepTrafik+”nın kullanımı ilk yıl tüm kullanıcılara ücretsizdir. Bir yıl sonra ücretlendirme aylık sabit 5 TL / 40 kontör şeklinde olacaktır. Cep telefonu sayesinde, kişilerin nerede olduğu hesaplanarak İstanbulda’ki en yakın kamera görüntüleri cep telefonu ekranına gelmektedir. Trafik yoğunluğunun olup olmadığına veya seyahat engelinin olup olmadığına “İBB CepTrafik+” programı ile bakmak mümkündür. Tamamen dokunmatik ekrana uyumlu program sayesinde kişiler hangi yoldan ne zaman ve ne şekilde gideceklerine kamera görüntüleri sayesinde karar verebilmektedirler (http://www.ibb.gov.tr/tr-TR/Haberler/Pages/BasinBultenleri.aspx?bbulteniID=5490)

4. 5. Elektronik Ticaret ve Çağrı Merkezleri

Çağrı merkezi(Call Center), çalışanları elektronik ticaret süreci içerisindedirler. Satın alınan bir ürünle ilgili bilgilendirmede veya banka işlemleriyle ilgili olarak alıcı ve satıcı arasında bir bağ kurarak işletmelere destek vermektedirler. Birçok internet sitesinde müşteri hizmetleri bölümü vardır. İnternet mağazasında gezerken veya alışveriş yaparken yardımcı olabilmek amacı ile kurulmuş müşteri hizmetlerinden ürünlerle ilgili detaylı bilgiler alınabilmektedir. Çağrı merkezleri ile satış yapan mağazaların aynı fiziki ortamda bulunmalarına gerek yoktur. Gerekli bilgiler ve eğitim verildikten sonra çağrı merkezleri her taraftan iş yapabilme durumuna gelmektedir.

Çağrı merkezleri, kurumların temasta oldukları kişi veya kurumlarla olan iletişimlerini yürüttükleri, insan kaynakları, pazarlama, yazılım, donanım ve iş akışlarından oluşan etkileşim merkezleri olarak görev yapmaktadırlar. Çağrı merkezlerinde rezervasyon merkezi, yardım masası, bilgi hatları, müşteri ilişkileri gibi konularda bilgiler verilmektedir. Yoğun şekilde gelen veya giden telefon çağrılarının gerçekleştirildiği merkezlerdir. Call Center olarak nitelendirilebilecek merkezler artık sadece "telefon çağrısı" vermemektedirler. Aynı zamanda elektronik posta, faks, mesaj, çevirimiçi sohbet(online chat) gibi iletişim kanallarını da yöneterek ticaret alanında müşteri ile işletme arasında bir bağ kurmaktadırlar (http://www.vodasoft.com.tr/learningcenter/learningcenter02c.php#1).

Artan rekabet, ekonomik durgunluk ürün ve hizmetlere olan talebi azaltmasından dolayı işletmeler farklı araçlar kullanmaya başlamışlardır. Teknolojik gelişmeler de bu araçlara her geçen gün yenilerini ekleyerek yeniş

alanları açılmaktadır. İş hayatında internetin yoğun olarak kullanılması ile birlikte çağrı merkezleri ön plana çıkmıştır (Sarıyer 2007: 149).

Günümüzde işletmelerin müşterilerine etkili bir şekilde ulaşıp sorunları çözmek amacı ile çağrı merkezleri kurdukları görülmektedir. Bazı işletmelerin iş yükünü azaltmaları için çağrı merkezlerini yoğun bir şekilde kullandıkları görülmektedir. Bilgisayar destekli, telefon görüşmelerini içeren ve müşterilerin sorunlarına cevap verilen bu yeni iş şeklinde müşterilere işyeri ile ilgili yardımcı olunmaktadır (Keser 2006: 110).

İnternete erişim sağlayamayan müşterilerin telefonla ürün hakkında bilgilendirme maksadıyla çağrı merkezleri kurulmaktadır. Elektronik ticaret sitelerinden bazıları, müşterilerine daha kapsamlı ve kaliteli hizmet sunabilmek için çağrı merkezi kurmuştur. Çağrı merkezleri, 7 gün 24 saat hizmet vermektedir. Arayanlar, merak ettikleri ürünler hakkında detaylı bilgi alabilmekte ve telefonla sipariş verebilmektedirler (http://www.ntvmsnbc.com/news/111914.asp).

Çağrı merkezleri şirketlere birçok fayda sağlar. Bunlardan bazılarını aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür (http://www.vodasoft.com.tr/learn ingcenter /learningcenter02c.php#1):

1. Müşterinin tek bir merkezden hizmet alabilmesi,
2. Şirket genel operasyon giderlerini azaltması,
3. Şirketlerin ana faaliyet alanlarına yoğunlaşmasını sağlaması,
4. Maliyetlerin önceden hesaplanabilmesi,
5. İlerleyen iş süreçlerinde maliyet azalmaları,
6. 7/24 müşteri taleplerinin alındığı bir merkezin olması,
7. Müşteri talep, şikayet veya bilgilerinin kolay ve basit bir şekilde değerlendirilmesi ve şirketlerin istekleri doğrultusunda analizlerin yapılabilmesi,
8. Satış ve pazarlama faaliyetlerine büyük destek sağlaması ,
9. Müşteriyi tanıma, bilgilerinin güncelleme yapılması ile, müşteri sadakatinin artırılması,

10. Şirketin diğer operasyonel faaliyetleri için kendilerine zaman ayırabilmeleri, Yapılan analiz ve ortaya çıkan raporlar doğrultusunda daha etkin kaynak planlamasının yapılabilmesi,
11. Hizmetin profesyonel bir ekip sayesinde verilmesinden dolayı müşterilerde artan memnuniyet duygusu,
12. Toplanan verilerin tek bir kaynakta depolanması ve ilerleyen zamanlarda ürün ve hizmet gelişimine faydaları şeklindedir.

5. ELEKTRONİK TİCARETİN HUKUKİ BOYUTU

Yapılan alışverişlerde bir problemin ortaya çıkması durumunda Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanununa (TKHK) göre hareket edilir. TKHK' na göre hukuk kuralları ortaya çıkan uyuşmazlığa ve duruma ilişkin bir düzenleme içermiyorsa Borçlar Kanunu düzenlemelerine göre problem çözülebilir(Öngören 2006: 122).

Türk Ticaret Kanununa göre iki grup ticari iş bulunmaktadır. Birincisi bu kanunla ilgili düzenlemelerdir. İkincisi ise; ticari işletmeyle ilgili fiiller ve işlerdir. Ticaret Kanununda düzenlenen hususlar esas itibari ile işletme ile ilgili hususlardır. İnternet ortamında kurulan sözleşmenin ifa yeri ile ilgili olarak Borçlar Kanunu 73. madde hükümleri uygulanır. İlanların yanlış verilmesi ve reklâmlarda ürün hakkında farlı bilgi verilmesi ile ilgili olarak Borçlar Kanunu madde 48' e göre dava açılıp zarar tazmin edilebilir. Haksız fiillerle ilgili olarak problem doğduğunda zararın meydana geldiği yer ile ilgili kanunlar dikkate alınmalıdır (Öngören 2006: 129).

Ceza Kanunları, bilişim suçlan başlığı altında elektronik ortamda işlenen suçlarla ilgili olarak aşağıda belirtildiği gibi özel hükümler taşıyabilmektedir. Halen yürürlükte olan Türk Ceza Kanunu'nun (TCK) 525/a,b,c ve d harfli maddeleri, bir elektronik ortamda program, veri ve unsurların değişik şekillerde ele geçirilip başkalarına zarar verecek şekilde kullanılmasına ceza verebilme konusunu işlemektedir. Adı geçen konular aşağıdaki gibidir (Deniz 2001: 110).

1. Ele geçirilmesini
2. Başkasına zarar vermek üzere kullanılmasını
3. Tahrip edilip silinmesini, değiştirilmesini

4. Sistemin bozulmasını
5. Yukarıdakiler çerçevesinde yarar elde edilmesini
6. Delil olarak kullanılmak üzere bir sisteme girilmesini ve vesile ile veri tahrifini suç olarak düzenlemiştir. Kanun, değişik hallere göre 1-5 yıl arasında hapis cezası öngörmüştür.

Türkiye'de hukuk sisteminin internet'in bazı önemli öğelerinin düzenlenmesi bakımından yetersiz olduğu anlaşılmaktadır. Kanunun internetin birçok yönlerine çözüm getirecek hükümleri bulunduğu da görülmektedir. Bunlar, tahmin edileceği üzere, daha çok özel hukuk alanındadır. İkinci kategori hükümler demetinin de internet ile ilgili sorunlara amaca uygun çözüm getirecek surette tatbiki, hiç şüphesiz yine zaman alacak ve ciddi yorum tartışmalarına yol açacaktır. Ama yine de mevzuatımızın alanda tamamen yetersiz olduğu ve dolayısı ile de internet ile ilgili çeşitli faaliyet ve uygulamaların başı boş kaldığı düşüncesi uyanmamalıdır. Günümüzde bilişim suçları alanında yaşanan artışlar insanların hukuk açısından bilgilerinin yetersiz olduğu anlamına gelmektedir. Ayrıca bilişim uzmanlarının yetiştirilip insanlara fayda sağlaması açısından devlete özellikle de üniversitelere çok iş düşmektedir (Sözer 2002: 16).

Elektronik ticaret için yasal düzenleme çalışmalarına başlanılması gerektiği ifade edilmektedir. Elektronik iş, elektronik ticaret, elektronik imza, elektronik devlet gibi internete dayalı konularda kolaylaştırıcı çözümler gereklidir. Elektronik devlet kapsamındaki faaliyetlerde gerekli hukuki düzenlemelerin yapılması şarttır (Özgüler 2003: 79).

5. 1. Niteliğe Aykırı Mal Satılması

08 Mart 1995 Tarih ve 22221sayılı Resmi Gazetede yayımlanan 4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 4. maddesi genel olarak niteliğe aykırı malları kapsamaktadır. 4. madde de ürünü temin eden tarafından bildirilen reklâm ve ilanlarında veya standardında veya teknik kuralında tespit edilen nitelik veya niteliği etkileyen niceliğine aykırı olan ya da yararlanma amacı bakımından değerini veya tüketicinin ondan beklediği faydaları azaltan veya ortadan kaldıran maddi, hukuki veya ekonomik eksiklikler içeren hizmetler, ayıplı hizmet olarak kabul edilmektedir. Ürünü alan tüketici, hizmetin ifa edildiği tarihten itibaren otuz gün içerisinde aldığı malın ayıbını aldığı yere bildirmekle zorunludur. Tüketici

böyle durumlarda, sözleşmeden dönme, hizmetin yeniden görülmesi veya malın ayıp oranında bedel indirimi haklarına sahiptir. Tüketicinin sözleşmeyi sona erdirmesi, durumun gereği olarak haklı görülemiyorsa, bedelden indirim yapılabilir. Tüketici, belirtilen şartlar çerçevesinde tazminat da isteyebilir. Satıcı, tüketicinin istediği talebi yapmakla yükümlüdür (http://mevzuat.basbakanlik.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=1.5.4077&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=4077%20sayılı%20%20Kanun).

5. 2. Kampanyalı Satışlar

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 7. maddesi genel olarak kampanyalı satışları kapsamaktadır. Kampanyalı satış, gazete, radyo, televizyon ilanı ve benzeri yollarla tüketiciye duyurularak düzenlenen kampanyalara iştirakçi kabul edilmesi ve malın veya hizmetin daha sonra teslim edilmesi suretiyle yapılan satımdır. Kampanyalı satışlar Maliye Bakanlığının izni ile yapılır. Bakanlık hangi tür satışların izne tabi olacağını, ön ödeme, taksit miktarı, teslim süresi, üretici firma garantisi, yatırılacak teminat ile kampanyalı satışlarda uyulması gereken usul ve esasları tespit eder. Tüketici kampanyadan ayrılmaya karar verebilir. Karar verdikten sonra kampanyayı düzenleyen, mal veya hizmetin tüketiciye teslim tarihini geçmemek şartıyla tüketicinin o ana kadar ödediği tüm bedeli ödemekle yükümlüdür. Tüketicinin ödemeye ilişkin tüm edimlerini yerine getirdiği zaman, malın teslimi ya da hizmetin ifasını, ödemenin bitimini takiben en geç bir ay içinde tüketiciye malı teslim etmek zorundadır. Kampanyalı ürünlerin ucuz olarak ve çok kaliteli diye piyasaya sürüldüğü gözlenmektedir. Fiyatının çok ucuz olmasına aldanan müşteriler kısa sürede ürünün bozulduğunu söylemektedirler. Kampanya adı altında satılan ürünlerin iyi bir şekilde benzerleri ile kıyaslayarak alınması gerekmektedir. Ayrıca ürünlerin yan sanayi olup olmadığına son kullanım tarihinin geçip geçmediğine bakılmalıdır (http://mevzuat.basbakanlik.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=1.5.4077&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=4077%20sayılı%20%20Kanun).

5. 3. Kapıdan Satışlar

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 8. maddesi kapıdan satışlarla ilgilidir. Kapıdan satış işyeri gibi satış mekânları dışında yapılan satışlardır. Bakanlık, kapıdan satış yapacaklarda aranılacak nitelikleri, Kanuna tabi olan ve Kanuna tabi olmayan kapıdan satışlar olarak belirler. Kapıdan satışlara

ilişkin uygulama usul ve esaslarını ilgili Bakanlık belirler. Kapıdan satışlarda; tüketici, teslim aldığı tarihten itibaren yedi gün içinde malı kabul etmekte veya hiçbir gerekçe göstermeden ve hiçbir yükümlülük altına girmeden reddetmekte serbesttir. Hizmetlerin satımında ise süre, sözleşmenin imzalandığı tarihten itibaren başlar. Süre dolmadan satıcı veya sağlayıcı, kapıdan satış işlemine konu mal veya hizmet karşılığında tüketiciden herhangi bir isim altında ödeme yapmasını veya borç altına sokan herhangi bir belge vermesini isteyemez. Satıcı, reddetme bildirimi kendisine ulaştığı andan itibaren yirmi gün içerisinde malı geri almakla yükümlüdür. Tüketici, malın mutat kullanımı sebebiyle meydana gelen değişiklik ve bozulmalarından sorumlu olmamaktadır (http://www.alomaliye.com /4077sayilikanun.htm).

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı verilerine göre, 1 Ocak-23 Ekim 2007 tarihleri arasında Çanakkale'den 304 tüketici şikayetini yapılmıştır. Yapılan 304 şikayetten 23'ü kapıdan yapılan satışlardan, 281'inin ise ayıplı hizmetlerden kaynaklandığı belirtilmiştir. Ayıplı hizmetlerin 91'inin cep telefonları, 83'ü bankaların kredi kartlarının yıllık ücretleri, 10'u giyim malzemelerinden, 120'sinin de diğer mal ve hizmetlerden oluştuğu 304 tüketici şikayeti nedeniyle açılan davadan 224'ü lehte, 37'si aleyhte sonuçlanmıştır. 43 şikayet nedeniyle açılan dava ise henüz sonuçlanmamıştır (http://www.canakkaleolay.com /haberdetay.asp?id=37509).

5. 4. Satış Sonrası Servis

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 15. maddesi satış sonrasındaki hizmetleri kapsamaktadır.

İmalatçı veya ithalatçılar, sattıkları, ürettikleri veya ithal ettikleri sanayi malları için o malın Bakanlıkça tespit ve ilan edilen kullanım ömrü süresince, yeterli teknik personel ve yedek parça stoku bulundurmakla mükelleftir. Ayrıca malların bakım ve onarım hizmetlerini sunmak zorundadırlar. İmalatçı veya ithalatçıların bulundurmaları gereken yedek parça stok miktarı Bakanlıkça belirlenir. İthalatçının herhangi bir şekilde ticari faaliyeti sona erebilir. Böyle durumlarda, kullanım ömrü süresince bakım ve onarım hizmetlerini, o malın yeni ithalatçısının sunması gereklidir. Bakanlık, hangi mallar için servis istasyonları kurulmasının zorunlu olduğunu tespit eder. Servis istasyonlarının kuruluş ve işleyişine dair usul ve esasları Türk Standartları Enstitüsünün görüşünü alarak

tespit ve ilanla görevlidir. Garanti belgesiyle satılmak zorunda olan bir malın garanti süresi sonrasında arızalanması durumunda, o malın Bakanlıkça belirlenen azami tamir süresi içinde onarmakla yükümlüdür (http://www.alomaliye .com/4077sayilikanun.htm).

Fiyatlara etki eden bir diğer maliyet kalemi olan satış sonrası hizmet maliyetleridir. Elektronik ticaret uygulamalarına geçiş ile birlikte maliyetler düşmektedir (Civelek 2003: 121).

5. 5. Garanti Süresi

4077 Sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun 13. maddesi garanti süresinin kapsamı hakkındadır. İmalatçı veya ithalatçı firmalar ithal ettikleri veya ürettikleri sanayi malları için Bakanlıkça onaylı garanti belgesi düzenlemeleri gerekmektedir. Mala ilişkin faturanın tarih ve sayısını içeren garanti belgesinin düzenlenip tüketiciye verilmesi gereklidir. Faturanın tüketiciye verilmesi sorumluluğu satıcı, bayi veya acenteye aittir. Garanti süresi malın teslim tarihinden itibaren başlar ve asgari iki yıldır. Ancak, özelliği nedeniyle bazı malların garanti şartları, Bakanlıkça başka bir ölçü birimi ile belirlenip garanti kapsamı bildirilir. Garanti belgesi kapsamındaki malların, garanti süresi içerisinde arızalanması halinde ürünün her türlü masrafını satıcı ödemesi gerekir. Değiştirilen parçadan işçilik masrafına kadar olan süreçteki masrafların hepsi satıcıya aittir (http://www.alomaliye.com/4077_sayilikanun.htm).

5. 6. Elektronik İmza

Elektronik imza, başka bir elektronik veriye eklenen kimlik doğrulama amacıyla kullanılan veya elektronik veriyle mantıksal bağlantısı bulunan elektronik veridir. Elektronik ortamlarda imza yerine kullanılabilmektedir. Elektronik imza, yasal kimlik doğrulama sistemi olarak da kullanılmaktadır (http://tr.wikipedia.org/wiki/Elektronikimza)

Türkiye'de elektronik ticaretin genişletilebilmesi için elektronik imza yasasının çıkması ve hukuki altyapının düzenlenmesi çok önemlidir. Aynı zamanda elektronik ticarette Türkiye'nin dünya ile bütünleşmesi için hukuki altyapının yeniden gözden geçirilmesi, internetin yaygınlaştırılması ve elektronik imzanın genişletilmesi ile olabilecektir (Kayıhan 2004: 207).

Günümüzde elektronik ortamlarda gerçekleştirilen işlemlerde kimlik doğrulama işlemleri çok güvenli ortamlarda ve karşılıklı doğrulama şeklinde gerçekleştirilmemektedir. İnsanlar tabii olarak kendilerini rahat ve güvende hissetmemektedirler. Elektronik imza altyapısı kullanıldığında insanlar bizzat kendileri kimlik doğrulama işlemini gerçekleştirebilecek düzeyde olacağından kendilerini daha rahat ve güvende hissedeceklerdir. Elektronik yaşamın gelişebilmesinin ve tarafların birbirlerini sorunsuzca tanıyabilmelerinin en önemli şartı, elektronik ortama, internet altyapısına güven'in sağlanmasıdır. Bilginin gizliliği, bütünlüğü ve tarafların kimliklerinin doğruluğu kurulacak olan teknik ve yasal altyapı ile garanti edilmektedir. Güven, rekabet ve rahatlık, süreç içerisinde elektronik ticaretin daha da yaygınlaşmasını beraberinde getirecektir. Elektronik dokümanların, gerçek anlamda güvenli bir şekilde gönderilmesi için sayısal olarak imzalanması gereklidir. Sayısal olarak imzalama ile, güven ortamı oluşturulacak olması elektronik ticaretin gelişmesi için çok önemli bir unsurdur. Elektronik ticaretin yaygınlaştırılması, teknik altyapıda elektronik imza unsurlarının kullanılmasıyla ve elektronik imzanın yasal düzenlemelerle desteklenmesiyle kolaylaştırılmış olacaktır (Sağıroğlu 2005:139).

Elektronik imza ile ilgili olarak bir diğer problem elektronik imza ve elektronik doküman sorunudur. Elektronik imza sözleşme uyuşmazlıkların çözümünde geçerli olan bir sözleşme beyanıdır. Bazı ülkeler örneğin kağıt üzerine atılan imzaları belirli işlemlerde yasal bağlayıcılık bakımından bir koşul olarak kabul etmektedirler. Örneğin Almanya'da gayrimenkul işlemlerinde böyle bir şart aranmaktadır. Belirsizlikler ve bazı olumsuzluklar karşısında bazı yazarlar uluslararası ticarette tek şekilli bir kod teklif etmektedirler. Böyle bir gelişme uluslararası elektronik ticareti güçlendirecektir. Elektronik imzanın yaygınlaşması ile beraber yapılan işler kolaylaşacak ve yasal bir zemine oturacaktır. Konudaki öncü çalışmalar BM bünyesinde oluşturulan Uluslararası Ticaret Hukuku Birleşmiş Milletler Komisyonu (The United Nations Commission on Internationel Trade Law -UNCITRAC) tarafından başlatılmıştır (Ekin 1998: 123).

Elektronik fatura iletişimi, bir servis sağlayıcı (elektronik fatura hizmet sağlayıcı) aracılığı ile yapıldığında ve ileri elektronik imza kullanılarak yapıldığında, servis sağlayıcının da faturayı imzalaması için gerekli olan teknik altyapı düzenlemelerine gidilmelidir. İleri elektronik imzanın elektronik

faturalarda tanımlama işlemi için kullanımının, halihazırda uygulanan otomatik süreçlerde fatura yazılması uygulamasını engellememesi sağlanmalıdır. Elektronik imza ile ilgili olarak elektronik faturaların da sisteme uygunluğu incelenip konu üzerinde çalışılması gerekmektedir. Elektronik faturalarda elektronik imza ile tanımlama fonksiyonunun gerçekleştirilmesi ile ilgili olarak gerekli çalışmalar başlatılmalıdır (Berber 2006: 27).

Elektronik imza elektronik ticaret içinde önemli bir yere sahiptir. Fakat elektronik imzada bazı olumsuz durumlarla karşılaşılabilmektedir. Elektronik imzayı yazıya dönüştürmek başarılı bir uygulama olmayabilir. Çünkü bu benzerliklerde bazen problemler çıkabilmektedir (Gladman 1999: 15). Elektronik imzanın doğru bir şekilde kullanılması için internet altyapısının güvenliği şarttır. Ayrıca elektronik imzanın uygulanmasında gerekli koşullar(Kimlik doğrulama, IP adresi vb.) sağlandıktan sonra elektronik imza elektronik ticarette kullanılmalıdır.

Elektronik imzanın gelişebilmesi elektronik ortamda kayıtların ve belgelerin saklanması ile yakından ilgilidir. Elektronik imzanın güvenilir bir şekilde uygulamaya konulması sayesinde elektronik işlemler daha da yaygınlaşabilecektir (Kayıhan 2004: 207).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ENFORMASYON TEKNOLOJİLERİ BAĞLAMINDA ELEKTRONİK TİCARET VE İSTİHDAM

Günlük yaşamda işlerin birçoğu, geleneksel halden çıkıp elektronik ortamda yapılır hale gelmektedir. İşlerin elektronik ortama geçmesi ile birlikte yeni iş sahaları açılmıştır. Elektronik ticaret de iş yaşamını elektronik ortama geçirmiştir. Elektronik ortamda yeni iş sahalarının açılması istihdam alanlarını arttırarak elektronik ticaret işleri ile ilgili kişilere de yeni iş fırsatı vermiştir.

Elektronik ticaret sürecinde bilgi işlem teknolojileri ile birlikte, elektronik tedarik sistemi insan kaynakları alanında değişiklikler yapmıştır. En önemli değişiklik de sipariş, muhasebe, planlama vb. birçok alanda çalışan kişiyi elektronik ticaret konusunda çalışmak üzere yetiştirmektir (Kuşcu 2007: 118).

1. ENFORMASYON TOPLUMU VE İSTİHDAM

Yeni teknolojilerin istihdama etkileri konusunda üç farklı görüş vardır. Yeni teknolojilerin istihdam üzerinde olumlu etkisini öne sürenler iyimserler olarak nitelendirilebilecek düşünürlerdir. İyimserler bilgi teknolojisinin istihdamı arttıracağı kanısındadırlar. Yeni teknolojilerin çalışma hayatının kalitesini geliştireceği görüşündedirler. Yüksek teknoloji kullanan Japonya gibi ülkelerde işsizlik oranının diğer ülkelere oranla düşük olması iyimserlerin görüşlerini desteklemektedirler. İyimserlere göre, yeni teknolojinin kullanılması değil kullanılmaması işsizliğe yol açacaktır. İngiltere ve diğer ülkelerde görülen işsizliğin nedenlerinden biri yeni teknolojilerin kullanılmayarak bu konuda diğer ülkelerden geri kalıp pazar kaybına uğramış olması yatmaktadır. Ayrıca iyimserlere göre yeni teknolojiler işsizliğe yol açsa da yeni teknolojilerin ortaya çıkaracağı verimlilik yeni ürünler, yeni pazarlar, yeni endüstriler yeni istihdam alanlarının açılmasında önemli olacaktır. İkinci bir görüş yeni teknolojilerin işsizliğe yol açacağını görüşündedirler. Bu görüşte emeğin yerine makinenin ikame edilmesinin işsizliği arttıracağını belirtmektedirler. Bilgi işlem teknolojisinin maliyeti hızla azalırken, emek maliyetinin artmaya devam etmesinin bu eğilimi sürdürmesinden endişeli olduklarını belirtmektedirler. Üçüncü görüşe göre yeni teknoloji istihdamı dengelemeye çalışmaktadır. Gelişmenin etkisi, bu

gelişmeden yararlanan insanların onu kullanış amaç ve tarzına bağlı olacağından teknolojinin mutlaka bir yönde etki göstereceğini ifade etmek doğru olmayacaktır (Tokol 2000: http://www.isgucdergi.org/?p=arcview&ex=80&inc=arc& cilt= 2& sayi=1&year=2000).

1. 1. Enformasyon Toplumu ve İşgücünün Küreselleşmesi

İşgücü talebi de değişen iş dünyasına göre küreselleşmektedir. Enformasyon toplumunda insanların çalıştıkları yer değil aynı zamanda yaptıkları işlerin türü de değişmektedir. Yeni teknolojiler enformasyon toplumunu ortaya çıkartmış ve paralelinde yeni toplumsal yapıda işçi kavramı yerini bilgi işçisi kavramına bırakmıştır. Bilgi işçisi, bilgiyi iyi kullanabilen işçiler Dünya'da genel kabul görmeye başlamıştır. Bilgi işçisi denilen yeni sınıf, bilginin asıl güç olduğu yeni toplumda gücü elinde bulunduracağı ileri sürülmektedir. Vasıfsız veya yan vasıflı işçilerden ziyade vasıflı işçi sınıfı ön plana çıkmaktadır. Nitekim, enformasyon toplumu standartlaşmanın, merkeziyetçiliğin, fabrika düzeninin ortadan kalktığı, sürekli ve hızlı değişimin egemen olduğu, bilginin stratejik önem kazandığı ve iş faaliyetlerinin artarak küreselleştiği toplum biçimi haline gelmiştir (Akkirman 2004: 28).

Teknolojik gelişmelerin işgücü üzerinde etkileri söz konusudur. Yeni teknolojilerin gelişmesi ile birlikte rekabet ortamı artmaktadır. Rekabetin artması ve pazarın genişlemesi yeni istihdam olanaklarının artmasında önemli bir rol oynamaktadır. Yeni teknolojilerin, özellikle enformasyon teknolojilerinin kullanımının artması nitelikli işgücünün kullanılmasında etkili olmaktadır(Dpt 2001: 40).

Küresel değişime en büyük potansiyeli getiren bileşen, iş gücünün küreselleşmesi ve yer- mekân unsurundan bağımsızlaşmasıdır. Bilgiye erişimde ve bilginin değişiminde hiçbir fiziksel engel bulunmamaktadır. Aynı şekilde, bilgi birikimini dünya pazarında kullanmak isteyen kişi ya da işletmelerin önünde de herhangi bir engel yoktur. Bilgi teknolojisinin beraberinde getirdiği açıklık, ticaret blokları arasında olduğu kadar bilgi açısından güçlü ve zayıf gruplar-topluluklar-işletmeler arasında da çeşitli politik ve ekonomik sorunlara neden olabilmektedir. İşveren ile çalışan arasındaki bağlantı gittikçe zayıflamakta, işgücü gün geçtikçe sanallaşmaktadır. Ancak, gerek sosyal etkenlerden kaynaklanan aksaklıklar ve gerekse teknolojideki hızlı değişiklikler söz konusu işgücünün belirlenmesini ya

da ikamesini zorlaştırmaktadır. Uzun dönemli sosyal yapı göz önüne alındığında, yeni ekonomik yapının gereksinimine verilmesi gereken işgücü, toplumların eğitim düzeyini yukarıya çekecektir. Yapılacak kısa eğitimlerle işgücü daha iyi hale getirilebilir. Kısa dönemde, söz konusu işgücünün bulunması ve ikame ettirilmesinde en önemli etken, yöneticilerin mevcut personellerinden optimum şekilde performans sağlayacak yöntemler geliştirmesine bağlıdır. Yöntemler personelin eğitim düzeyini artırmak da olabilir, onların teknolojik gelişmeleri izlemelerini sağlayacak bir itici güç de olabilmektedir. Bilgi temelli işgücünün oluşturulması için en önemli etken, dünya pazarında etkin bir konuma gelmek isteyen ülke hükümetlerinin eğitim stratejilerinde öne çıkmaktadır. Yönetim alanında elektronik ticaret çalışmalarının başarıya ulaşmasında iki nokta önemli bir rol oynayacaktır: Birincisi, rakiplerden öğrenilenlerin onlara oranla ne kadar daha iyi uygulandığı ve ikincisi de farklı kültür yapılarında olan personelin nasıl bir arada ortak hedefe doğru yönlendirileceğidir (Dolanbay 2000: 224).

Küresel lojistik akışı son yıllarda dünya ekonomisinde küreselleşme ile birlikte artmaya başlamıştır. Ticari blokların genişleyen kullanımı ve internet sitelerine küresel erişim bakımından artış olması küresel lojistiği de çok büyük ölçüde arttırmıştır (Erdoğan 2007: 17). Elektronik ticaret sürecinde küresel tedarik zincirinin oluşturulması hem üretici hem de tüketici açısından önemli bir konu olarak görülmektedir. Küresel anlamda tedarik zincirini oluşturabilmek için tedarikçiden müşteriye kadar olan kısımda son kullanıcı tek başına alışveriş yapamamaktadır. En önemli durum zincirin küresel veya küresel düzeyde olmadan tedarik zincirinin bir noktada oluşturulup en kısa zaman içerisinde son kullanıcıya ulaştırılması ve müşterinin memnun edilmesidir.

Enformasyon teknolojileri elektronik ticaretin gelişmesinde önemli rol oynamaktadır. Endüstri devrimi nasıl kendini kitlesel seri üretim ve makineleşme gibi somut süreçlerle ortaya koyduysa, teknoloji devrimi ya da bilgi çağı dediğimiz günümüzdeki oluşum da kendini yeni ekonomi, elektronik ticaret, elektronik iş, online yaşam gibi süreçlerle ortaya koymaktadır. Endüstri devrimi dünyayı nasıl değiştirmeye başladı ise, 20.yüzyılın sonundaki teknoloji devrimi de aynı şekilde tüm dünyayı değiştirecek bir yapı içine girmiştir. 20. yüzyılın son çeyreğinde hepimizin internet olarak bildiği, bilgisayarların açık ağlarda iletişim yapabilmesini sağlayan sistemin bulunup geliştirilmesiyle bilgi iletişimi yepyeni

bir döneme girmiştir. İnternet'i oluşturan ağların gün geçtikçe gelişip yaygınlaşması sıradan insanların da kişisel bilgisayarları sayesinde kolaylıkla bilgi ağına girebilmesini sağlamış ve ticaret de ağlar sayesinde yaygınlaşmaya başlamıştır (http://www.teknoart-design.com/hizmetler/web/rehberler/e-ticaret/teknolojikgelisim.php).

Değişime, enformasyon teknolojilerine ve bilgi teknolojilerine ayak uydurabilen toplumlar küresel rekabet ortamında enformasyon teknolojilerini etkin bir şekilde kullanarak ayakta kalmaya çalışmaktadırlar. Tarım toplumundan kurtulan toplumlar endüstri toplumuna, endüstri toplumundan kurtulan toplumlar enformasyon toplumuna hızla geçmek zorundadırlar.

Günümüzde başta enformasyon teknolojisi olmak üzere pek çok yeni endüstrilerin geliştiği ve yavaş yavaş yeni ekonomi kavramının kullanılmaya başlandığı görülmektedir. Yeni ekonomi üzerinde, uzlaşma sağlanmamış gibidir. Bazı yazarlara göre; eski ekonomiden çok fazla bir değişim söz konusu değildir. Bazılarına göre ise, ekonomik, kültürel, sosyal sonuçları ile teknolojinin de gelişimi ile yepyeni bir ekonomi doğmuştur. Yeni ekonomi olarak adlandırılan elektronik ticaret her ne kadar enformasyon teknolojisine dayansa da geleneksel ticaretin devamı niteliğinde olmuş ve geleneksel ticaret ile beraber ilerleme kaydetmiştir (Keser 2002: 79).

Yeni teknolojileri bilen insanların iş bulma imkânı genişleyip yaşadığı ortamdan dünyaya açılma eğilimi göstermektedir. Bilgi işçileri denilen bilgiye ve yeni teknolojilere önem veren insanlar kendilerini en iyi şekilde yetiştirerek sadece hayatını devam ettirdiği ortamda değil dünyanın değişik yerlerinde iş bulma imkânını elde etmektedirler.

Yeni teknolojilerin üretim faaliyetlerinde kullanılması yeni işbölümlerinin ve yeni uzmanlık alanlarının doğmasına sebep olmuştur. Yeni teknolojiler ilk önce ekonomik alana sonra da sosyal alana etki yapmaktadır. Bilgisayarların ekonomide yaygın kullanımı ile endüstri ilişkilerinde bilgisayar mühendisliği, programcı, teknik eleman v.b. meslekler doğmuştur (Çoban 1996: 21).

1. 2. Bilgi İşlem Teknolojileri ve Sanal İnsan Kaynakları

Elektronik ticaret ve bilgi işlem teknolojileri birbirine bağlı olan iki alandır. Elektronik ticaretin gelişip yaygın olarak kullanılması en yeni

teknolojilerin kullanımına bağlıdır. Teknoloji ne kadar çok geniş alana yayılırsa elektronik ticaret de o kadar çok gelişme imkânı gösterecektir.

Bilgi işlem teknolojilerinin ilerlemesi ile birlikte işletmeler arası faaliyetler, işletmeler arası bütünleşmeler ve işletmeler arası iş yapma metodları farklılaşmaktadır. Yazılım ve donanım özelliklerinin gelişmesi ve maliyetlerin çok düşük olması adı geçen teknolojilerin kolaylıkla her yerde kullanılabilir hale gelmesine neden olmuştur (Akın 2001: 125).

1990'lı yıllardan itibaren bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler işletmelerin hem yapılarında hem de iş yapma biçimlerinde değişmelere neden olmuştur. Bilgisayar sistemlerindeki hız, maliyet, telekomünikasyon ve yazılım alanında yaşanan gelişmeler, elektronik bağlantıyı zenginleştiren ve iletişimi kolaylaştıran bir çevrenin oluşmasına imkân sağlamıştır. Telekomünikasyon ve bilgisayar maliyetlerinde yaşanan ucuzlama, teknolojilerin tüm şirketlere yayılmasını mümkün kılmış, aynı zamanda şirketlerin küreselleşmesini hızlandırmıştır. Küreselleşme beraberinde yoğun rekabeti getirmiş, yoğun rekabet ise şirketlerin müşteri isteklerine daha hızlı, kaliteli ve ucuz cevap vermesini gerektirmiştir. Yaşanan değişim ve gelişmeler organizasyon yapılarının esnek olmasını gündeme getirmiştir (Akkirman 2004: 29).

2000'li yılların temelinde bilişim teknolojilerinin yoğun olarak kullanıldığı göze çarpmaktadır. Elektronik sistemlerin gerek müşteri ile olan ilişkilerinde gerekse arka planda çalışan kişilerin gerçekleştirdiği işlemlerinde sağladığı verimlilik bu teknolojilerin ticari hayatın vazgeçilmez unsurları arasında yer almasında önemli bir sebep olmuştur. Ticari anlamda düşünüldüğünde ticaretin bugünkü yeni yüzü elektronik ticarettir demek mümkündür. Gelecekte de elektronik ticaret, klasik ticaret ile ciddi bir rekabet ortamına gireceği konusunda yaygın bir görüş birliği bulunmaktadır (İnfomag 2002: 30).

Bilişim teknolojilerin ve internet'in tüm dünyadaki iş yapma şekillerinde olduğu gibi finans sektörünü de doğrudan etkileyerek finans konusunu elektronik ortama taşımıştır. Bilişim teknolojileri ile birçok parasal işlem gerçekte paraya gerek duyulmadan sanal ortamda işlenmeye başlanmış ve fiziki problemler ortadan kaldırılarak alışveriş sorunsuz hale getirilmeye çalışılmıştır. Finans kurumlarında iş yapma biçimleri tamamen Bilişim teknolojilerine dayalı olarak

gerçekleşmeye başladıktan sonra tüm işlemlerin denetlenebilirliğini sağlamak amacıyla bazı düzenlemelere ihtiyaç duyulmuştur. Finans sektöründe bilişim teknolojileri kaynaklı olarak oluşabilecek riskleri en aza indirmek gereği hasıl olmuştur. Riskleri en aza indirmek için devletler tarafından bazı yönergelere uyulması zorunlu hale getirilmiştir (Çayır 2008: http://ab.org.tr/ab08/bildiri /62. pdf).

Bilgisayarın değişik iş alanlarında kullanılması ve teknolojisinin de yaygınlaşması sayesinde, özellikle günlük yaşamda bankacılık, gazetecilik, radyo ve televizyon izleme, kütüphane incelemesi, üniversite eğitimi, iş başvurusu elektronik ticaret gibi birçok alanda büyük değişimler yaşanmıştır. Günümüzde bilgi toplama yolunda ve bilgiyi ararken doğru bilgiye ulaşmak için, bilişim ve iletişim teknolojilerini etkin ve verimli kullanabilme çok önemlidir. Bilgiye ulaşmada ve elektronik ticareti geliştirme bilişim teknolojilerinin çok iyi kullanılması ile orantılıdır. İnternet kullanımının hızlı bir şekilde toplumun her kesiminde yaygınlaşması, bireylerin yaşamları kadar tüketici olarak da alışkanlık, tutum ve davranış eğilimlerini değiştirmiştir. Yirminci yüzyılın son dönemlerine doğru ortaya çıkan önemli olgulardan biri olan elektronik ticaret, pazarlama uygulamaları ile teknoloji yönetimi ilkelerinin bir sentezi olması nedeniyle çok yönlü olarak işlenilen bir konudur. Elektronik ticaret, akademisyenler ve uygulamacılar açısından gittikçe önem kazanan ve üzerinde tartışılan bir ticaret şekline gelmiştir (Turan 2008: http://ab.org.tr/ab08/bildiri/3.doc).

Yapılan araştırmalarda firmalar büyüdükçe bilişime önem verdikleri ve bilişim sayesinde gelişme kazandıkları görülmüştür. Bu firmalar dışa dönük bir yapı içinde çağı yakalama konusunda ciddi yatırımlar yaparak içe bağımlılığı azalmaktadırlar. Firmaların elektronik ticaret yapmaları bilişim konusunda iyi bir örnektir. Küçük işletmelerde bilişim daha çok internete girme şeklindedir. Diğer taraftan büyük işletmeler ise ihracat yaptıklarından bilişime daha çok önem vermektedirler. Maddi kazanımlar açısından yetişmiş elemanlar daha çok büyük firmaları tercih ettiği için küçük firmalar bilişime önem verememektedirler. Firmaların bilişime önem vermeleri için firmaların küçük işletmeler şeklinden çıkıp dışa dönük üretim yapmaları gerekmektedir. Dışa dönük olarak yapılan elektronik ticarette hem diğer ülkelere açılma hem iyi bir pazarlama söz konusu olmaktadır (Kahya 2008 : http://ab.org.tr/ab08/bildiri/9.doc).

Bilgi teknolojileri, örgütlerde bölümler ve çalışmalar arasında bağlantılar ile kurum içi çalışmaları geliştirip yaygınlaştırmak amacı ile kurulmuştur. Gelinen son teknoloji sayesinde bağlantılarla hemen hemen her işi yapmak mümkün hale gelmiştir. Yeni teknolojilerin kullanımı sayesinde maliyetler azalmakta ve verimlilik artmaktadır. Bilgi, elektronik biçime dönerek hızlı biçimde dağılmaktadır. Bilginin dağılma eğilimi göstermesi neticesinde, bilgi ticari bir araç haline gelmiştir (Benli 2008: 190).

Türkiye'de sendikalı işçilerin bilişim iletişim teknolojileri (bit) kullanımında sendikaların rolü'ne ilişkin olarak çalışmalar yapılmıştır. Yapılan çalışmada; bilgisayar ve teknolojileri hakkında olumlu düşünen bir potansiyelin olduğu gözlenmiştir. İnternetin genel olarak kullanımına bakıldığında aşağıdaki işlemlerin yapıldığı gözlenmiştir (Kocabaş: 2000: www.yeniekonomi.com/images/kitap.4.doc):

1. 131 işçi; iletileşme (mesaj gönderme/alma),
2. 80 işçi eğitim ile ilgili konularda bilgi arama,
3. 63 işçi mal ve hizmetler hakkında bilgi arama,
4. 19 işçi internet bankacılığı,
5. 18 işçi internet üzerinden telefonla görüşme/video konferans,
6. 11 işçi seyahat ve konaklama ile ilgili hizmetlerin kullanımı,
7. 8 işçi sohbet odalarını kullanma,
8. 5 diğer finansal hizmetler (hisse senedi alımı vb.),
9. 3 işçi iş aramak ya da iş başvurusu yapmak seçeneğine 1. sırada önem verdiklerini belirtmişlerdir.

Bilgi ve iletişim alanındaki teknolojik gelişmeler sendikaları da etkilemektedir. Teknolojik gelişmeler günümüzde geçmişe oranla etkisini daha fazla hissettirmektedir. Teknolojik gelişmeler başta olmak üzere değişik nedenlerle 1980'li yıllarda sendikacılık daralma eğilimine girmiştir. Teknoloji nedeni ile daralan sendikalarda üye sayıları bakımından ve politik güç bakımından azalma meydana gelmiştir (Gümüş 2005: 309).

İnsan kaynakları alanında son yıllarda üzerinde en çok tartışılan konulardan biri elektronik insan kaynakları (e-İK) kavramıdır. Bir çok kişi için yeni bir kavram olarak algılanan e-İK'nın teknik olarak aslında yıllardır var olan İK bilgi sistemlerinin sanal ortamlara aktarılmaktan fazla bir şey olmadığı anlaşılmaktadır. Fakat yeni bir çalışma ortamı ve yeni bir çalışan tipini ortaya çıkarması nedeniyle çalışma yaşamına etkileri üzerinde e-İK'nın değişik yönleri bulunmaktadır. İnsan kaynakları alanında e-İK ile İK bilgi sistemleri arasında farklar vardır. Bilgisayarların ve internetin iş yaşamında yaygın olarak kullanılmaya başlamasıyla birlikte işlerin yapılışında ve işin zamanında değişiklikler meydana gelmiştir. Daha önce el ile yapılan tekrarlı ve zaman alıcı bir çok iş de bilgisayar ortamına aktarılmaya başlayarak zamandan tasarruf edilmiştir. Böyle bir gelişmeden İK alanında ilk önce personel kayıtları ve personel maaşları işlerinde yararlanılmaya başlanmıştır. Daha sonra bir çok İK süreci, bilgisayar ortamına taşınarak çalışma hayatında değişiklikler oluşturmuştur. Bilişim teknolojisindeki gelişmeler arttıkça bu gelişmelerin insan kaynakları yönetimi alanına yansıması olmuş ve e-İK alanı daha fazla gündeme gelmiştir. İK bilgi sistemlerinin geliştirilmesi yönünde işletmeler gayret göstermişlerdir. Zamanı iyi değerlendiren İK bilgi sistemi, çalışma hayatında yönetim süreçlerinin ve bilgisayar sistemlerinin bir birleşimi haline gelecektir. İK alanında çalışanların da gelecekte de sanal ortamda her veriye ulaşma açısından bilgi teknolojilerinden yararlanmaları yadsınamaz olacaktır (Özden 2003: 1).

İnternetin ve elektronik ticaretin diğer bir etkisi de, insan kaynaklarına odaklanmasına sebep olmuştur. İş gören bulma kaynakları arasında internet de yerini almaya başlamıştır. Bazı işletmeler, kendi internet sitelerini kullanarak iş başvurularını kabul etmeye başlamıştır. Çoğu işletme, eleman bulma hizmeti veren profesyonel internet sitelerinden yararlanmaktadır. İnternet ve yeni-ekonomi, yeni meslekler ortaya çıkarmış, özellikle bilgi ve iletişim teknolojileriyle ilgili mesleklerin önemi artmıştır. 1980'li yıllardan sonra yeni ekonominin alt yapısının oluşmaya başlaması ve 1990'lı yıllardan sonra elektronik ticaretin işletmeler tarafından yaygın olarak kullanılmaya başlanması, çalışanlar ve işletmeler üzerinde önemli etkilere yol açmıştır (http://www.isgucdergi.org/index.php?arc=arcview.php &cilt=1&ex=54&inc= rc& sayi =1&year=2003).

Elektronik ticaretin içerisindeki ticaret kelimesinden dolayı sadece bir alım satım işlemi olarak algılanmaması gerekmektedir. Çünkü sanal ticaret de olsa sonuçta insanların emeği ile yapılan bir ticaret şeklidir. Sanal ortamda yapılan reklâmlardan bankaların internet şubelerinde yapılan işlemlere ve daha bir çok alışverişe kadar uzanan geniş bir kavram üzerinde insanların yoğun çabaları ile olan ticari işlemlerdir. Elektronik işletmede tedarik, üretim, pazarlama, stok yönetimi, satış, finans, muhasebe gibi iş süreçlerinde internet teknolojisinin kullanılması insan kaynakları ile yakından ilgilidir. İnsan kaynakları açısından değerlendirildiğinde elektronik ticaret sürecinin yeni gelişen bir kavram olması ile insan kaynakları da daha gelişme aşamasındadır (Çak 2002: 14).

Yeni ekonomi, bir bilgi ekonomisi olarak görülmüş ve bilgiye verilen değerin artmasına sebep olmuştur. Verilen değerin doğal sonucu olarak, tercihler de değişim göstermiştir. Bilginin üretime yansıması neticesinde, toplumun her kesiminde akıllı ürünlere olan talep giderek çoğalarak yaygınlaşma göstermiştir. Bilgi ekonomisinde, bilginin yayılıp ticari boyut kazanmasında hem bilgi işçilerine hem de, bilgi tüketicilerine yoğun destek yatmaktadır. Yeni ekonomide işletmelerde çalışan bilgi işçisi (molekül insan), kendi başına bir iş birimi olarak faaliyet gösteren insanları kapsamaktadır. Motive olmuş, kendi kendine öğrenebilen bu girişimci insanlar, yeni araçlar sayesinde serbestçe değerler yaparak ekonomiyi canlandırmışlardır. Yeni ekonomi anlayışında bilgilerini kullanabilecek biçimde yetkilendirilen insanlar yeniliklerin peşine düşmüşler hem maddi anlamda hem de sanal ortamda kendilerini bir üst seviyeye taşımışlardır (http://www.e-konomist.net/wp-content/ dosyalar/ bayrac.pdf).

Bilgisayarların iş yaşamında yaygın olarak kullanılmaya başlamasıyla birlikte iş yapısında değişim yaşanmış ve paralelinde işgücünde de değişiklikler gözlemlenmiştir. Daha önce el ile yapılan tekrarlı ve zaman alıcı bir çok iş de bilgisayar ortamına aktarılmaya başlanarak işler paylaştırılmıştır. Böyle bir gelişmeden insan kaynakları alanında ilk önce personel kayıtları ve maaş işlerinde yararlanılmaya başlanmıştır. Daha sonra bir çok insan kaynakları süreci, bilgisayar ortamına taşınarak yeniliklere kapı aralamıştır. Bilişim teknolojisindeki gelişmeler arttıkça insan kaynakları da gelişmiştir. Bu gelişmelerin insan kaynakları yönetimi alanına yansıması neticesinde, insan kaynakları bilgi sistemlerinin geliştirilmesi de kaçınılmaz olmuştur (Özden 2003: http://www.mcozden.com/joomla 1/index.php?

option=comontent &task=view&id= 121&Itemid=113).

Türkiye'de istihdam kurumu olarak faaliyet yapan Türkiye İş Kurumu bazı ülkelerdeki gibi iş bulma ve işe yerleştirme faaliyetleri noktasında çağdaş ve dinamik bir yapıda değildir. Özellikle, işgücü piyasasındaki gelişmeleri izleme, yeni iş alanlarını geliştirme bilgi işlem teknolojilerinden gereği gibi yararlanma konularında insan kaynaklarının geliştirilmesine yönelik AR-Ge, sağlık ve sosyal güvenlik harcamalarının hissedilir bir şekilde arttırılması sağlanmalıdır (Tisk 2000: 106).

Türkiye'de istihdam alanında yeni açılımlar olmaktadır. İstihdam ile ilgili olarak Özel İstihdam Büroları yönetmeliği çıkarılmıştır. Özel İstihdam Büroları ile ilgili olarak Türkiye İş Kurumu Şu tanımı yapmıştır: İş arayanların elverişli oldukları işlere yerleştirilmeleri ve çeşitli işler için uygun işçiler bulunmasına aracılık yapmak üzere kurumca izin verilen, bir işyerinde veya 9/6/2004 tarihli ve 5187 sayılı Basın Kanununda yazılı araçlarla ya da radyo, televizyon, video, internet, kablolu yayın veya elektronik bilgi iletişim araçları ve benzer yayın araçlarından biri ile faaliyet gösteren gerçek veya tüzel kişileri ifade etmektedir (Resmi Gazete Kanun No: 26954).

Özel İstihdam Büroları internet vasıtası ile istihdam alanında aranılan kişilerin bilgilerine ulaşmada yardımcı olmaktadır. Özel İstihdam Büroları kişilerin bilgilerini alıp bilgi bankaları oluşturmaktadır. Bilgilere her giriş yapan kullanıcılardan otomatik olarak para kesilmektedir (Sayın 2002: 152).

Kullanım alanı yaygınlaşan internet sistemi Türkiye'de işlerin internetten görülmesine yardımcı olmaktadır. Türkiye'de, gün geçtikçe istihdam bürosu işlevi gören siteler yaygınlaşmaktadır (Cam 2008: 29).

Özel istihdam bürolarının kurulma amacı, ulusal istihdam politikasının oluşturulmasına, geliştirilmesine, korunmasına ve issizliğin önlenmesine yardımcı olmaktır. Emek piyasalarının yönetiminde esnekliğin artırılması ve istihdamın arttırılmasında özel istihdam bürolarının önemini arttırmaktadır. Türkiye İş Kurumu Kanunu birlikte değerlendirildiğinde açıkça görüldüğü üzere, burada izin verilen özel istihdam bürolarının, amaçları yerine getirirken sadece iş aracılığı faaliyetinde bulunmalarına olanak sağlanmaktadır (Çifter 2006: 12).

Türkiye'de bilim ve teknoloji yeteneğini keşfedip yükseltmek, bilim ve teknolojiye egemen hale gelmek zorunluluktur. Türkiye'nin yeni teknoloji politikalarına ihtiyacı vardır. Yeni teknolojilerle birlikte Türkiye'de istihdam alanlarının kapasitesinin de genişlemesi konusunda önemli adımlar atılabilir. Ancak bütün önlemlerin ciddi bir kamu kaynağı ile mümkün hale getirilmesi gereği gayet açıktır (Ansal 2000:140).

İşsizlik sorununun çözümünde istihdam hizmeti veren kuruluşların desteklenip çoğaltılması sorunun çözümünde önemli bir rol oynamaktadır. Teknolojik gelişmeler ve yeni anlayışlar çalışma yaşamında ve endüstride olduğu gibi istihdam hizmetleri alanında da yeni arayış ve yeni düzenlemeleri gerekli kılmaktadır. Özel istihdam büroları yeni arayışa destek olarak istihdam edilmede ve işçilerin eğitiminde büyük önem arz etmektedir (Sayın 2002: 293).

İnsan kaynaklarında en önemli değişim işlerin internet üzerinden görülmesidir. İşler sanal ortamda yapılacağından dolayı insan kaynakları da sanallaşmaktadır. İşle ilgili işlemler ve diğer insan kaynakları işleri sanal ortamda paylaştırılıp işlerin akışında sanal ortamdan faydalanmak hem kağıt masraflarını azaltmakta hem de işlerin hızlı bir şekilde yapılmasına olanak sağlamaktadır.

1. 3. Çalışma Hayatının Çalışma Süreleri Açısından Şekillenmesi

Teknolojide yaşanan hızlı gelişmeler çalışma hayatında birçok değişime neden olmuştur. Özellikle enformasyon teknolojilerindeki yenilikler insanların alışveriş şekillerini de etkilemiştir. Özellikle internet'in ulaştığı ülkeler, sanal ortamda olduklarından dolayı alıcı ya da satıcı hale gelmişlerdir. İnternet teknolojilerini kullanan herkesin her yerden aynı anda mal alıp satması ile birlikte geleneksel ticaret ortamları da değişmiştir. Herkesin her yere mal alıp satabilir duruma gelmesi zaman kavramını da değiştirmiştir. Çalışma zamanı kavramı da zamanla değişip sanal ortama doğru gitmektedir (Bozkurt 2005: 260).

Çalışma süresi; İş Kanunu 63. maddeye göre genel bakımdan haftada en çok kırk beş saat olarak belirlenmiştir. Tarafların anlaşması ile haftalık normal çalışma süresi, işyerlerinde haftanın çalışılan günlerine, günde onbir saati aşmamak koşulu ile farklı şekilde dağıtma imkânını tanımıştır (http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k4857.html).

Çalışanların ihtiyaçlarının ve işletmelerin gereklerinin dikkate alındığı esnek çalışma biçimleri tüm dünyada uygulanmaktadır. Çalışma süresinin esnekleştirilmesine yönelik girişimler Türk iş hukukunda da yer bulmuştur. Yeni iş kanununda çalışma süreleri esnek hale getirilmiştir. İşyeri kavramının da geleneksel anlamından uzaklaşması ve sanal işyeri kavramının önem kazanması bilgi toplumuna ait bir gelişme olarak ele alınmaktadır.

İzin süresi; sanal işyerine bağımlılık olmadığında dolayı isteyen istediği zaman izin kullanabilir. Ancak belirli sürede yapılması için söz verilen bir işin zamanında yapılması gerekir. İşlerin zamanında ve bir mazeret gösterilmeksizin yapılması çok önemlidir.

İş Kanunda belirtilen bazı uygulamaların elektronik ticaretin bir parçası olan sanal işyerleri için uygulanmasında geçerliliği bulunmamaktadır (Mesai saatleri, vardiya, mazeret izni, deneme süresi vb.) Yine elektronik iş ve sanal işyeri için ayrı ayrı yönetmelik çıkartılma ihtiyacı doğmaktadır. İşe alım sürecinden sözleşmenin feshine kadar olan bölümü de kapsayacak şekilde elektronik ticaret işinde çalışanların özlük haklarını koruyacak kapsamlı bir kanun çıkartılması çalışma hayatında elektronik ticaretin önemini daha da arttırabilir.

Elektronik ticaretin günümüzde değişik alanlarda köklü değişimlere yol açacağı beklenmektedir. Köklü değişimlerin yaşanacağı konular aşağıda belirtilmiştir (http://www.elektronikticaretrehberi.com/e-ticaretinetkilerifaydalari.php #bolum2.1).

1. Değişik alanlarda çok çeşitli işlerin elektronik ticaret sürecine dâhil olması için pazaryeri kavramı ve alıcı satıcı ilişkisi yeniden düzenlenmelidir. Yapılacak düzenlemeler ile aracıların ortadan kalkması ile malların fiyatında da düşüş gözlenecektir. Pazar yerinin değişmesi veya geliştirilmesi tek başına önemli sayılmayabilir, fakat bununla birlikte alışveriş yöntemleri değişik iş ortamlarından geçmeye başlamıştır. Alıcı-satıcı ilişkisi değişik yöntemlerle yeni bir biçim almaktadır. Alıcı-satıcı ilişkisinin değişik bir ortama taşınmasıyla birlikte geleneksel pazarlama modelleri ortadan kalkmış olacaktır. Alışverişin yeniden örgütlenmesinde, ticarete bağlı hizmetlerin yeni biçimde sürdürülmesi gereklidir. Elektronik ticareti daha iyi noktalara taşıyacak nitelikli insan gücü yetiştirilmesine önem verilmelidir. Yeni iş ve hizmetlerin sanal ortamda elektronik ticaret alanında

en iyi bir şekilde yapılması için, teknik elemanların yetiştirilmesi, alıcı ve satıcıların bilinçlendirilmesi çok önemli bir konudur. Pazaryerinin gelişip değişebilmesinin en temel noktası da bilinçli bir toplum oluşturmadır. Pazaryeri kavramı değişik süreçler içerisinde yeni bir süreç olarak tartışılmaya başlanmıştır. Elektronik ticaret, pazaryerini sürekli olarak değiştirmektedir. Pazaryeri geleneksel ortamlardan sanal ortama taşınması ile beraber çeşitli değişiklikler yaşanmıştır.

2. Elektronik ticaretin yaygınlaşmasında internetin rolü büyüktür. İnternet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte, alım-satım ve buna bağlı işlemlerin hızlandırıcı bir güç haline gelmesi beklenmektedir. İnternet her geçen gün hızla artan teknoloji sayesinde elektronik ticareti yaygınlaştırıcı bir etki yapmaktadır. Özellikle işletmeler arasında elektronik veri değişim sistemlerinin gelişmesiyle, daha doğrusu teknolojik alt yapı gelişmelerine bağlı olarak, ekonomik işlemlerin hız kazanması süreçleri de gelişip değiştirmektedir.

3. Elektronik ticaret, ekonomide de dönüşüm ve değişim yapmaktadır. Elektronik ticaret, ekonominin işleyiş yoğunluğunu artırmaktadır. Günümüzde hızla yayılan küreselleşme herkesin her yerden bir şeyler satın alabilmesine imkân sağlamıştır. İnternet sayesinde gerek büyüklü küçüklü işletmeler, gerekse işletmelerle tüketiciler arasındaki ekonomik ilişkiler elektronik ticaret ile pekiştirilmektedir. Yalnız çok büyük firmaların değil, küçük mal ve hizmet üreticilerinin ve daha önemlisi tüketicilerin dünya ölçeğinde iş görmesi sağlanmaktadır. Coğrafi ve ekonomik sınırlar, henüz tümüyle ortadan kalkmamış olmasına rağmen, başta finansal işletmeler olmak üzere bir çok alanda önemli ölçüde değişimler yaşanmaktadır. İşletmeler elektronik ticaret sayesinde hem dünyaya açılmakta hem de diğer işletmelerle işbirliği içerisinde alış verişlerini yapmaktadırlar.

4. Açıklık, elektronik ticaretin gerek teknolojik gerekse diğer bakımlardan ana özelliği konumundadır. Mülkiyete bağlı gizlilik konusu olmayan işlemlerin ve verilerin, işletmenin alıcı ve satıcı olarak iş yaptığı firmalara ve müşterilerine açık olması elektronik ticaretin temelidir. Açılma sürecinin belirli standartlara göre yapılması gereklidir. Dışarıya açılmanın olumlu ve olumsuz yönleri olabilmektedir. Dışarıya, açılmanın en olumlu yanı rekabeti güçlendirip pekiştireceği yönündedir. Ayrıca açılmanın küresel bir hale gelmesi ekonomik

anlamda da genişlemenin bir göstergesidir. Dışarıya, açılmanın en olumsuz yanı da olası saldırıları ve bunun engellenmesi ya da özel alanın korunması düşüncesinden kaynaklanan bir takım problemlerin ortaya çıkışıdır.

5. Ekonomik faaliyetler doğal olarak zaman kavramıyla tanımlanır. Elektronik ticaret, iş ve işlem sürelerini en aza indirmektedir. Bazı durumlarda işlem sürelerini ortadan kaldırabilmektedir. Günlerce sürecek herhangi bir iş, elektronik ticaret ile çok kısa bir süre içinde halledilebilir. Elektronik ticaret, zaman kavramında değişiklikler yapmakta ve zamanın iyi değerlendirilmesi hususunda tüketicilere yardımcı olmaktadır. Elektronik ticaret zamanın önemini vurgulamaktadır. Bilindiği gibi, ekonomiye ilişkin hemen tüm veriler ve değişkenler zamana bağlı olarak tanımlanmaktadır. Çalışma yaşamında üretim, verimlilik, kâr, ücret vb. kavramların anlam ifade etmesi için gün, ay, yıl gibi belirli bir süre ile birlikte belirtilmeleri, anlaşılır olmaları gereklidir. Çalışma yaşamındaki kavramların zamanla değiştiğini ve kavramların zamana göre değil zamanın kavramlara göre tanımlandığı görülmektedir. Anlayışın temelinde etkinlik ve verimlilik yatmaktadır. Daha kısa sürede az gider ya da az masrafla sonuç alınması ekonomik faaliyetlerin esasıdır. Elektronik ticarette de az masrafla sonuç alma hedeflenmektedir.

İnternet ile birlikte bilgi paylaşımının ve erişiminin kolaylığı, firmaları interneti kullanmayı zorlamaktadır. İnternetin değişik işler için kolay ve çabuk iş görmesi, işletmelerin internete taşınmaya ve bunun için gerekli alt yapıları oluşturmaya yöneltmiştir. İnternetten yapılan alışverişler genelde şu konulardan oluşmaktadır. Kitaplar, cd'ler, bilgisayarlar, bilgisayarların küçük elektronik parçaları, cep telefonları, bankacılık hizmetleri, kol saatleri, kırtasiye malzemeleri, fotoğraf makineleri ve dijital aletlerdir. Firma kazançları öncelikle internet'in uygun bir dağıtım kanalı olarak kullanılmasından kaynaklanmaktadır. İnternet, örneğin yayıncılık, bilişim hizmetleri ve sayısal (dijital) ürünler gibi bazı mal ve hizmet satıcıları için sıfır dağıtım ve satış maliyetli bir ortam oluşturmaktadır. Satıcılar ve alıcılar birbiri ile doğrudan ilişki kurabildiklerinden pazarlama harcamalarından tasarruf sağlamaktadır. Sanal ortamda doğrudan ilişki sayesinde alıcı ve satıcı arasına kimsenin girmemesi ürünün fiyatının artmamasına yol açmaktadır. Ürünün satıcının elinden çok az bir kâr ile çıkması ürünün fiyatının düşük olmasına sebep olacak ve fiyatı düşük olan ürün çok talep görecektir.

İnternet ticareti firmaların işlem hızını arttırmaktadır. İnternet üzerinden yapılan alışverişlerde online sipariş verme, form doldurma, siparişleri izleme gibi satış işlevlerinin bir kısmını firmalar kendi üzerlerinden tüketiciler üzerine kaydırmaktadır. Böyle yapılan işlemler de ürünün maliyetini düşürmektedir. Günümüzde internet, daha çok, firmaların kendileri ve piyasaya sundukları mal ve hizmetler hakkında, diğer firmalara ve tüketicilere bilgi dağıtmak için kullanılmaktadır. Devamlı açık olan internet ortamının etkileşimli yapısı firmalara müşteri ilişkilerini geliştirmede önemli kazançlar sağlamaktadır. Sanal ortamın, hem alıcılara hem de satıcılara devamlı iletişim olanağı sağlaması, hem de alıcıya doğrudan ulaşma noktasında aracı olması işletmelerin işini kolay hale getirmektedir (Bozkurt 2000: 9).

Bilgi toplumuna geçiş sürecinde işletmecilik anlayışında da değişimler beklenmektedir. Değişimin en önemli nedeni, daha bilinçli bir tüketici topluluğudur. Ayrıca her geçen gün internette ve geleneksel ticarette gelişen rekabet ortamıdır. Müşteri; hassas, kolay kolay beğenmeyen, kendine odaklı üretimi tercih eden bir yaklaşım içerisindedir. Ayrıca müşteri farklılık bekleyen, hakkını en uç noktaya kadar arayan kişi konumuna gelmiştir. Diğer taraftan teknoloji ile paralel olarak sürekli değişen pazar ortamı, talep farklılığı ve artan rekabetten dolayı en iyiyi üretme anlayışından sıyrılmıştır. Artan rekabet ortamı, farklılığı ön plana çıkarma amacını yerleştirmeye başlamıştır (Haşıloğlu 2007: 32).

Çalışma hayatında yeni teknolojilerle birlikte şirketler ve kişiler eskiden olduğu gibi klasik çalışmalar değil sanal ortamlarda çalışmaktadır. Çalışanlar zaman ve mekân sınırlandırılması olmaksızın çalışmaktadırlar.

Çalışmalar eski sistemde olduğu gibi zaman ve mekân problemlerini de ortadan kaldırmaktadır. Çalışanlar evden, tatilden veya gittiği veya gideceği her yerden çalışmalarını yürütebilir. Çalışma yaptıktan sonra yapılan işleri, internet sayesinde dünya ile irtibat kurarak pazarlamak mümkündür.

Yeni teknolojik gelişmeler, iş süreçlerini, iş yapılma şekillerini ve çalışma koşullarını değiştirmiştir. Evde çalışma, esnek çalışma saatleri, sanal çalışma takımları, data-konferans, bilgi işçileri, sanal organizasyonlar gibi uygulamalar gündeme gelmeye başlamış işyerinden uzakta çalışmak insanlara ayrı bir çalışma

arzusu vermiş uzaktan çalışma rağbet görmeye başlamıştır. Bütün gelişmeler, çalışanlara kolaylık ve zaman tasarrufu sağlarken, işletmelere de maliyet tasarrufu sağlamaktadır. Maliyet tasarrufunun sağlanması işletmeleri tele çalışmaya yöneltmiştir. Her türlü masraftan uzak olan tele çalışma sadece işletmelerin değil kişilerin de gündemine girmiştir. Fakat yeni gelişmeler, zaman zaman çalışanların sağlığı üzerinde olumsuz etkilere yol açabilmektedir. Bilgisayarlar çalışanların motivasyonunu ve verimliliğini olumsuz yönde etkileyebilmektedir (http://www.isgucdergi.org/index.php?arc=arcview.php&cilt=1&ex=54&inc=rcsayi=1&year=2003).

1. 4. İşin Yeniden Örgütlenmesi: Elektronik İş

Elektronik iş, her türlü iş bağlantısının elektronik ortamda yürütüldüğü bir iş yaşamını tanımlamaktadır. Günümüz iş yaşamında, ağırlıklı olarak internet, intranet, elektronik posta ve internet teknolojilerinden yararlanılmaktadır. Elektronik ortamın daha hızlı olması işlerin elektronik ortama kaymasına neden olmuştur. Örneğin, elektronik postanın daha hızlı ve az maliyetli olması gibidir. Elektronik ortamın daha az maliyetle olması da işin elektronik ortama kaymasına neden olmuştur. İş ortamının gerektirdiği yazışmalar (ortaklar, çalışanlar ve müşterilerle vb.) ve haberleşmeler, yeni müşteriler bulma, var olan müşterilerle ilişkiler, ürün, hizmet, elektronik ticaret ve satışla ilgili bilgiler, pazarlama ve reklâm gibi faaliyetler elektronik ortamda gerçekleştirilmektedir (Baykal 2003: 253). Yapıldığı iş ve ortam itibariyle elektronik iş, elektronik ticaret ile örtüşmektedir. Elektronik ticaret elektronik işin bir parçasıdır.

Kuruluşlar internet üzerinde bir şirket oluşturarak siber pazarlama faaliyetlerini gerçekleştirebilirler. Çünkü, internet merkezleri, siber sörfçülerin firmalara erişmelerine ve temasa geçmelerine imkân verir. Böylelikle üretici firmalar, aracılar olmaksızın müşteriye doğrudan ulaşarak satışlarını gerçekleştirebilirler. Ayrıca, kuruluşlar, elektronik posta ve gruplar ile tartışma platformlarından yararlanarak stratejik planlarla etkili bir pazarlama odağı yapabilirler. Yine, benzeri araçlarla ağ üzerinde pazarlama araştırması yapabilirler. İşletmeler her türlü işlerini, sanal ortamda diğer işletmelere yaptırabilirler. Elektronik işin en önemli özelliği fiziki mekânlarda bir araya gelme imkânı olmayan kişileri ve işletmeleri elektronik ticaret amacıyla sanal ortamda bir araya getirerek iş çözümleri sunmasıdır (Haşıloğlu 2007: 32).

Elektronik ticaret işi yapan işletmeler veya kişiler otomatikman elektronik iş sürecine dâhil olmaktadırlar. Elektronik iş sürecinde kişilerin mekân sınırlaması olmadan bağımsız olarak çalışması, kişilerin elektronik iş yaşamını daha da sevmelerine neden olmuştur. Elektronik ortamda çalışmak iş hayatının akışını da değiştirmiştir. İş ilişkileri de fiziki mekânlardan sanal ortama geçmeye başlamıştır. Elektronik iş yaşamında, aynı işte birlikte çalışılan kişilerle yan yana oturup iş yapma durumu olamamaktadır. Yüz yüze tanışıp iş ile ilgili değişik fikirleri görüşme fırsatı da olmamaktadır. Çalışma arkadaşları belki çok yakınınızda belki de dünyanın değişik ülkelerinde çok uzakta kişiler olabilir. Artık rutin tanımlanmış işler yerine proje bazında, işler yapılmaya başlanmış elektronik iş süreci evrelere ayrılmıştır (Akkirman 2004: 70).

Gerçekleştirilmesi düşünülen tüm elektronik ticaret ve buna bağlı iş ve çalışmaların bir planı oluşturulmalı ve plan üzerinde gerekli kişilerle çalışılmalıdır. Gerçekleştirilecek planda, elektronik ticaret işlemlerinde olduğu gibi hız ve canlılık önemli etkendir. Elektronik iş yaşamında normal iş yaşamı gibi herkesin işi farklıdır. Bilgi işlem dışı yöneticiler için büyük bir anlam ifade etmesi doğal olan teknik ayrıntılar, elektronik ticaret sistemleriyle uğraşanlar için yalnızca birer ayrıntıdır. Çalışmaların hangi yöntemlerle gerçekleştirileceği pek de büyük bir anlam ifade etmemektedir (Dolanbay 2000: 225).

Elektronik ticaret, alışveriş için işlemlerin internet ortamında gerçekleştirilmesi iken, elektronik iş, tüm çalışmaların internet ortamına aktarılması ve internetin tamamen çalışmalara bağlı olarak yürütülmesidir. Elektronik ticaret sistemlerinin geleceği konusunda, elektronik ticaret işlemlerinin bir adım sonrasından, elektronik işe de gereken önem verilmesi gerekmektedir. Elektronik yaşamın gün geçtikçe daha çok hayatımıza girmesi gelecek açısından da önemlidir. İşletmelerin ve kişilerin yaptığı tüm işlemlerin her geçen gün artarak devam etmesi insanların sisteme daha fazla merak duymasına yol açmıştır. Gelinen nokta elektronik bağımlı olmaya doğru gitmektedir (Dolanbay 2000: 200).

Elektronik iş, 2000'li yılların en önemli gelişmelerinden biri olarak karşımıza çıkmış ve her geçen gün gelişme kaydetmiştir. İşin yapılma tarzını önemli derecede değiştirmiştir. Elektronik iş, işletmelere daha verimli ve hızlı iş yapabilme imkânı sunmakta ve işi çabuklaştırmaktadır. Yeni iş süreci henüz

gelişme sürecinin başlangıcında olmasından dolayı bazı noktalarda sıkıntı yaşatma ve her geçen gün değişik iş sahalarına doğru kaymaktadır. Yeni teknolojileri kullanmak durumunda olan elektronik iş sahipleri bazı konularda, sorunlar yaşayabilmektedirler. Elektronik iş, teknolojinin kullanıldığı ölçüde başarılı olmaktadır. Elektronik işin, altyapı, yazılım ve yönetim katmanlarından oluşan bir kavramlarla birlikte çalışma olduğu düşünülürse, birçok açıdan sorunlarla karşılaşmaya oldukça açık bir yapı olduğu görülmektedir. İşletmelerin amaçlarına uygun altyapının tesis edilmesi ve ticari anlamda da yeni bir yapılanmaya gidilmesi ile elektronik iş gelecekte geçerli bir meslek haline gelecektir. Elektronik ticaret sürecine katkısı olabilecek her türlü iş süreci desteklenmelidir. Yeni iş sahaları ile birlikte ticari faaliyete girecek işletmeler belirli bir plan dâhiline alınmalıdır (İnfomag 2001: 29).

Günlük yaşam her geçen gün sanal ortama taşınmaktadır. Bankacılık işlemlerinden kamu hizmetlerine kadar değişik alanlarda geçiş yaşanmaktadır. Sanal ortama geçişle birlikte her kurumun ve her kişinin yükü de azalmaktadır. Sanal ortam sistemine girişlerde hızlı olmakta ve her işlem sanal ortamda kayıt altına alınarak izlenmektedir (Kurt 2005: 45).

Geleneksel işyerlerine bakıldığında birden fazla kişinin işyerinde iş yaptığı görülmektedir. Elektronik ticaret ile iş yapan işletmelere bakıldığında durum farlılaşmaktadır. En önemli durum elektronik ticaret sayesinde bir çok kişi veya işletme yeni bir iş sahasına girmiştir. Aslında teknolojinin girdiği ve yoğun teknoloji kullanan işletmelerin işçi sayısında belli bir azalma görülse de elektronik ticaret yeni iş sahaları açtığından dolayı işsizliği azaltmıştır. Yeni iş olanakları açarak hem ekonomiye bir canlandırma getirmiş hem de işgücünün tüm dünyaya açılmasını sağlamıştır. Diğer yandan ev hanımları, özürlüler ve kırsal kesimde yaşayanlar için yeni bir iş kapısı olarak onların da bir işte çalışmasına olanak sağlanmıştır.

Fiziki mekânlarda birlikte çalışma imkânı olmayan şirketler ve kişiler sanal ortamlarda toplantı yapabilmektedir. Böylelikle bir ürünün veya işin oluşumunda birlikte çalışarak ortak payda da hareket etme imkânı doğabilmektedir.

Elektronik ticaret yapan kişi veya şirketler herhangi bir konuda birleşip ortak hareket ederek çalışmalarına yön verebilmektedir. Çalışmalarını, ürünün

satılması veya ürünün satıldıktan sonraki aşamalarda ortak değerlendirmeler yaparak birleştirebilmektedir. İş sürecinin içinde değişik zincir halkaları oluşturularak görüş alışverişinde bulunabilmektedir.

Zamanımızda işler işyeri içinde olduğu gibi işyeri dışındaki mekânlarda da yerine getirilmektedir. Evde yapılan çalışma işyerindeki bilgisayarlara bağlanarak hem iş sürecini takip etmekte hem de işverenle sürekli diyalog kurmaktadır. Tele-çalışma ve evde çalışma yerinde işin yapılışı esnasındaki sürelerde esneklik çok fazladır. Pratik iş yaşamında işçi işyerine belli bir saat bağlı kalırken tele- çalışma yönteminde işçi günün herhangi bir saatinde çalışabilmektedir. Tele- çalışma yönteminde işveren açısından da işyerinde tasarruf önemli bir avantaj olarak ortaya çıkmaktadır (Hueck 1994:119).

Elektronik ticaret sürecinde tele çalışma yöntemi giderek yaygınlaşmaktadır. Tele çalışma işyerinden uzakta bilgisayar üzerinden ve çeşitli iletişim araçları üzerinden işyerinden uzakta çalışmadır. Tele çalışmanın zamanı istenildiği gibi planlanmasına imkân vermesi bakımından önemli görülmektedir. Tele çalışma kavramı içinde gidiş ve gelişte maliyet ve zaman tasarrufuna imkân sağlama, ikametgah yerinin serbestçe kararlaştırılmasının mümkün olması, kadın, çocuk, sakat ve hükümlülere yeni iş imkânına olanak sağlama gibi birçok konuda olumlu yönleri bulunmaktadır (Turan 2005: 39).

Tele çalışmanın öncü modellerinden biri olarak kabul edilen evde kısmi süreli çalışma uygulamasında işçiler evde günün belirli saatlerinde çalışarak işlerini yapmaktadırlar. Tarafların kendi istek ve gereksinimlerine göre zamanı büyük ölçekte esnek bir şekilde ayarlamaları mümkündür. Esnek çalışma modelinde, işyeri masraflarının azaltılması, zamandan kazanma ve nakit kazandırma söz konusu olabilmektedir (Hekimler 2006:117).

Elektronik ticaret ile uğraşan işletmelerin işin bir kısmını, tele çalışma yöntemi ile işletme dışına taşımaları mümkündür. Ayrıca çalışma saatlerinin esnekleştirilmesi ile ilgili olarak, günün değişik saatlerinde elektronik ticaret sürecine katkı sunmak mümkün olabilmektedir.

1. 5. Hizmet Sektöründe Elektronik Ticaret

Elektronik ticaret sektörüne önem veren işletmeler yeni bir sektörün doğmasında önemli bir katkı sağlamaktadırlar. Elektronik ticaret hizmet sektörü

eğitim, danışmanlık, bilgi-işlem vb. konularda değişik hizmetlerden yararlanmaktadır.

Elektronik ticaret için eğitimli personele ihtiyaç duyulmaktadır. Bu ihtiyacı gören bazı işletmeler elektronik ticaret kursu vererek yeni bir oluşum içine girmişlerdir. Kişileri en iyi bir şekilde eğiterek elektronik ticaret sürecine yeni kişilerin de dâhil edilmesinde önemli bir rol oynamaktadırlar.

Elektronik ticarette danışmanlık ve yedekleme görevleri değişik kişi veya işletmeler tarafından verilmektedir. Elektronik ticarette bilgilerin yedeklenmesi çok önemlidir. Bu bakımdan bazı işletmeler bilgilerin yedeklenmesi için bilgi yedekleme hizmeti vermektedir. Elektronik ticaret ile uğraşanlar bilgilerin yedeklenmesi için yedekleme hizmeti veren yerlere üye olarak bu hizmetlerden yararlanmaktadırlar.

Ülkemizde elektronik ticaret hizmet faaliyetlerinin kolaylıkla gerçekleştirilebilmesi için uygun adımlar atılmalıdır. Daha fazla işletmenin ülkemizi tercih etmesi ve burada faaliyette bulunarak ekonomimize katkı sağlamaları elektronik faaliyetlerin genişliği nispetinde olacaktır. Bu bağlamda ülkemizdeki istihdam da olumlu etki gözlenebilecektir (Fidanlıgül 2006: 78).

1. 6. Elektronik Ticaretin Yönetime Etkileri

İnternet ve elektronik ticaret, firmaların işin yapılma şeklini değiştirmektedir. Değişiklikler her iş alanında olabileceği gibi elektronik ticaret alanın yönetime ve yönetim şekline dönük olarak etkileri vardır. Etkiler şöyledir: (http://www.elektronikticaretrehberi.com/e-ticaretgenelbilgiler.hp#bolum1.1)

Kişi - İşletme ve Yönetim : Elektronik ticaret sürecine tek kişi ile başlayan kişiler zamanla değişik işler yaparak, kendilerini kurumsal kimliğe geçirmişlerdir. Sistemin içinde kişiler geleneksel ticaretteki gibi işçi patron yönetim denetim ilişkisi yaşamamaktadırlar. Kişiler kendi kendinin patronu olmuş işçisi de kendisi yöneticisi de kendisi olmuştur. Geleneksel yönetim anlayışı ve emir komutası gitmiş yerine tek kişilik bir yönetim anlayışı gelmiştir.

Elektronikleşme: İletişimin çok hızlı gelişme göstermesi ile birlikte bilgiler çok kısa sürede elektronik ortamda karşı tarafa iletilmektedir Bilgilerin elektronik ortamda tutulması ile, herhangi bir kişi, zaman sınırlaması olmadan herhangi bir yerden ihtiyaç duyduğu bilgiye bir başkasına gerek kalmadan ulaşabilme imkânına

sahip olmuştur. Normal zamanda bilgilere ulaşım uzun zaman alırken elektronik ortamdaki bilgilere ulaşım daha hızlıdır. Fiyat listeleri, sipariş formları, fiyat istatistikleri, tanıtım filmleri, vb. materyaller firmanın servis bilgisayarından intranet aracılığı ile güncel olarak erişilebilmektedir. Fiyat karşılaştırılması yapılarak daha az fiyatı olan ürünler ucuz fiyatla satın alınabilmektedir.

Hareketlilik: İnternet teknolojisi hareketli olmayı ve karşı tarafa daha alıcı bir gözle hitap etmeyi hedeflemektedir. İnternet teknolojisi, kişilere bulundukları yerden bağımsız olarak bilgiye erişim, alışveriş, takas ve hızlı iletişim imkânı sunmaktadır. Müşterilerine destek vermek için seyahat eden çalışanlarının, ihtiyaç duyduğu bilgiye herhangi bir zamanda herhangi bir yerden güncel olarak ulaşabilmesi, firmanın müşterilerinin ihtiyaçlarına cevap vermedeki performansını artırmaktadır. Mekân kısıtlamasının olmadan yapılan bir alışveriş her zaman avantajlı konumda olmaktadır.

Çabukluk: Kişiler ürünlerle ilgili bilgilere elektronik ticaret sistemi sayesinde çok çabuk ulaşabilmesi elektronik ticareti daha da geniş kitlelere yaymaktadır. İş adamları da ürettiği bir malın güncel bilgilerine gece veya gündüz istedikleri zaman ulaşabilmektedir. İş adamları iş ortağının veya firmasının internet sitesine ulaşarak son fiyat listesine bakabilmektedir. Ayrıca üretim rakamlarına, ürün istatistiklerine ve malların çıkış tarihine çok kısa sürede kolaylıkla erişebilmektedir.

Çalışma Grupları: Elektronik ticaret sadece ürün alışverişi değil alışveriş sonrası da internet sayesinde verinin paylaşımına ve çalışanların işbirliği yapmasına da hizmet etmektedir. İşletmeler ortak hareket etme adına sanal toplantılar yapıp çalışma grupları oluşturabilme imkânı elde etmektedirler. Firmalar, fiziki olarak bir araya gelme imkânı bulunmayan haber grupları, konuşma odaları, vb. araçlar ile değişik coğrafi yerlerdeki çalışanlarını bir araya getirerek çalışma grupları oluşturabilmekte iş hayatında kaliteyi arttırmayı hedeflemektedirler. Ayrıca yapılacak çalışmalar neticesinde işletmeler müşterilerinin önerilerini değerlendirebilmekte, önerilere göre işe yön vermektedirler.

Geleneksel işyeri ortamında bireysel katkılarla ve yeteneklerle çalışanlar işyerine bağlı olarak belli bir mesai saati içinde iş yapmaktadırlar. Sanal işyerinde

ise kendi-kendini yöneten ekiplerde, birden çok görevi iş süreçleri içerisinde kollektif sorumluluk içinde ve belirli bir ekip ile sanal toplantı yaparak yürütmektedirler. Sanal ortamlarda çalışanların rollerinde de büyük değişmeler görülebilmektedir. Elektronik ticaret sürecinde çalışanlar, kendi-kendini yöneten ekipler içinde kalite değerlendirmesinden süreçlerin kontrol edilmesine ve ürün teslimine kadar olan kısımda yer almaktadırlar. Aynı zamanda stok kararlarının verilmesinden üretim takviminin yapılmasına kadar uzanan geniş bir alanda yer alan görevler alabilmektedirler. Elektronik ticarette iş yapan kişiler sanal ortamın değişik yönleri ile karşı karşıya kalabilirler. Sanal iş ortamında herkes her süreçte ve her alanda hem yönetici hem de çalışan olabilmektedir (Akkirman 2004: 70).

2. ELEKTRONİK TİCARETİN İSTİHDAMI GENİŞLETMESİ

Müşterilerin elektronik ticarete ilgisinin artması ile birlikte satıcılar da elektronik ticaret konusunda değişik işler yapmaya yönelmişlerdir. Elektronik ticaret alanında iş yapan birçok şirket bulunmaktadır. 2000'li yılların başından itibaren değişik şirketler elemanlarını elektronik ticaret alanında eğitmeye başlamışlardır. Çalışanların da elektronik ticaret konusuna gün geçtikçe ilgisi artmaktadır.

Elektronik ticaretin her alana etkisi olduğu gibi istihdam alanına da katkısı artarak devam etmektedir. Elektronik ticaretin ekonomik etkilerinin yanında sosyal etkileri de vardır. Elektronik ticaret ile, yeni bir çok iş, görev ve unvanlar ortaya çıkarak bir çok kişiye çalışma imkânı sağlamıştır. Bu iş alanları arasında doğrudan internete ilişkin hizmetler olabileceği gibi, internet servis ve içerik sağlayıcıları, web sayfası hazırlayıcıları gibi insanların evlerinde oturarak internet üzerinden hizmet üretmeleri şeklinde olan iş imkânları da olabilmektedir. Elektronik ticaret yeni sektörlerin oluşmasında ve iş alanlarının genişletilmesi sayesinde istihdama olumlu katkı sağlayarak iş piyasasının genişlemesinde önemli bir rol oynamıştır (Fidanlıgül 2006: 97).

Günlük işlerin birçoğu, geleneksel halden çıkıp elektronik ortama kaymaktadır. İşlerin elektronik ortama geçmesi ile birlikte yeni iş sahaları açılmıştır. Elektronik ticaret de iş yaşamını elektronik ortama geçirmiştir. Elektronik ortamda yeni iş sahalarının açılması istihdamı arttırarak ilgili kişilere de yeni iş fırsatı vermiştir.

Bilgisayar teknolojileri bilgilerine sahip kişilerin iş bulma imkânı elektronik ortamda ve iş piyasasında çoktur. Elektronik ticaret ile yeni bir işyeri açıp hem kendilerine yeni bir iş sahası açabilirler hem de yanlarında işçi çalıştırarak istihdamı arttırabilirler. Yapılacak çalışmalar işsizliği azaltıcı istihdamı arttırıcı bir ticari gelişme olarak nitelendirilmektedir. Çalışma ve işyeri sahipliği milli ekonomi açısından da artı bir durum olarak değerlendirilebilir.

Elektronik ticaret, nispeten daha nitelikli elemanlara istihdam alanları açma konumuna gelmiştir. AB'de 2010 yılına kadar, 1.7 Milyon internet ve çoklu ortam alanlarında eğitimli iş gücüne ihtiyaç olacağı ifade edilmektedir. Oranların yüksekliği, ülkelerin sayısallaşma oranları, hızları ve hedeflerini çok açık olarak görülmektedir. Ülkemizde de, bilişim sektöründeki nitelikli eleman ihtiyacı 100.000 kişidir. Bilişim sektörünün aradığı nitelikli işgücü aslında girişimci bireylerdir. Özel sektör ile işbirliği içerisinde insanları kısa zaman içerisinde eğiterek istenilen işgücüne ulaştırmak mümkündür. Eleman ihtiyacının çok fazla olması, bilişim sektörü açısından işin daha başında olduğumuza delil olarak gösterilebilir (Sağıroğlu 2005:140).

İş dünyasında yaşanan küreselleşme, hızlı teknolojik gelişmeler, bilgisayar ile beraber gelen yenilikler ve artan rekabet şirketlerin değişimine katkıda bulunmuştur. Ayrıca sanal çalışma ile insanlar değişik aşamalarda ve değişik işlerde istihdam edilir düzeye gelmişlerdir. İşletmeler de insan kaynaklarına önem vermeye başlamıştır. Esnek yapı ile iş esnasında çalışanların yapacağı işler ve etkinliklerin arttırılması amaçlanmaktadır (Akkirman 2004: 44).

Elektronik ticaret uygulamaları yeni meslekleri ortaya çıkartmaktadır. Elektronik ticaretin bazı sektörlerde yeni istihdam alanları açarak, hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerine katkılar sağlaması beklenmektedir. Elektronik ticaret uygulamalarının yaygın olduğu geleneksel sektörlerde, istihdam seviyesi bilgi işlem teknolojilerinin kullanım oranlarına göre değişmektedir. Elektronik ticaretle birlikte Türkiye'de yeni çalışma sahalarının açılmasına imkân sağlanmaktadır. Bu durumun istihdamı doğrudan artırıcı bir etki yapması beklenmektedir. Genel olarak elektronik ticaretle genişleyecek olan pazarlar Türkiye ekonomisi açısından da istihdam üzerinde katkı sağlaması beklenmektedir (Koçak 2007: http://www.isguc.orgssk/kitap50/22.pdf).

2. 1. Elektronik Ticaretin İşgücüne Etkisi

İnsanlar işlerini telekomünikasyon ağları üzerinden yürütmeye başlamışlardır. Yapılan bir araştırmaya göre işlerini, 2015 yılında işyerine gitmeden telekomünikasyon ağları üzerinden yapacak insanların sayısı toplam işgücünün % 15'i olacaktır (Yıldırım 2003: 94).

Dünya'da yaşanan gelişmeler, hizmet sektörlerinde geleneksel yapıları değiştirmektedir. Yaşanan gelişmeler hizmet sektörünü ana sektör haline getirmektedir. Bilgi teknolojisi devrimiyle günümüzde ekonomiler hizmet sektörlerine daha fazla bağımlı bir hale gelmektedir. Küreselleşme süreciyle sermaye akışı, değişik finans merkezlerinin liberalleştirilmesi, bilgi toplama, bilgiyi işleme ve bilgiyi nakletme süreçlerinin, haberleşme teknolojilerinin geliştirilmesi, ulusal piyasalar arasındaki bağları güçlendirmiştir. Küreselleşme işgücü bakımından da bir çok yeniliği beraberinde getirmiştir. Piyasadaki gelişmeler hizmet sektörlerindeki üretim, tüketim ve ticaret faaliyetlerini hızla genişletmiştir. Genişleyen ve değişen piyasada, toplumlar endüstri-ötesi veya bilgi toplumu dönüşümü yaşamaya başlamışlardır (Ekin 1998: 65).

Elektronik ticaret sayesinde isteyen herkes elektronik ticaretin her evresinde görev alabilir. Kişiler elektronik ticaretin araştırma geliştirme servisinden, sipariş alınmasına, internet sayfası hazırlamaya, teknik destekten, insan kaynakları departmanına ve satış sonrası desteğe kadar olan bölümlerinde iş bulabilirler.Yeni teknoloji, ticaret ve örgütsel değişmelerin etkisiyle, yeni işler ortaya çıkmaktadır. Diğer yandan istihdamın vasıf dağılımı da etkilenmektedir. ABD(Amerika Birleşik Devletleri) elektronik ticaret açısından öncü ülke konumundadır. Ülkede, enformasyon teknolojileri sektörünün gelişimi çok sayıda yeni iş ortaya çıkartmıştır. Yeni sektörlerde ortaya çıkan işler sayesinde işsizlikle mücadelede oldukça iyi neticeler alınmıştır. Avrupa ülkeleri, ABD ile karşılaştırıldığında başarılı gözükmemektedir. Ancak, başta elektronik ticaret olmak üzere aradaki mesafeyi kapatma çabası içindedirler. Özellikle 1990'lı yıllarda başta Almanya olmak üzere bir çok Batı Avrupa ülkesinde geleneksel sektörlerde istihdamda gerileme yaşanırken enformasyon ve telekomünikasyon sektörü yeni işler açmıştır. Almanya' da makine yapımı, çelik ve gemicilik gibi sektörlerde 700 bine yakın işgücü kaybı yaşanırken, sadece telekomünikasyon ve enformasyon alanında 800 bin yeni iş ortaya çıkmıştır. Belirtilen örnekler yeni

teknolojik gelişmelerin gerektiğinde olumluya çevrilebileceğine ilişkin bir delil olarak değerlendirilebilmektedir (Bozkurt 2005: 266).

Elektronik ticaretin hem işletmelere hem müşterilere kazanç sağlayarak ve maliyetleri azaltarak fiyatlara yansıtması herkesi etkileyen bir kazanç şekli haline gelmiştir. Ayrıca ürün çeşitliliğinin artması, günün her saati alışveriş imkânının olması, hayatı kolaylaştırması gibi avantajlarının yanında elektronik ticaret istihdam üzerinde de değişiklik yapmaktadır. Elektronik ticaret, uluslararası ticareti yeni bir kalıba sokmakta, ekonomi üzerindeki etkilerini her alanda giderek arttırmaktadır. Elektronik ticaret ile ilgili yeni çalışma alanlarının açılması, istihdamı doğrudan etkileyen bir durumdur (Enderin 2008: http://www.gsuik.org/index.php?option=comcontent&task=view&id=115&Itemid=85).

Bilişim teknolojilerinin olumlu etkileri arasında sayılan üretimi arttırıcı boyutu işsizlikle birlikte anlamını yitirme noktasına gelebilmektedir. Daha kaliteli üretilen ürün ve hizmetler bilişim sektörü sayesinde çok fazla üretilebilir fakat alıcı olmadığında ürünlerde ekonomik olarak sorun yaşanabilir. İşsizlik teknoloji ile birlikte artmış gibi gözüküyor olsa da bilişim sektörü her alanda kullanıldığından dolayı bilişim sektörünün başlangıçta işsizliğe etkisi olduğu gözlemlense de uzun zaman diliminde istihdam alanı açısından istihdamı genişletici bir etkisi söz konusudur (Dedeoğlu 2006: 82).

İş kaybının yaşandığı alanlar yerler olduğu kadar elektronik ticaret ile birlikte yeni iş sahalarının da açıldığı bir gerçektir. Çünkü günümüz teknolojileri, çalışanları yeni teknolojileri kullanmaya zorlamaktadır. Yeni teknolojiler sayesinde hem alıcı kültürü hem de satıcı kültürü değişmektedir.

Elektronik ticaret ekonomik boyutta etki yaptığı gibi işgücünün yapısında da oldukça önemli etki yapmaktadır. Elektronik ticaret belli alanlarda, iş kaybına yol açmaktadır. Fakat, belli alanlarda da yeni istihdam imkânları açarak istihdama katkıda bulunmaktadır. Elektronik ticaret, vasıf düzeyi düşük işlerde bir azalma meydana getirmektedir. Yüksek vasıflı ve eğitimli işgücüne gereksinimi de artırmaktadır. Elektronik iş yapma bakımından elektronik ticaret, küreseldir. Her geçen gün de dünya ekonomilerinin birbirleriyle bütünleşme sürecini de hızlandırarak işgücünde değişiklikler meydana getirmektedir. İnternet üzerinde açılan sanal bir mağaza boyutu ne olursa olsun, faaliyet alanı bütün yeryüzü

olduğu için küresel bir etkiden de bahsetmek mümkündür (Kesici 2008: http: //www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sosmak/makaleler).

Elektronik ticaretin sanal ortamda yapılması beraberinde bir çok iş olanağının artmasına sebep olmuştur. İnternetin iş ortamına girmesi ile beraber elektronik iş ortamı ortaya çıkmış ve geleneksel iş ortamı sanal ortama yayılmıştır. Sanallaşma ile birlikte hem alıcılar hem de satıcılar sanal ortamı kullanmak zorunda kalmışlardır. Sanal ortam ile birlikte birçok kişi iş hayatına atılmıştır. Sanal ortam ile birlikte yeni iş kavramları ortaya çıkmıştır.

Elektronik ticaretin ekonomik boyutuna işletmeler ve gelir açısından bakıldığında özellikle sanallaşma, istihdam ve kültürel gelişim gibi önemli konularda etkili olabileceği tahmin edilmektedir. Günümüzde teknolojinin oluşum sürecine en açık örneklerinden biri de internettir. Bilgi paylaşımını kolay erişebilir ve yaygın kılan başka bir teknolojik kaynak mevcut değildir (Bozkurt 2000: 9).

2. 2. Elektronik Ticaret İle İşçilerin Vasıf Kazanması

İnsanlar bilgisayar teknolojilerini, iş hayatında ve evlerinde 20. yüzyıl sonlarına doğru yeni yeni kullanmaya başlamıştır. 21. yüzyılın başından itibaren insanların hayatının her alanında bilgisayarlar girmiş işler de bilgisayarlar üzerinden yapılmaya başlamıştır.

Elektronik ticaret ile birlikte yeni işler ortaya çıkmıştır. İşlerin başında bilgisayarı en iyi şekilde kullanan kişiler bilgisayar programları ile kendilerine yeni iş kapıları açmışlardır. Teknolojik gelişmenin vasıflı işçi olmaya yönelik itici bir etkisi vardır. Vasıflı işçiler elektronik ticaret ve diğer sahalarda çok çabuk iş sahibi olabilirler. Bazı işyerleri elektronik ticaret ile ilgili kurslar açarak kişilere vasıf kazandırmaktadırlar.

2. 3. Elektronik Ticaret İle Özürlülerin Çalışma Hayatına Katılması

Çalışma yaşamında özürlülere iş imkânı sağlamanın zorlukları bilinen bir gerçektir. Oysa özürlülerin günlük yaşamda ve elektronik ticarette yapacağı bir çok iş bulunmaktadır. Bilgisayar kullanabilecek kapasitede olan özürlülere yapılacak kısa bir eğitimle bilgisayar kullanmaları ve bazı temel programların öğretilmesi sayesinde elektronik ticaretin değişik aşamalarında işletmelere yardımcı olabilirler. Elektronik ticaretin her aşamasında insan olmaktadır fakat sadece siparişi teslim aşamasında insanların adresine gidilmektedir. Diğer

aşamalarda hep oturarak bilgisayarın başından veya telefon ile birçok iş gerçekleştirilmektedir.

Özürlülerin bazı programları iyi bilmeleri sayesinde özürlü olmayan insanlardan daha fazla çalışarak elektronik ticarete katkı sağlamaları düşünülmektedir. İnternet sayfası hazırlayarak veya küçük reklâmlar ile işletmelerin dışa yönelik işletmeleri tanıtıcı işler yapabilirler. Reklâm işleri çok yorucu bir iş sahası olmadığından dolayı özürlülerin işi elektronik ticarettir denilebilir.

Elektronik ticaret mekâna bağlı çalışmayı ortadan kaldırarak her yerde çalışma olanağı sunması bakımından önemlidir. Engelli kişilerin de ekonomiye katkıda bulunmalarını sağlamak amacıyla elektronik ticaret alanındaki değişik işler yapılabilir (Enderin 2008: http://www.gsuik.org/index.php?option=comcontent &task=view&id=115&Itemid=85).

Gelişen bilişim dünyasında, görme engelli kullanıcıların ihtiyaçlarına yönelik olarak değişik çözümler sunulmaktadır. Orta Doğu Teknik Üniversitesinde engelli kullanıcılar için JAWS (ekran okuma) yazılımı ve Index 4x4PRO marka/modelindeki özel amaçlı tasarlanmış kabartma yazıcısı servislerini sunulmaya başlanmıştır. Yazılım ve yazıcının kullanım sıklığı, görme engelli kullanıcılar tarafından uzun zamandan beri beklenen isteğin gerçekleştiğini gösteren bir kanıttır. JAWS, bilgisayar açıldığı andan kapandığı ana kadar yazıları, menüleri, çerçeveleri kısacası aklınıza gelebilecek her türlü bilgiyi seslendirebilen bir yazılım olarak özürlü kişilere yardımcı olmaktadır. Görmeyen bireylerin toplumla iç içe yaşaması, herkes gibi eşit şartlarda eğitim alabilmesi, kendine bu güne kadar hayal olan çok değişik alanlarda çalışma yapması çok önemli bir konudur. Özellikle görme özürlü kişilere istihdam için JAWS teknolojisinin kullandırılması hem görme özürlülere yeni bir meslek edindirme hem de onlara bir iş kapısı açılması bakımından önemlidir. Görmeyen birisi bilgisayar teknolojisiyle bir başkasına gerek duymadan kitaplarını okuyabilir notlarını hazırlayıp internetten yararlanabilir hatta bilgisayar programcılığı yaparak para kazanabilir. Programlama elektronik ticaretin temelini oluşturmaktadır. Özürlüler için veya başka kişiler için bir programlama artı bir ekmek kapısı olarak görülmektedir. Özellikle elektronik iş kapsamında özürlülerin elektronik işe ve elektronik

programlara katkıları göz ardı edilmemelidir (Canatalı 2008: http://ab.org.tr/ab08/ozet/135.html).

Elektronik ticaret sadece fiziki anlamda değil elektronik anlamda da çalışma gerektiren bir ticaret şeklidir. Elektronik ortamda işin yapılması esnasında özürlülerin de elektronik ticaret alanına çekilmesi özürlüler için değişik uğraş alanı olacaktır. Bilgisayar teknolojileri ve internet, çağımızın insanlarına bilgi ve iletişim ihtiyaçlarına, daha kolay, daha hızlı ve daha ekonomik çözümler bulabilmesini sağlayan çok yönlü iletişim aracıdır. Bazı imkânlardan, görme engelli kişilerin de yararlanabilmesi için, verilen hizmetlerde bazı düzenlemeler yapılması gereklidir. Yapılacak düzenlemelerle özürlülerin de değişik konularda bilgisayar sayesinde işlere destek olabilmesinin önü açılmalıdır. Elektronik ortamdaki bilgiye erişim özgürlüğü, özgüven ve işi yapabilirlik kapıları görme engelli kişiler için de açılması istihdam yönünden özürlülere ek iş imkânı sağlayacaktır. Bazı durumlarda özürlü kişilerin normal kişilere göre daha verimli oldukları gözlemlenmektedir. Çalışmaları yerinden izleyerek teknolojiyi takip ederek ve gerekli eğitimler verilerek özürlüler özellikle iş sürecinde elektronik ticarete teşvik edilmelidir (Emiroğlu 2008: http://ab.org.tr/ab08/bildiri/77.pdf).

2. 4. Elektronik Ticaret ve Kır-Kent İlişkisi

Kırsal hayatta yaşayan ve şehre uzak olup veya şehre yakın olup şehir ile irtibatı az olan kişiler elektronik ticaret ile kendilerine küçük de olsa bir internet sitesi hazırlayarak elektronik ticarete atılabilirler. Çok az sermaye ile dünyaya açılabilir iş ile ilgili teklifler alıp teklifler verebilir.

Elektronik ticaret sürecinde değişik çalışmalar yapılabilmektedir. Elektronik iş hayatı, şehir hayatına uzak veya yakın herkesin sürece katkı sunabileceği bir iş türüdür. Kırsal kesimlerin elektronik iş sayesinde, elektronik ticarete katkı sağlaması elektronik ticaretin Dünya'nın her tarafına yayılmasına örnek teşkil edecektir. Günümüzde elektronik iş internet ve elektronik ticaret ile özdeşleşme süreci içersine girmiştir. Teknolojik altyapısı zayıf kırsal kesimlerde bulunan kişilerin elektronik iş modeli içersine dâhil edilmesinde internet etkili bir çözüm yoludur. İnternet elektronik iş modellerine ve kırsal kesime gereken esnekliği kazandıran bir iş bütünlüğüdür (Civelek 2003: 96).

Günümüzde kahvaltılık veya diğer meyve ve sebzelerin de internetten pazarlandığını görülmektedir. Böyle durumda hangi tarım ürününün daha kazançlı veya hangi ürünün talep edildiği incelenerek ekim dikim yapılabilecektir.

Örneğin Çanakkale'deki bir firma internet üzerinden organik tarım ürünlerini pazarlamaktadır. Müşteriler internet üzerinden tarım ürünlerini seçerek alabilmektedirler. Paketler halinde müşterilere gönderilen ürünler elektronik ticaret sayesinde her tarafa pazarlanabilmektedir (http://www.omercan.com.tr/Basinda.php).

2. 5. Elektronik Ticarette Cinsiyet Ayrımcılığının Olmaması

İş yaşamında işlerin yoğun olmasından dolayı iş yerinde tamamlanamayan işlerin bir kısmını eve götürerek evde çalışmak zorunda kalınabilmektedir. Yükseköğretimini tamamlamış fakat işi olmamasından dolayı veya okuma imkânı olmayıp değişik zorluklardan dolayı evde oturmak zorunda kalan hanımlar bulunmaktadır. Hanımlar yaşamlarının çoğunu evde geçirmektedir. Evde geçirdikleri saatlerde ek iş olarak sanal ortamda işletmelere faydası olabilir. Elektronik ticaretin araştırma ve geliştirme aşamalarında çalışabilirler. Ev araç gereçlerini satan veya beyaz eşya satan işletmelerin bayanlara yönelik departmanlarında çalışabilirler.

İnternet sayesinde, işyerine gitmeden ve evde otururak işlerini yapan işçiler sınıfı ortaya çıkmıştır. Yani, işçiler sanal ortamdaki işyerlerinde çalışmaktadırlar. Burada çalışanlar, yalnızca ara sıra yüz yüze gelebilir veya hiçbir zaman ortak fiziksel mekânda bulunmayabilirler. Ev hanımlarının hem ev işlerini yaparak hem de ev bütçesine katkı sağlamak için sanal ortamda çalışarak elektronik ticaret sürecine katkı sağlamaları mümkündür. İşletmeler, personeli normal çalışma tarzı olarak ya da geçici bir süre için işletmenin bulunduğu bölge dışında olduklarında veya uzak bir yerde çalışırken ağ üzerinde çalışma ekipleri oluşturabilirler. Bir araya gelmeksizin sadece sanal ortamdan çalışanlar da çalışmalarını internet sayesinde kesintisiz olarak sürdürebilirler (Haşıloğlu 2007: 32).

Ev hanımları için internet çok önemli bir araç başlamıştır. Ev hanımları ev işlerini internet vasıtası ile halledebilir duruma gelmiştir. Örneğin evinde tüpü biten bir ev hanımı tüp için beklemesine gerek kalmadan evden elektronik ticareti kullanarak tüp siparişi verebilir. Ev hanımları interneti ve telefonu kullanarak hem işini görebilir hem de dilerse evde elektronik ticaret alanlarının sipariş bölümünde

çalışarak hem iş yapıp maddi kazanç elde etme imkânı hem de işini internet ve telefonla halledebilme imkânı elde edebilmektedir.

Bazı ücret sistemlerinde tam süreli çalışan erkeklerin yerine kısmi süreli çalışan kadınları istihdam eden işverenler işgücü maliyetini önemli ölçüde azaltmaktadır.

Kadınların zamanlarını ev işlerini yaparak, çocuklarına bakarak evde geçirmeleri, kadınların kısmi süreli istihdama erkeklere göre daha fazla yönelmelerine sebep olmaktadır. Cinsiyete dayalı işgücü ayrımcılığının ve farklılaşmasının temelini oluşturan ailevi işler, tüm kadınların istihdam ile ilgili beklentilerini etkilemektedir (Fagan 1994: 148). Elektronik ticaret sürecinde evde çalışma yaptırılan kadın hem ev işlerini evde çalışarak yerine getirecek hem de annelik görevini en iyi şekilde yerine getirebilecektir. İstihdam ile ilgili kaygıları da giderilecektir.

Türkiye açısından cinsiyete göre işgücüne katılma oranına bakıldığında kadınların işgücüne katılma oranı erkeklere göre düşüktür. İşgücü içinde elde alındığında, ailelere yardım maksadı ile kırsal alanda çalışan kadınlar ve kentli ev hanımları işgücü piyasasının dışında kalmaktadırlar. Eğitim düzeyinin artması ile birlikte kadınların işgücüne katılma oranı da bir artış göstermektedir (Lordoğlu 2006: 198). Elektronik ticaret kapsamında kadınların da işgücüne dâhil olması arzu edilen bir durumdur. Çünkü elektronik ticaret içinde evden de yürütülebilecek işler olup bu kapsamda çalışmalar neticesinde maddi kazanımlar elde edilecektir. Eğitimli bir kadının da işgücüne dâhil edilmesi ile birlikte işgücü piyasası değişime neden olacaktır.

2. 6. Elektronik Ticaret Sürecinde Turizm

Sermayesi az ve sınırlı sayıda müşterisi olan turizm işletmeleri internet ortamında pazarlama ile büyük şirketler ile yarış eder duruma gelmektedirler. Pek çok işletme internet üzerinden pazarlama yaparak rekabet üstünlüğünden yararlanırken, internet hizmeti sunmayan işletmeler ise dezavantajlı duruma düşmektedirler. İnternet ile dünya pazarlarına hizmet eden işletmeler broşür katalog vb. tanıtım masraflarını da ortadan kaldırmaktadırlar (Gökdeniz 2003: 223). İşletmelerin sektörde varlıklarını sürdürmeleri istihdamı olumlu yönde etkileyecektir

2. 7. Elektronik Ticaret ve Sanal Ortam Sigortacılık

Elektronik ticaret birçok sektörde önemli değişimlere sebep olmaktadır. Sigorta sektörü ise elektronik ticaret uygulamalarına diğer finans sektörlerine göre daha yeni girmeye başlamıştır. Sigorta şirketleri interneti bir araç olarak görmüşlerdir. İnternet sayesinde kişiler evlerini ve arabalarını sigortalatmak için teklif alıp teklif vermeye başlamışlardır. Birçok şirket ürünlerini internetten alıp satmaya başlamıştır. Sigorta sektöründe internetten sadece satış yapılmamaktadır. Günümüzde sigorta işlemleri için internetten teklif alıp verme, poliçe satın alma, sigorta araştırma ve sigortaların seçim süreçleri yapılmaktadır (Tarcan 2005: 165).

2. 8. Elektronik Ticaret ile Yeni İş Alanlarının Kurulması

Her sektörde olduğu gibi elektronik ticaret alanında da yeni iş olanakları açılarak istihdama olumlu katkı sağlanabilir. Gelişen elektronik ticaretin anlayışı ile birlikte firmaların örgüt yapısında meydana gelecek değişiklikler ve firmaların istihdam yapısının zaman içerisinde değişmesi beklenmektedir. Gerek devlet kurumları gerekse eğitim kurumlarınca değişime ayak uydurabilmek için istihdam yapısına yönelik eğitimler verilmesi büyük önem arz etmektedir (Özel 2006:117).

İş hayatının sürekli değişim yaşaması ile birlikte nitelikli eleman konusunda yetersizlikler gözlenmektedir. Sıkıntının aşılması için özel sektör ve Devlet eliyle nitelikli eleman yetiştirilmesi ihtiyacı doğmuştur. Yetiştirilecek elemanlar elektronik ticaretin her alanında çalışabilecek düzeyde olmalıdır. İşgücünün yaklaşık üçte biri araştırma ve geliştirme alanında çalışmaktadır. Yeni şirketlerde, yeni iş alanlarında çalışabilmek için işgünün önemli bir kısmının araştırma ve geliştirme alanında çalışabilecek vasıf düzeyinde bulunması zorunlu olmaktadır. Vasıflı işçinin önem kazandığı günümüzde insanlar enformasyon teknolojisinin her yönünü bilerek piyasaya değişik iş açılımı sunabilirler. Yeni çalışma düzeni içinde düşük vasıflı işgücünün yaşama şansı giderek azalmaktadır (Bozkurt 2005: 267).

2. 9. Diğer Meslekler İçin Elektronik Ticaret

Elektronik ticaret bilişim sektöründe çalışanlar için değil toplumun her kesimi ile yakından ilgilidir. Örneğin, doktorluk mesleği ile ilgili olarak hastaların doktora gidip muayene olduktan sonra hasta, şikâyeti ile ilgili bilgiler aldıktan sonra belli bir para ödemektedir. Klasik muayenede doktorun ayağına gidip zaman

geçirme söz konusu iken elektronik ticaret sayesinde doktordan telefonla hastalığın ayrıntıları ile ilgili bilgiler almak mümkündür. Hatta kameralar aracılığı ile hasta doktor tarafından uzaktan da olsa görülüp kontrol edilebilir. İstanbul'da bazı hastanelerin günün yirmi dört saati doktor hizmeti verdiği görülmektedir. İnsanların zaman açısından doktor hizmetinden fayda sağlamaları bu hizmetin daha da gelişeceğinin işareti olarak değerlendirmek mümkündür.

İnternet üzerinde yaklaşık 300 bin site, ilaçları fiyatlarıyla birlikte listeleyerek alıcıya ulaştırmaktadır. Dünyanın her yerinden sipariş alan siteler mevcuttur. İnternetten verilen bir sipariş ilacını kargo aracılığıyla tüketiciye ulaştırılmaktadır. İnternet üzerinden satış yapan sitelere Türkiye'den de ilgi büyük olmaktadır. Özellikle antidepresan, zayıflatıcı ilaçlar ve vitaminler, en çok talep görenler arasında yer almaktadır (http://www.ntvmsnbc.com/news/330911.asp).

Gelişen teknolojinin eğitim alanında kullanılması en önemli faktördür. Günümüzde bilişim teknolojilerine dayalı uzaktan eğitim modeli hızla yayılmaktadır. Öğretmenlikte de uzaktan erişim sistemi sayesinde eğitim-öğretim yapmak mümkündür. Bazı üniversite ve eğitim kurumları internet üzerinden ders açmaktadır (Törenli 2004: 363).

Çağımız teknolojilerinin teknik donanımı sayesinde akıllı kampus sisteminde akıllı tahtalar kullanılmak suretiyle bir yerleşkeden bir diğer yerleşkeye bağlantılar yapılmaktadır. Örneğin; değişik ülkelerin kütüphanelerine üye olunarak kütüphanelerden bilgi almak ve kitap okumak mümkün hale gelmiştir.

Elektronik yayınlar kağıt ve baskı maliyetleri olmadığından dolayı normal kitaplara göre daha ucuza gelmektedir. Fakat elektronik kaynaklarda ortak bir fiyatlandırma olamamaktadır. Amerika Birleşik Devletlerinde yüzlerce dergi basılı olarak ve internetten okuyuculara ücretli olarak sunulmaktadır. Abonelik sistemi ile ücret alanların olduğu gibi lisans sözleşmeleri ile de elektronik ortamda hizmetlerini satanlar olmaktadır (Dinler 2006: 253).

Sanal eğitim olanaklarının artması ile birlikte değişik işlemler yapılmaya başlanmıştır. Özellikle Amerika Birleşik Devletlerinde internet üzerinden yapılan eğitim-öğretim hizmetleri sonucunda diploma ve sertifika programları yine internet üzerinden verilmektedir. Bu şekilde yapılan eğitim ticarete konu olabilmektedir (Kayıhan 2004: 47).

Dünyanın değişik yerindeki bir ameliyatı aynı anda değişik yerlerden izlemek sureti ile bilgilerin ortaklaşa kullanılması veya bilginin de satılması hedeflenmiştir. Değişik yerlere değişik konularda üye olmak koşulu ile eğitimin kalitesinin arttırılması hedeflenmektedir.

Değişik ülkelerde bilim adamları ve araştırmacıların bilimsel bilgiye ulaşmada izlemiş oldukları yol değişiklik göstermeye başlamıştır. İnternetteki bilgilerin ve kitapların paylaşılmasında elektronik dergiler, basılı dergilere göre çok ucuz olarak insanların hizmetine sunulmaktadır. Bu nedenle, internetteki kaynaklar bilgi arayanlar tarafından çok sayıda kişinin interneti ziyaret edip internetten yararlanmasında etkili olmuştur. Araştırma Merkezlerinin ve Üniversitelerin Dünya çapında bilimsel performanslarının sanal ortamda daha kolay, hızlı ulaşılan ve görünen elektronik dergilerdeki yayınlarından Webometrik olarak ölçülmektedir. Artık bibliografik atıflara alternatif olarak elektronik Sibermetrik internet tabanlı atıf raporları vardır. Webometrik sıralamalar kurumların eğitim kalite ve akademik saygınlıktan ziyade üniversite seçecek öğrencilere yol göstermek amacını taşımaktadır. Aynı zamanda internet sayfaları, öğrencilere rehber olması amacıyla tasarlanmaktadır. Webometrik endeksler dünya çapında bilgiye açık erişimle internet yayınları açısından insanlara ve bulunduğu ülkenin kurumuna yardımcı olmaktadır. Eğer ülkeler internet performansında istenilenin çok altında durum sergilerlerse kurum yetkilileri internet politikalarını gözden geçirmeleri gerekir. Çünkü internet tasarım hacim ve kalitesini artırma ve elektronik yayına önem vermeye yöneltmiştir. İnternet sayfaları kullanıcılar ile kurum arasında köprü vazifesini üstlenmiştir. Uluslararası tanınma ve prestij açısından webometrik endeksler çok önemlidir. İnternette webometrik endeksler küresel çapta en kolay ulaşılabilen verilerdir. Elektronik ticaret anlamında elektronik dergilerdeki yayınların giderek yaygınlaşarak sanal kütüphaneler oluşmaktadır. Kullanıcılar tarafından da sanal kütüphanelere olan merak her geçen gün artmaktadır (Kaya 2006: 20).

3. ELEKTRONİK TİCARETİN İSTİHDAMI DARALTMASI

Elektronik ticaret her ne kadar istihdamı genişletse de bazı yönlerden istihdamı daraltmaktadır. Özellikle, ticari hayatta birden fazla kişinin yaptığı işleri

elektronik ticaret ortamında bilgisayarların yapması ile birlikte istihdamda daralma yaşanmaktadır.

Elektronik ticarette yaşanılan bazı sıkıntıların istihdamda daraltma etkisi yaptığı gözlemlenmektedir. Elektronik ticarette ile birlikte istihdamda daralma yaşanmasında en önemli olarak elektronik ticaretin bilgisayarlarla sanal ortamda yapılması, küreselleşme, istihdam güvencesinin olmaması vb. konular gelmektedir. Aynı zamanda elektronik ticarette nitelikli işgücü çalıştırıldığından dolayı belli bir niteliği olmayanlar iş kaybı yaşamaktadırlar.

3. 1. Genel Bakımdan Elektronik Ticaretin İstihdam Alanlarını Daraltması

Teknolojinin endüstri hayatına girmesi ile beraber hep işsizlik artmıştır. Elektronik ticarette bilgisayarların, insanların işini yapar hale gelmesiyle işsizlik de artma göstermiştir. Bir ürünün reklâmından satılması aşamasına, satılması aşamasından teslimine kadar olan zaman diliminde makinelerin insanların yaptığı işi üstlenmesi iş kaybına sebep olabilmektedir.

Elektronik ticaret, geleneksel dağıtım ve perakendecilik alanında yapılan değişik iş süreçlerinden dolayı istihdamın daralmasında etkili olmaya başlamıştır. Fakat elektronik ticaret yoluyla yapılan diğer işler, ürünlerin ucuzlaması ve ürünlerin yaygınlaşması, birçok yeni iş alanlarını ortaya çıkartmaktadır. Yeni iş alanlarında bazıları işini kaybederken bazıları için de elektronik ticaret yeni bir iş kapısı haline gelebilecektir. Çünkü işletmeler ve tüketiciler, elektronik ortamda iş yapabilecek kişileri istihdam etme düzeyine erişmek için yeni arayışlara gireceklerdir. İşletmeler, altyapılarını kendi işletmelerinde oluşturarak ve bunların bakımını yapabilecek kişiler istihdam ederek hem istihdamı genişletebilecekler hem de kişilere yeni bir vasıf kazandırabileceklerdir (Kılınç 2006:124). Elektronik ticaret, perakende ticaret, posta, seyahat acenteleri, finans ve bankacılık sektörlerinde işin yapılışı bakımından istihdamda azaltıcı bir rol oynamaktadır (Enderin 2008: http://www.gsuik.org/index.php?option=comcontent&task=view&id=115&Itemid=85). İşletmeler mevcut işgücünü elektronik ticaret konusunda eğitip yetiştirebilirlerse istihdam etmede problem çıkmayacaktır. Fakat mevcut işgücünü yetiştirmeden başka istihdam yollarına giderlerse istihdamda problemler yaşanacaktır.

Türkiye elektronik ticaretin getireceği bütün yararları elde etmekle birlikte farklı alanlarda değişime uğrayacaktır. Elektronik ticaret genel olarak uzun dönemde işsizliği arttıracak gibi gözükmektedir. Elektronik ticaret için nitelikli işgücünün yetişmesine kadar olan zaman içerisinde istihdamda daralma olabilir. Elektronik ticaret istihdam alanı açısından piyasanın değişimine katkıda bulunacaktır (İyibozkurt 2004: 12).

3. 2. Evde Çalışma Nedeni İle İstihdamın Daralması

Elektronik ticaretin çalışma hayatında iş güvencesinin olmamasından dolayı istihdamda daralma olabilir. Yapılan araştırmalarda, evde çalışanların ücretlerinin aynı işi işyerinde yapan tam gün süreli işçilere göre daha düşük olduğu saptanmıştır. Evde çalışma, kişileri toplumdan dışarıya çekmekte sosyal yaşantıdan uzaklaştırmaktadır. Evde çalışmanın bazen insanlara vermiş olduğu rahatlıktan dolayı bazı problemler yaşanmaktadır. Ayrıca evde disiplinsiz olarak çalışma da işin belli sürelerde yapılmamasını sağlayabilmektedir. Evde çalışmada istihdam güvencesinin olmaması kötü bir durum olarak algılanmakta ayrıca evde çalışanlar, sosyal güvenlik sistemlerinden yararlanamamalarından dolayı istihdam edilmede sıkıntılar çıkmaktadır (http://www.humanresourcesfocus.com/konu 31.asp).

Günümüz teknolojisinde çalışanlar belirli süreler içerisinde, birden çok projede, farklı disiplin ve farklı yeteneklere sahip değişik ülkelerden değişik insanlarla işbirliği yapma konumuna gelmişlerdir. Çalışanlar iş ile ilgili karar verme konusunda daha fazla söz sahibi olma konumuna gelmiş olacaktır. Fakat, iş güvenliği genişleyen ortamla birlikte daha da azalmış olacaktır. Çalışanların kendilerini motive etmesi, kariyerlerine yön vermesi yeteneklerini ve bilgilerini geliştirmesi gereklidir. Özellikle teknoloji alanında kişiler ve kurumlar sürekli olarak teknolojiyi takip etmeleri gerekmektedir. Çalışanların; ömür boyu istihdam, iş güvenliği gibi sahip olduğu haklardan, iş ve aile hayatlarını etkileyecek "kontratlı çalışma" şeklinde sürekli bir iş güvenliği olmadan çalışmaya alışmaları zor olacaktır. İşletmelerin, çalışanları ortama hazırlayabilmesi için çalışanların kariyer yönetiminde, yeteneklerini geliştirmede ortak sorumluluk alarak yardımcı olmaları gerekmektedir. Çalışanlar bilgisayar literatürü, takım çalışması ve iletişim konularındaki yeteneklerini sürekli olarak geliştirmek durumundadır.

Sanal işyeri, çalışanların geleneksel çalışma saatleri(08:00-17:00) arasında belirli bir işyerine bağlı kalmasını gerektirmemektedir (Akkirman 2004: 70).

Elektronik ticaret süreci belli bir mekâna bağlı olmaksızın yapıldığından dolayı elektronik ticaret işi ile uğraşanlar ister evde isterlerse işyerinde isterlerse başka bir yerde işlerini halledebilmeleri mümkündür. Belli bir işyeri olmayanlar istihdam güvencesi olmamasından kaynaklanan nedenlerle iş yaptırmada problem çıkartabilir. İstihdam edilmede işyeri güvencesinin ve işin devamlılığı önem arz etmektedir.

3. 3. İşverenin Gözetimi Dışındaki İşlerin İstihdama Olumsuz Etkileri

Elektronik ticarette yapılan işler, işverenin gözetiminden uzakta yapılabilmektedir. Elektronik ticaretin olumsuz yönlerinden biri de, işin işverenin gözetimi dışında yapılmasıdır. Bu istihdam şeklinde işverenin kontrolü az olmaktadır. Dolayısı ile kontrolün az olduğu veya hiç olmadığı iş ortamında kişilerin istihdamında problemler yaşanabilir. Ayrıca, evde çalışanlara işle ilgili malzemenin verilmesi, yapılan işin teslim alınmasındaki problemler, yüzyüze bir iletişimin olmaması, işin kontrol edilmesi gibi ek faaliyetler olması nedeni ile problemler ortaya çıkmaktadır. Elektronik ticaret kavramın içerisinde, kısmen part-time çalışma şeklinde istihdam türü de olabilmektedir (http://www.human resourcesfocus. com/konu31.asp).

İşyeri dışında yapılan iş için ücret ödenmesi konusunda sıkıntılar ortaya çıkmaktadır. Bazen de işin sonunda ücret alınamamaktadır. İşin yapılıp ücretinin ödenmemesinde çalışanların iş yapma eğilimi düşebilmekte bu durum da istihdama olumsuz etki yapmaktadır.

3. 4. Küreselleşme İle Birlikte İstihdamın Olumsuz Etkilenmesi

Ekonominin giderek küreselleşmesi sonucunda istihdamın, malların, sermayenin ve bilginin toplumdaki alışkanlığı da değişmektedir. Geleneksel istihdam biçimleri terk edilerek çalışanlar esnek çalışma biçimlerine yönlendirilmiştir. Yeni ekonomik anlayışa sebep olan küreselleşme, aynı zamanda devletleri kendi aralarında ve gelişmiş devletler arasında sıkı bir bağla bağlanmasına sebep olarak elektronik ticaretin başlangıcını oluşturmuştur (İncekara 2001: 10).

Küreselleşme sürecine ivme katan en önemli faktörlerden birisi de teknolojik yeniliklerin kullanılmasıdır (Gürsoy 2006: 242). Teknolojik yeniliklerin kullanılması ile birlikte küresel bir istihdam sorunu ortaya çıkmıştır. Elektronik ticaretin herhangi bir sınırlamaya tabi olmaksızın dünyanın her tarafından alışveriş yapılabilmesi küresel istihdamı daraltma noktasına çekmektedir.

Diğer taraftan küreselleşmenin artması ile birlikte elektronik ticaret sürecinde çalışanların bazı sıkıntıları ortaya çıkmıştır. Küreselleşme süreci içinde işletmeler elektronik ticaret sürecinde yabancı ülkelerden hizmet satın almakta ve elektronik ticaret yapılan ülkede istihdamda daralma yaşanmaktadır. Müşteriler de küreselleşme süreci içinde bulunduğu ülkeden değil, farklı bir ülkeden elektronik ticaret yaparsa hem bulunduğu ülkeye maddi bir kazanç getirmeyecek hem de iş yapamayan işletmeler de iş kaybı yaşayabileceklerdir.

3. 5. Beyin Göçü Nedeni ile İstihdamın Olumsuz Etkilenmesi

Teknolojik gelişmeler sonucunda yaşanan gelişmelerden biri de maddi refahtan faydalanabilme olasılığıdır. Bu manada beyin göçü sorunu gündeme gelmektedir. Beyin göçü sadece ülke ekonomileri için neden değil, aynı zamanda doğurmuş olduğu ekonomik sonuçlar bakımından da önemli bir yere sahiptir (Şimşek 2006: 86).

Hızla gelişen teknoloji sayesinde değişik devletlerde çeşitli konularda istihdam olanakları geliştirilmiştir. İstihdam konuları arasında elektronik ticaret de yerini almıştır. Fakat bilginin ticarete dönüşmesi nedeni ile elektronik ticarete önem veren ve bu konuda çalışma yapan devletlere beyin göçü yaşanmaktadır. Devletler artan rekabet koşullarında elektronik ticaret konusunda ciddi anlamda çalışmalar başlatarak beyin göçünün dışarıya çıkmasını çözüme kavuşturmalıdır.

4. ÇALIŞMA HAYATINDA ELEKTRONİK TİCARETİN GELECEĞİ

Elektronik ticaretin yapılma aşamasında iletişim altyapısının yaygınlaşması ve ucuzlaşması, güvenlik konusunda şüphelerin giderilmesi, elektronik ticaret yapılan konuların ve kişilerin giderek arttırılması, ürün teslim süresinin kısaltılması vb. konularda gerekli çalışmalar yapılırsa elektronik ticaretin gelecekte çok daha iyi bir konumda olacağı ifade edilebilir. Çalışma hayatı açısından elektronik ticaretin geleceği, elektronik ticaretin yaygınlaştırılmasının

sağlanması ve sektörün gerektirdiği nitelikteki işyerlerinin geliştirilmesi ile değerlendirilebilir.

Elektronik ticaret gelecekte çok önemli bir alışveriş sistemi olacaktır. Geçmişten günümüze teknolojinin değişip gelişimi ile beraber bazı konularda değişiklik olmuştur ve olmaya da devam edecektir. Gelecekte bilişim sektörünün ve bilgisayar teknolojisinin en iyi şekilde kullanımı ile yeni sektörler ortaya çıkacaktır. Geçtiğimiz yıllarda teknolojiyi, insanlar hayatın her alanında kullanmaya başladığında, insanların hayatına yön veren bir değişim söz konusu olacaktır.

Teknolojik sistemlerin bir parçası olan elektronik ticaret de günümüzde hemen hemen her kişinin ve her işletmenin ilgi duyduğu veya kullandığı bir sistemdir. Sistemin gelişmesi için akademik alt yapının ve üniversitelerin de sisteme destek verdikleri görülmektedir. Hatta bazı üniversitelerin yüksekokullarında elektronik ticaret bölümleri açılmıştır. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Çan Meslek Yüksekokulu'nda elektronik ticaret bölümü açılmıştır. Elektronik Ticaret programından mezun olan öğrenciler tüm kamu ve özel kuruluşların pazarlama ve satış bölümleri başta olmak üzere, diğer bölümlerde istihdam olanağına sahip duruma gelmektedirler. Ayrıca elektronik ticaret konusunda bilgi birikimi sayesinde kendilerine sağlayacağı avantajla, kendi işlerini kurma fırsatını vermektedir (http://canmyo.comu.edu.tr /index.php?dil=TR&inc=anasayfa).

İstanbul Kültür Üniversitesi İşletmecilik Meslek Yüksekokulu bünyesinde elektronik ticaret bölümü açılarak öğrencilere elektronik ticaret alanında eğitim verilmektedir. Elektronik ticaret bölümünden mezun olanlar sektörde hemen iş imkânı bulabilirler. Gelecekteki en başarılı elektronik ticaret uzmanları olarak üniversite içinde yarış halinde çalışmalarını yapmaktadırlar (http://ikubilisim.com/forum/search.php).

Ayrıca değişik Üniversitelerin değişik bölümlerinde elektronik ticaret dersi konularak öğrencilere elektronik ticaret konularıyla ilgili olarak akademik danışmanlık verilmektedir. Yapılan bazı kongrelerde de elektronik ticaret ile ilgili derslerin nasıl olması gerektiği konusunda geniş bilgiler verilmektedir.

İnternet teknolojisinin ticari anlamda başarı ile kullanılmaya başlanması ve getirdiği avantajlar tüketicileri ve üreticileri geleneksel anlamdaki ticari alışkanlıklarını bazı ölçülerde değiştirmeye yöneltmiştir. Yaşanan gelişmeler insanların gündelik alışkanlıklarını değiştirecek boyutlara ulaştırmıştır. Gündelik hayat internet teknolojisine doğru kaymaya başlamıştır. Ortaya çıkan yeni teknolojiler ve yeni ürünler aynı zamanda adaptasyon sorununu da beraberinde getirmiştir. Söz konusu değişime hızlı ayak uydurulabilmesi için akademik anlamda ve geniş kullanıcı kesimine konuyla ilgili eğitim verilmesi bir zaruret haline gelmiştir. Akademik eğitim veren kuruluşlar konuya ilişkin gerekliliği ve oluşan talebi karşılamak amacıyla elektronik ticaret dersleri vermeye başlamışlardır. Ancak konunun henüz yeni olması, çok geniş alana hitap etmesi dersin içeriği ve işlenişi açısından bir takım zorlukları beraberinde getirmiştir. Birbirinden farklı bölümlerde okutulan dersle ilgili işlenen konuların küresel anlamda bir standardizasyonundan söz etmek mümkün görülmemektedir. Çağın ve teknolojinin gereklerine göre yeniden organize edilerek farklı bölümlerdeki farklı ihtiyaçları karşılayabilecek bir müfredat oluşturulması hedeflenmiştir. Oluşturulan bu program çerçevesinde İstanbul Aydın Üniversitesi'nde okutulmakta olan Elektronik ticaret dersini alan öğrencilerin başarı durumları bölümsel ve genel bazda ayrıntılı olarak incelenmiş dersin gerçek hayatta öğrencilere neler kazandırılabileceği hususunda bilgiler iletilmiştir (Yüksel 2008: 21).

4. 1. Elektronik Ticaretin Yaygınlaştırılması

İdareciler, idare ve hizmet etme işlevlerini yerine getirirken elektronik ticaretin sunduğu imkânları da göz ardı etmemelidirler. Devletin elektronik ticaretin gelişimine katkıda bulunmak için şirketlere destek olması elektronik ticaretin yaygınlaştırılması açısından önemlidir. Nüfus ve vatandaşlık bilgilerinin söz konusu olduğu hizmetler, vergi tahakkuku ve tahsilatı, kamu mal ve hizmet alımları buna örnek olarak gösterilebilir. Elektronik ticaret için gerekli olan yasal altyapının oluşturulması ise, fiziki altyapıya nazaran daha güç olarak algılanmaktadır. Fakat güvenlik ve elektronik ticaretin geleceği açısından yasallaşma çok önemlidir (http://ekutup. dpt.gov.tr/ticaret/incem/eticaret.doc).

Türkiye'de elektronik ticaret işlemlerinin gelişip yaygınlaştırılabilmesi için, elektronik ticaretin hukuksal altyapısının hazırlanarak işleme konulması gerekmektedir. İnternet ve enformasyon teknolojileri ağlarının yaygınlık

kazanması ile birlikte, elektronik iş stratejileri konusu gündeme daha fazla gelecektir. Elektronik işle birlikte, organizasyonlar yapılarak yeni yöntemler üzerinde çalışmalar yapılmalıdır (Öğüt 2003: 50).

Ülkeler, gelişen teknolojiyi kullanmada ve teknolojiyi yaygınlaştırma da ne kadar hızlı olurlarsa o kadar çok gelişme gösterirler. Ülkelerin elektronik ticaret tarafları olan kamu ve özel sektör kuruluşlarının elektronik ticarete geçiş sürelerini kısaltmaları kendi lehlerine olacaktır. Gerekli idari ve teknik alt yapıyı hızlı bir şekilde oluşturanların, elektronik ticarette üstünlük sağlayacakları düşünülmektedir (Canpolat 2001: 13).

Yeni dijital teknolojilerin uygulanması için gerekli eğitimi sağlayacak ve işletme ile tüketiciler arasında elektronik ticaretin kullanımı ve geliştirilmesiyle kırsal kesimlere internet servis sağlayıcıların ulaştırılmasına kadar genişletilebilecek çabalar, ülkelerin ve bölgelerin özel ihtiyaçlarıyla farklılaşabilmektedir. Rekabeti ve özel sektör yatırımlarını teşvik eden liberal bir düzenleme şarttır. Telekomünikasyon ve enformasyon teknolojilerinin uzun dönemli ekonomik ve sosyal yararlarını sürdürülebilmesi elektronik ticaretin gelişimi açısından çok önemlidir (Clinton 2000: 90).

Ülkemizde elektronik ticaretin gelişmesi için, internet güvenliği, mahremiyet, düşük band genişliği, yavaş erişim, internet ücretlerinin yüksek olması vb. konularda çalışmalar yapılması gerekmektedir. Tüketicinin korunması, şebeke erişimi hususlarında gerekli iyileştirme, altyapı ve mevzuat düzenlemelerinin biran önce yapılıp uygulamaya konulması da kullanıcılar için büyük bir katkı sağlayacaktır (Sağıroğlu 2005:140).

Elektronik ticaretin bazı noktalarda sıkıntılı yönleri vardır. Sıkıntıların giderilmesi için devletin aşağıdaki konularda yatırımının arttırması gerekmektedir (Olcay 2006: 110).

1. Henüz tam güvenli (%100) bir altyapı oluşturulamamıştır.
2. Elektronik imza, elektronik noter vb. hukuki alt yapı düzenlemesi elektronik ticaret için tam hazır değildir.
3. Anlaşmazlık durumunda anlaşmazlığı çözecek hukuki altyapı da hazır değildir.

4. Vergilendirme işinde tam mutabakat sağlanmış değildir.
5. Özellikle Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerde, internet kültürü istenildiği ölçüde yaygınlaşamamıştır. İnternetin yaygınlaştırılması ile birlikte elektronik ticaret de yaygınlaşacaktır. ADSL'in hızla yaygınlaşması önemli engelin aşılmasına katkıda bulunacaktır.
6. İnternet kullanıcı sayısı ve profili elektronik ticaret için henüz yeteri kadar olgunlaşmamıştır. Türkiye ile ilgili doğru ve güncel istatistikler pek de fazla yoktur.

Türkiye'deki çalışma yaşamında elektronik ticaret konusunda gelişmelerin yaşanabilmesi için, gerekli altyapının iyileştirilmesi gerekmektedir. Türkçe içerikli sitelerin sayılarının arttırılması, ödeme altyapılarının ve hukukunun gereken şekilde yeniden düzenlenmesi elektronik ticaretin gelişiminde çok önemli hususlardır. Özellikle de büyük grupların medya kampanyalarını arttırarak elektronik ticareti özendirici reklâmlar yapması elektronik ticaretin gelecekte etkin kullanımını arttıracaktır (Ölçer 2007: 80)

Elektronik ticaretin daha etkili olabilmesi için, sipariş verme, sözleşme imzalama, mal ve hizmetin teslimatı, fatura kesme, ödeme ve vergi tahakkuku aşamalarının elektronik ortamda yapılabilmesine imkân tanıyan düzenlemeler yapılmalıdır. Kanuni düzenlemelere ek olarak, elektronik ticaretin çeşitli elektronik ticaret konuları ile ilgili uygulama yönetmeliği Maliye Bakanlığı'nca çıkarılmalıdır. Örneğin internetten alınan bir yazılımın deneme tarihinden sonra da kullanıldığı takdirde satın alınmış kabul edileceği, iş için gösterilen teminatın satıcıya gelir irad edileceği, satışa tahakkuk eden vergilerin deneme süresi sonundan itibaren hesaplanacağını bildirmek gibi tüketicinin korunmasına yönelik konularda düzenleme yapılması gerekmektedir (Yıldırım 2003: 341).

İnternetin sağladığı kolaylıklar elektronik ticaretin gelişimine katkı sağlayacaktır. Fakat internet olanaklarının sınırlılığı elektronik ticareti de olumsuz yönde etkilemektedir. Elektronik ticaret sektörünün gelişebilmesi için devlet ve özel sektör işbirliği içerisinde gerekli altyapı hazırlanmalıdır.

4. 2. Bilgi Ekonomisi ve Girişimcilik

Ticari faaliyetler içerisinde üretilen bir ürünün satılması ve kazanç elde edilmesi gereklidir. Bilginin ekonomiye dönüştürülmesinde girişimcilik konusu

oldukça önemlidir. Üretilen bilginin, ülkelerin refah artışına dönüşebilmesi için ticarileştirilebilmesi olumlu sonuçlar doğurabilir. Bu bağlamda bu fonksiyonu yerine getirecek girişimci bireylerin olması büyük önem taşımaktadır. Girişimcilik kültürünün geliştiği ülkeler diğer ülkelere göre avantajlı konumdadır. Ayrıca diğer ülkelere karşı önemli bir rekabet gücü avantajı sağlamış olmaktadırlar (Kelleci 2003: 105).

Bilginin ekonomide yerini alması ile birlikte bazı engeller ortaya çıkmıştır. Bilginin pazarlanmasında uluslar arası bir çözüm gerekmektedir. Bilgiden yararlanmak isteyen ülkeler, bilgi akışını engelleyen döviz, ithalat denetimi, posta ve ulaşımı ücretlerindeki engelleri kaldırmaları gerekmektedir. Bu konularda daha yumuşak davranmaları gerektiği konusunda ülkelerle fikir birliğine varılmalı ve girişimcileri desteklemelidir (Aydın 1996: 99).

Bilgi toplumunun özelliklerinden biri de bilgi ekonomisinin gelişmesine olanak sağlamasıdır. Teknolojik gelişme düzeyi yüksek olan birimlerde bilgi üretme sistemleri daha hızlı çalışmaktadır. Bilginin ticari olarak kullanılmasında girişimci bireyler için bireyleri destekleyen mekânizma önem kazanmaktadır. Bireyler bilgilerini tek başına değil bir bütün olarak üretirler. Bilginin ekonomiye dönüşmesinde yüksek nitelikli işgücüne sahip işletmelerin uluslar arası rekabet açısından avantajlı oldukları görülmektedir (Ekin 1997: 241).

4. 3. Elektronik Ticaretin Fırsatları

Elektronik ticaret sitesi kuran ve internet sitesi ile uğraşan bir kişi, bağlı bulunduğu şirket içerisinde daimi olarak istihdam ediliyorsa, çalıştığı işyerinin işçilerine sunduğu tüm sosyal güvencelerinden yararlanması gerekmektedir. Fakat elektronik ticaret sitesi kuran ve bunu yönlendiren kişi, şirket dışında çalışıyorsa belirli sosyal güvencelerden yoksun kalabilir. Kişi şirket ile belirli şartlarda çalışıyorsa, buna bağlı olarak belirli sosyal güvencelerden yoksun kalabilme durumuna düşebilir. Eğer iş için işverenle parça başına anlaşma yapılmışsa, işveren yalnızca o işin bitmesi için para vermektedir. Diğer yandan işçiye herhangi bir sosyal güvence (sigorta vs.) yapmamakta, işçinin herhangi bir sendikaya üye olma hakkı olmamaktadır (http://www.humanresourcesfocus. com/konu31.asp).

İşçi elektronik ticaret işlerini yaparken işyeri olarak evini kullanabilmektedir. Evde çalışmanın işçi açısından olumlu yönleri ve olumsuz yönleri de olabilir. Evde kendi işini yapanlar kişilerde işçi kendi kendinin

patronudur. Kendi evinde çalıştığı için istediği saatte ve istediği süreyle çalışabilmektedir. Kendisini iyi hissettiği ve çalışma arzusu olduğu zamanlar çalışma yaparak işte doyuma ulaşıp daha verimli çalışma imkânı yakalayabilir. Bunun yanında, ailevi ve özel işlerini, izin alma sorunu olmadan, rahatça yaparak normal işyerine göre problemler problem olmaktan çıkmaktadır. Evde çalışıldığı için, işe gitme ve yol sorunu ve yol masrafı işteyken yiyecek ve içecek gibi problem ve maddi anlamda bütçeyi sarsacak sorunlar olmayacaktır. Ayrıca işyerine uygun elbise giyme sorunu da ortadan kalkacaktır. Evde olduğu için rahat elbiseler giyerek iş verimliliğini arttırabilecektir. Ayrıca çalışmak istediği saatte çalışarak az zamanda çok iş yaparak iş verimliliğini arttıracaktır (http://www.humanresourcesfocus.com/konu31.asp).

Elektronik ticaret örgütün tüm yönlerini kapsamakla birlikte onun paydaşlarını ve örgütün geleceğini tanımlar. Bu yüzden elektronik ticaret yatırımcı ilişkilerini desteklemektedir. Aynı zamanda elektronik ticaret öğrencilerle potansiyel işsizlere elektronik iletişim kurarak çeşitli etkinliklerde onlarla iş yapabilmektedir (Watson 2007: 5).

İşveren açısından, evde çalışmanın olumlu yönleri, işyeri masraflarının azalması olarak görülebilir. Ayrıca işletme açısından da işletme maliyetlerinin düşmesi söz konusu olduğundan dolayı (elektrik, su, telefon, ısınma maliyetleri vb.) evde çalışma tasarruflu olmaktadır. Evde çalışma ile, işveren daha esnek bir üretime sahip olmakta işyerinin sıkıntılarını azaltmaktadır (http://www.humanresourcesfocus.com/konu31.asp).

Büyük iş organizasyonları internet teknolojisinden yararlanmak isterlerse stratejik perspektif oluşturmalıdırlar. Bu nedenle ortaklık stratejileri, böyle organizasyonların şirket stratejisi ile elektronik ticaret stratejisi arasında yakın bir ilişki kurmak zorundadır(Watson 2007: 5).

Enformasyon endüstrisi elektronik ticaretin temelidir. 1962 yılında Hawaii Üniversitesi deneysel çalışma ile bilgisayarların ağını genişletme çabasına girmiş ve yeni bir çalışma alanı başlatmıştır. 1970'li yıllardan itibaren bilgisayar endüstrisi bir sektör haline gelmiş ve ticaret için insanları cezbeden bir uğraş alanı olmuştur. Pazardan para kazanmak isteyen değişik şirketler 2000'li yıllarda bu endüstriyi geliştirerek büyük paralar kazanmıştır. Başlangıçta bilgisayarlar değişik

amaçlarla kullanılmaya başlanmış fakat her geçen günün enformasyon teknolojisinin gelişerek yaşamın her alanına girmesiyle dev bir endüstri haline gelmiştir. Elektronik ticaret tek başına bir malın alıp satılması gibi görünse de ilerleyen yıllarda yeni teknolojiler ile birlikte gündelik hayatın her alanında karşımıza para kazandıran dev bir endüstri dalı olacaktır (Harman 2002: 17).

Endüstride enformasyon teknolojisinden yararlanmak işletmelere bazı durumlarda kolaylık ağlamaktadır. İnternetin olanakları ile hızlı erişim sayesinde küçük, kırsal endüstriler dahi işlerini çok çabuk bir şekilde halledebilmektedir. Böylelikle kentin en yoğun biriminde işyeri açma zorunluluğu gibi mekân problemlerinin ortadan kalkması mümkün görünmektedir. Çünkü internet'teki pazarda hiç bir firmanın ayrıcalıklı bir işyeri bulunmamaktadır. Bütün işletmelerin mekânları eşit konumdadır. İnternet'i mekân edinen örgütlerin, interneti mekân edinmeyen diğer firmalara göre ayrıcalıklı olduklarından avantajları diğerlerine göre daha fazla olmaktadır (Haşıloğlu 1999: 95).

4. 4. Elektronik Ticaretin Tehditleri

Elektronik ticaretin ürünü birebir görülmemesinden kaynaklanan dezavantajlı yönleri bulunmaktadır. Diğer bir konu da satın alınan ürünün gönderilmemesinden kaynaklanan veya alınan bir ürünün kullanılması esnasında ortaya çıkan problemlerdir. Böyle durumlarda tüketiciler 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun gereği haklarını arayabilmektedirler. Elektronik ticaretin bazı noktalarda sıkıntılı tarafları vardır. Sıkıntıların giderilmesi için devletin internete yatırımının arttırması gerekmektedir. Büyümeye paralel olarak gerekli yatırımlara öncelik verilmelidir. İnternetteki gelişmelerin elektronik ticareti de tetikleyeceği göz önüne alınarak internet olanaklarının yaygınlaştırılması sağlanmalı ve elektronik ticaretin reklâmı yapılmalıdır (Olcay 2006: 110).

Elektronik ticarette, kişilerin hakkını arama konusunda sıkıntılar yaşanabilmektedir. Elektronik ticaretin yapılışı esnasında tüketicileri hileli ve aldatıcı davranışlara karşı korumak zorlaşmaktadır. Fiziki mekânın bilinmeyişinden dolayı problemler çıkabilmektedir. Satıcının, tüketicinin bulunduğu ülke dışında bulunmasından dolayı tüketici satıcı hakkında gerekli bilgilere sahip olamamaktadır. Tüketici satıcının ülkesindeki tüketiciyi koruma mevzuatını bilse bile, örneğin, uluslararası telefon görüşmelerinin, üreticiye dava

açma ve davayı takip etmenin maliyeti, ürünün alındığı ülkenin dil problemleri ve diğer nedenlerden dolayı hak arama konusunda engellerle karşılaşılmaktadır. Tüketicilerin karşılaştığı önemli sorunlardan biri de, tüketiciler ürünü iade etmek istediklerinde, satıcının fiziki mekân olarak nerede olduğunun tespit edilememesinden kaynaklanmaktadır. Fiziki mallarla ilgili olarak bu şekilde problem çıkmamaktadır. Çünkü sipariş edilen mal nakil vasıtaları ile fatura vb. belgelerle alıcıya ulaştırıldığından dolayı, bu belgelerden satıcının kimliğini ve adresini tespit etmek kolay olmaktadır. Fakat satın alınan bazı ürünlerde, ürün tüketiciye internet üzerinden ulaştığından, satıcıyı tespit etmek kolay olmamaktadır. Kredi kartıyla yapılan ödemelerde bazı ülkeler, tüketicinin ayıplı mala karşı korunması bakımından, bir geri ödeme sistemi benimsemektedir. Geri ödeme sisteminin temel prensipleri OECD bünyesinde belirlenmeye çalışılmaktadır. Geri ödeme sisteminin özelliği, ödeme kartı veren kuruluşların belirli koşullar olduğunda, ayıplı maldan dolayı tüketicilerin ödediği parayı satıcı geri ödemeyi kabul etmesi şeklinde olmaktadır (Anbar 2001: 26).

Bazı ülkelerde, geniş çaplı yaygın kullanım alanı yoktur. Bazı ülkeler de, iletişim alt yapısı pahalı olup güvenirliğine önem vermemektedir. Sistem güvenliğinde kredi kartı ile ödeme işlemleri özel bir itina gerektirir. Çoğu zayıf sistemlerde satıcı ile alıcı arasında güven oluşmadığından elektronik ticaret gelişme imkânı bulamamıştır (Rajaraman 2000: 21).

Elektronik ticaretin gelişmesi için çözülmesi gereken en önemli problemler arasında; geleneksel ticarette kullanılan yöntem ve araçların bir kısmının elektronik ticaret için kullanışlı olmamasıdır. Diğer taraftan mevcut yasal düzenlemelerde değişiklik yapılması zorunluluğu, yapılacak yeni yasal düzenlemelerin diğer ülke normlarına uyumu gerekli olmasına rağmen elektronik ticaret konusunda henüz bir uluslararası fikir birliğine varılmamış olması, teknik altyapıda mevcut bir takım eksikliklerin hukuk normlarının oluşturulması aşamasında neden olduğu zorluklar gösterilebilir (http://ekutup.dpt.gov.tr /ticaret/ incem/eticaret.doc)

4. 5. Elektronik Ticaret ve Çalışma Ekonomisi

Elektronik ticaret klasik çalışmaları sanal ortama taşımıştır. Sanayi toplumunda etkinlik ve üretkenlik vardır. Fakat bilgi toplumunda üretim ve etkinliği oluşturan temel unsur insandır ve insan bilgi işçisi olmuştur. Bilgi

toplumunda bir şirketin mali değerinin yanı sıra entelektüel sermayesi de önemli olmuştur fakat sanayi toplumunda bir şirketin sadece mali değeri ölçülmektedir. Küreselleşmenin artması ile birlikte şirketler, uluslarası ortamda, rekabeti geliştirecek çeşitli teknolojik verilere de ihtiyaç duymuşlardır. Üzerinde durulan küresel bilgi toplumu, internet ve internetin getirdiği elektronik ticaretin çalışma hayatına etkileridir (http://www.humanresourcesfocus.com/konu31.asp).

4. 6. Elektronik Ticaret ve Endüstri İlişkileri

Elektronik ticaret ile yeni meslekler ortaya çıkarken bazı meslekler de yok olma aşamasına gelmiştir. Değişime uğrayan mesleklerle birlikte sendikalar da olumsuz etkilenmektedir. İşçi, işveren, işyeri, işletme, sendika gibi kavramlar gelişen teknoloji ve elektronik imkânlar sayesinde fonksiyonları itibari ile değişim yaşamaktadırlar. Firmaların uyguladıkları insan kaynakları birimleri, işçilere ödenen ücretler, çalışma saatleri, maliyetler yeniden gözden geçirilmektedir (Koçak2007: http://www.isguc.org ssk/kitap50/22.pdf).

Yüksek teknolojilerin gelişimi beraberinde üstün vasıflı ve üstün yeteneğe sahip kişilerin önemini arttırmaktadır. Üstün vasıflı kişiler genelde istihdam alanında kendi ayakları üzerinde durabileceklerinden ve kendi pazarlıklarını yapabileceklerinden dolayı haklarının elde edilmesi aşamasında sendikaya gerek duymayan kişilerdir (Kurtulmuş 2001: 231).

İnternetin çok hızlı bir şekilde yayılması iş ilişkilerinde bazı değişiklikler meydana getirmiştir. Elektronik devlet başta olmak üzere elektronik ticaret, elektronik işletme, elektronik eğitim kişiler ve kurumlar arası ilişkilerin geliştirilmesinde önem kazanmaya başlamıştır. İnternetin değiştirici etkileri sendikaları da yakından ilgilendirmektedir (Gümüş 2005: 309).

Elektronik ticaret sitesi kuran ve bunu yönlendirenler, şirket dışında çalışma yapabilmektedir. Çalışanlar şirket ile belirli şartlarda çalışabilmektedir. Fakat çalışanlar belirli sosyal güvencelerden yoksun kalabilmektedir. Eğer anlaşma parça başına yapılmışsa, işveren yalnızca o işin bitmesi için para vermektedir. Çalışanlara herhangi bir sosyal güvence(sigorta vs.) yapılmamaktadır. Çalışanların bu durumda herhangi bir sendikaya üye olma hakkı olmamaktadır (http://www.humanresourcesfocus.com/konu31.asp).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Üreticilerin, ürettikleri bir malı veya hizmeti aracı olmaksızın elektronik ticaret araçları ile satabilmeleri mümkündür. Geleneksel ticarette, üreticilerin ürettikleri bir malı satmada ve satıştan sonraki aşamalarda bazı sıkıntıları olabilmektedir. Fakat elektronik ticarette direkt alışverişler ile aracılık problemleri yaşanmamaktadır. Üreticiler elektronik ticaret vasıtası ile doğrudan tüketiciler ile iletişim kurarak ürünlerini pazarlamaktadırlar. Geleneksel ticarette aracının aldığı payı üretici alabilmektedir.

Tüketiciler ise elektronik ticaret ile ürüne aracı olmadan ulaşabildikleri için ürünleri düşük fiyatla alabilme imkanına sahiptirler. Nitekim aracısız yapılan alışverişlerde tüketiciler, aracıların istedikleri fiyatları üreticiler ile anlaşarak ortadan kaldırabilirler bu durumda aracının alacağı fiyat ortadan kalkmakta ve fiyat düşmektedir. Ayrıca tüketiciler küresel tercih imkânı ile küresel alışveriş yapma imkânına sahiptirler. Üreticiler zaman ve mekân kısıtlaması olmaksızın alışveriş imkânına sahiptirler.

Diğer taraftan firmaların elektronik ticaret ile maliyetleri azaltmaları söz konusudur. Elektronik ticaretin elektronik iş vasıtası ile işlerin elektronik ortamda da yapılabilmesi işyerlerinin sabit masrafların azalmasına, bürokratik işlerin azalmasına ve işyeri kırtasiye masraflarının ortadan kaldırılmasına olanak sağlamaktadır.

Elektronik ticaret istihdamın yapısında değişiklikler meydana getirmektedir. Elektronik ticaret enformasyon teknolojilerinin gelişmesine paralel olarak günlük yaşamda önemli bir konuma gelmiştir. Geleneksel ticaret halen etkisini sürdürse de elektronik ticaret geleneksel ticaretin alternatifi olmaya devam etmektedir. Bu süreçte kaçınılmaz olarak çalışma hayatı alanında etkileşimler olmaktadır. Elektronik ticaret geleneksel ticaretin yerini almamış olsa da geleneksel yapıya ilişkin pek çok parametrede değişim yaşanmaktadır. Sözü edilen değişimin yaşandığı alanlardan biri de istihdamdır.

Çalışmanın temel eksenini oluşturan elektronik ticaretin istihdama etkileri incelendiğinde, elektronik ticaret istihdamı olumlu mu olumsuz mu etkilemiştir sorusunun cevaplandırılması gerekmektedir. Elektronik ticaret konusunda yeni açılımlar ortaya koyan ve elektronik ticaret olanaklarından yararlanan işletmelerin

istihdamı olumlu yönde etkiledikleri söylenebilir. Elektronik ticarette istihdam konusunda nitelikli eleman önemli bir yere sahiptir. İşletmeler kendi personellerini elektronik ticaret konusunda eğitip elektronik ticarete hazırlayarak elektronik ticarette yeni bir istihdam alanı açmışlardır. Elektronik ticarete yeni giren işletmeler elektronik ticaret konusunda yeni personel işe alarak istihdamı genişletmişlerdir. Ancak elektronik ticaretin istihdamı daraltıcı etkileri de bulunmaktadır. İstihdamı daraltıcı etkiler arasında evde çalışma, işverenin gözetimi dışında yapılan işler yer almaktadır.

Elektronik ticaret ile nitelikli işgücünde ve istihdamında artma eğilimi söz konusu olmaktadır. Elektronik ticaret nitelikli işgücü gerektirdiğinden bu alandaki istihdam alanları genişleyecektir. Eğer devletler küresel anlamda elektronik ticarete gereken önemi verirlerse hem yeni istihdam alanları genişleyecek hem de elektronik ticaret ile devletler maddi anlamda kazanç sağlayacaklardır.

Elektronik ticaretin kullanımının arttırılması ve elektronik ticaret sistemlerinde istihdamın genişletilebilmesi için elektronik ticaret eğitimlerinin yaygınlaştırılması gereklidir. Türkiye'de elektronik ticaretin eğitimini vermek üzere kurslar açılmaktadır. Fakat kursların yeterli düzeyde olduğu söylenemez. Elektronik ticaretin istihdamı genişletebilmesi için işgücünün mesleki ve teknik yönden bilgilendirilmeleri gerekmektedir. Yapılacak eğitimler sayesinde birçok kişi elektronik ticaret süreci içerisinde yer alacağından elektronik ticaret istihdamı arttırıcı bir potansiyele sahip olabileceklerdir. Özel eğitim merkezleri ve üniversitelerin elektronik ticaret eğitimi kursları düzenleyerek nitelikli işgücünü elektronik ticaret konusunda eğitmeleri önem taşımaktadır.

Küreselleşme ile birlikte internetin her ürünü insanların ayağına kadar getirdiği sanal ortamda alışveriş, insanlara alışveriş keyfini aşılamaktadır. Alınacak herhangi bir ürün kişilere bir tıklama kadar uzaktadır. Dolayısı ile eskiden herhangi bir ürünü arayıp bulmak zor iken şu anda istenilen bir ürün çok kısa bir sürede çok uğraş vermeden bulmak mümkün hale gelmiştir. Alınacak ürün diğer ürünlerle kıyaslanarak piyasa fiyatlarının altında ve taksit imkânı ile alınabilmektedir.

Elektronik ticaretin değişik teknolojilerle birlikte iş imkânlarını arttırmasında, yeni iş alanları açma potansiyelinin iyi bir şekilde kullanılması

gerekmektedir. Elektronik ticaret girişimciliği arttırmaktadır. Hatta küresel koşullara ayak uydurup, piyasa şartlarının istediği türde ticaret yapanlar bu alanda yetişmiş nitelikli kişilere de iş imkânı sağlamaktadırlar.

Elektronik ticaret karşılıklı iki tarafın yaptığı bir ticaret gibi gözükse de, arka planda işi yapan ve elektronik ticaret işiyle uğraşan birden çok insan vardır. Dolayısı ile günümüzde elektronik ticaret, bir alışveriş şeklinden öte birden çok kişiye iş imkânı sağlayan ve istihdamı arttıran bir ticaret şeklini almaktadır.

Elektronik ticaretin belki de maddi anlamda en avantajlı yönü küreselleşen dünyada alışveriş özgürlüğünü tüm dünya ile paylaşıp ülkeye döviz girmesini sağlamasıdır. Elektronik ticaret ile dünyanın değişik ülkelerinden alışveriş yapanlar sadece bulunduğu ülkeye değil sipariş verilen ülkeye de hem iş imkânı sağlayarak istihdamı arttırmış, hem de maddi getiri sağlayarak katkıda bulunmuştur.

Elektronik ticaretin hem ülke içine hem de ülke dışına çok önemli maddi katkıları vardır. Devletin dış ticaret alanı içerisinde elektronik ticarete yönelik çalışmaları arttırılmalıdır. İşletmelere ve kişilere gerekli devlet desteğinin istenen düzeyde verilmesi gelecekte Türkiye'nin diğer ülkeler nezdinde itibarını arttıracaktır.

Devletin özellikle bir işyerinde çalıştırılmak istenmeyen kişilere yönelik olarak elektronik ticaret konusunda teşvik sağlaması gereklidir. Özürlü kişilere elektronik devlet kapsamı içerisinde görev verilerek özürlü kişilerin de çalışma hayatına girmeleri sağlanmalıdır. Ayrıca teknolojiden uzak kalan kişilere, kırsal hayattakilere ve ev hanımlarına kendi evlerinde elektronik ticaret sürecine katkı sunabilecek çalışmalarda yardım edilmelidir. Kişilere uygun fırsatlar verildiğinde iş sürecine dâhil olarak iş yaşamındaki çalışmalarına evden destek olabilecekleri unutulmamalıdır.

Devletin, küçük işletmelere elektronik ticaret için teşvik edici krediler sağlaması ve uygun ortamda ticaret yapabilecek bir yer tahsis etmesi elektronik ticaretin geleceği açısından olumlu olacaktır.

Yeni uygulamalar elektronik ticaretin, internetin ve internet hizmetleri veren kesimlerin önemini arttıracaktır. Elektronik ticaret için günümüzde internet sayfaları önemini arttırmıştır. Tüketiciler, alışveriş yapmak için internette

dolaşırken, internet sitelerine göre alışveriş yaptıkları sıkça gözlenmektedir. Ticaret yapan işletmeler, elektronik ticaret üzerinden sunulan hizmetle, internet sayfası aracılığı ile ihtiyaç duydukları piyasa bilgilerine kolayca ulaşabilmekte ve kendi ürün ve hizmetlerini tanıtabilmektedirler. Elektronik ticaret hizmetleri ile birlikte kişiler ve şirketler; monotonluktan çıkarak bulundukları noktadan daha da ileri bir noktaya gelebilmeleri için internet sayfalarını daha özenli yapmaları gereklidir. Elektronik ticarette, internette ürünlerin reklâmının yapılması, tercih kolaylığının ve kıyaslama imkânının sunulması kişilerin elektronik ticareti daha çok tercih etmesine olanak sağlamıştır.

Kişilerin ve şirketlerin önem vermesi gereken konuların başında güvenlik gelmektedir. Elektronik ticaretin güvenli bir şekilde geliştirilip sürdürülebilmesi ve istihdam potansiyelini arttırabilmesi için değişik konularda düzenlemelere ihtiyaç vardır. Güvenli bir alışveriş için hem üreticilerin hem de tüketicilerin dikkatli olmaları gerekmektedir. Ayrıca elektronik ticarette dikkat edilmesi gereken konular arasında, hukuk, vergi, sipariş vb. konulardır. Firmaların ve kişilerin bu tür konularda gerekli hassasiyeti göstermeleri kendi lehlerine olacaktır. Yapılacak olan değişik alanlarda düzenleme ile ilgili olarak tüketiciler daha rahat bir alışveriş imkânı bulacaklardır. Elektronik ticaret konusunda yapılacak düzenlemeler aşağıdaki gibi özetlenebilir.

Düzenleme yapılması gereken birinci konu güvenliktir. Kamu sektörünün bilgisayar ağlarının güvenilirliği de gözden geçirilip daha iyi olanaklarla donatılması, kamu sektörünün de elektronik ticaret sürecine girmesinde etkili olacaktır. Ayrıca alışverişin güvenliliği hususunda son zamanlarda şikâyetler artmaktadır ve kişilerin maddi yönden kayıpları çok üst seviyelere çıkmaktadır. Özellikle kredi kartlarının ve bankamatik kartlarının şifrelerinin çalınması ile insanlar büyük maddi kayıplar yaşamaktadır. Maddi kayıpların yaşanmaması için işletmelerin gerekli güvenlik sistemlerini kullanması şarttır. Elektronik ticaretin gelişebilmesi için güvenlik konusu çok önemlidir. İnsanlara elektronik ticaret bazı konularında güvensiz bir alışveriş gibi gözükmektedir. Elektronik ticaretin güvenilir olduğunu insanlara anlatmak gereklidir. Ayrıca elektronik ticaretin gelişebilmesi için güvenli olduğuna dair tanıtımların yapılması önemlidir. Güvenlikle ilgili gerekli yatırımlar yapılıp gerekli olan önlemler alındığında insanların elektronik ticarete güveni artacaktır.

Düzenleme yapılması gereken ikinci konu ise elektronik ticaretin hukuki yönüdür. Elektronik ticaretin doğuşu ve yoğun olarak kullanılması ile birlikte yeni bir hukuki düzenleme yapılma ihtiyacı hissedilmektedir. Elektronik ticaret için özel hukuki düzenlemeler yapılıp hemen devreye sokulmalıdır. Tüketiciler ve firma arasında gerekli bağ hukuki düzenleme ile belli bir sisteme girmesi ve sonuçlandırılması şarttır. Her ne kadar yasalarımızda 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanun kişilere yol gösterse de yine de eksiklikleri vardır. Elektronik ticaretin hukuki yönü Ceza Kanunları, bilişim suçları başlığı altında ele alınmıştır; fakat yeterli ve güncel değildir. Hukuki olarak da elektronik ticaretin eksik yönleri tamamlanmalıdır. Elektronik ticaret sistemlerinin şu an ki durumları göz önünde bulundurularak eksiklikler yasalarla güvence altına alınmalıdır. Ayrıca mevcut problemlerin dışında gelecekte oluşabilecek hukuki problemlerin de yasalarda yer alması elektronik ticaretin gelecek de daha güvenli olmasına yardımcı olacaktır.

Düzenleme yapılması gereken üçüncü konu, siparişi verilen ürün ile ilgili sorunlardan kaynaklanmaktadır. Siparişi verilen ürürünün geç gelmesi, yanlış veya arızalı ürün gelmesi durumunda anlaşmalı bayi ile sorunun çözüme ulaştırılması için gerekli destek sağlanmalı vb. konularda düzenleme yapılmalıdır. Böyle durumlar için tüketici ile satış yapan firma arasında gerekli olan iletişim 7 gün 24 saat kesintisiz bir şekilde olmalıdır. Üretici tüketiciye gerekli olan garantileri vermelidir. Ürün için üreticilerin tüketicilere söz verdiği konularda sözünde durarak müşterilerin isteklerini yerine getirmeleri gerekir. Örneğin; siparişi verilen ürün üç günde elinizde olacaktır denildiği zaman ürün belirtilen günde müşteriye teslim edilmelidir. Aksi durumlarda elektronik ticarete olan güven azalacaktır.

Düzenleme yapılması gereken dördüncü konu vergi düzenlemeleridir. Devletin vergi konusunda elektronik ticaret ile ilgili ayrıca bir düzenleme yaparak vergi sorununa çözüm getirmesi gereklidir. Kişilerin şirket kurması için önündeki engeller kaldırılıp, şirket kurmaları kolaylaştırılırsa işler resmilik kazanacak ve herkes işini resmi yollardan yapacaktır.

Düzenleme yapılması gereken beşinci konu ise işbirliğidir. Devlet, elektronik ticaret yapacak firma veya kişileri desteklemelidir. Bürokrasi azaltılarak elektronik ticaret yapacakların önü açılmalıdır. Devletin desteğinde bazı konularda yapılacak iyileştirme ile elektronik ticaret çok daha iyi noktada olabilecektir.

Devletin elektronik ticarete göstereceği kolaylık, yetişmiş işgücünün istihdam alanında çalıştırılmasına sebep olacak ve yetişmiş iş elemanlarının bu konuda değerlendirilmesine önemli katkı sağlayacaktır. Devletin elektronik ticaretin geliştirilmesi için yapacağı işlemler şunlardır: Gelişmiş bir internet altyapısı, elektronik ticarette vergi indirimi, işletmelere maddi destek, işletmelerin iyi bir veritabanın olması için bilgi işlem teknolojilerinden yararlanmalarının teşvik edilmesi, uluslararası destek, diğer ülkelerle antlaşmalar vb. konulardır.

Belirtilen konulardaki düzenlemeler elektronik ticaretin gelişmesine önemli katkılar sağlayacağından doğrusal anlamda elektronik ticaretin istihdamı genişletici etkisi de artacaktır.

KAYNAKÇA

AKIN, Bahadır

2001 **Yeni Ekonomi.** Konya: Çizgi Yayınları

AKIN, Cahit

2000 **İnternet Temel Kullanım Kılavuzu.** İstanbul: Alfa Yayınları.

AKKİRMAN, Ali Deniz

2004 **Sanal İşyerinde Örgütsel Davranış.** İstanbul: Aktüel Yayınları.

AKSOY, Ramazan

2006 **İnternet Ortamında Pazarlama.** Ankara: Seçkin Yayıncılık.

ANBAR, Adem

2001 "Ticarette Karşılaşılan Sorunlar Ve Çözüm Önerileri",

Akdeniz İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi. 2001.

ANSAL, Hacer; KÜÇÜKÇİFTÇİ, Suat; ONARAN, Özlem; ORBAY, Benan Z.

2000 **Türkiye Emek Piyasasının Yapısı ve İşsizlik.**

Ankara: Numune Matbaacılık.

AYDIN, Emin, D.

1996 **Değişen Bilgi Toplumu.** İstanbul: Beta Yayınları.

BARRON, Billy; ELLSWORTH, Jill H.; SAVETZ, Kevin M.

1998 **İnternet Hakkında Bilmek İstediğiniz Her Şey.**

Çeviren: BAHAR Nezihe ve TÜRKMEN Devrim İstanbul: Sistem Yayınları.

BAŞOĞLU Ufuk; ÖLMEZOĞULLARI Nalan ve PARASIZ İlker

2001 **Dünya Ekonomisi Küreselleşme, Finansal Kurumlar ve Küresel Makro Ekonomi.** Bursa: Ezgi Kitabevi Yayınları.

BAYKAL, Nazife ve TEKİN, Nuray

2003 **Her Yönüyle İnternet.** İstanbul: Pusula Yayınları.

BAYRAÇ, Naci

2008 "Yeni Ekonomi Ve Yarattığı Değişimler", http://www.e-konomist.net/wp-content/dosyalar/bayrac.pdf (05.09.2008)

BEDESTENCİ, Çetin

2004 **Dış Ticaret.** Ankara: Gazi Kitabevi.

BENLİ, Abdurrahman

2008 "Sendikalar, Bilgi Teknolojileri ve İnternet", http://www.Mulkiye dergi.org/index.php? option=comdocman&task=docdetails&gid= 163&&Itemid=2(18.11.2008). **Mülkiye Dergisi**. Cilt 28. Sayı 243.

BERBER, Leyla K.

2006 **Elektronik Fatura ve Şirketlerin Dijital Mali Denetimi**

Ankara: Yetkin Yayınları.

BOZBEL, Savaş

2006 **İnternet Alan Adlarının Korunmasında Icann Tahkim Usulü**. Ankara: Seçkin Yayınları.

BOZKURT, Veysel

1996 **Enformasyon Toplumu Ve Türkiye.** İstanbul: Sistem Yayınları.

2000 **"**Elektronik Ticaretin Ekonomik ve Sosyal Boyutu", **Elektronik Ticaret.** İstanbul: Alfa Yayınları.

2005 **Endüstriyel & Post Endüstriyel Dönüşüm.** İstanbul: Aktüel Yayınları.

CAM, Erdem

2008 "Özel İstihdam Büroları ve Çeşitleri", http://www .ceis.org.tr/dergiDocs/makale229.pdf (24.11.2008)

CANATALI Ulaş; HANAYDIN Selçuk ve ALAÇAM Özge

2008 "Görme Engelli Kullanıcılara Yönelik Bilişim Çözümleri",

http://ab.org.tr/ab08/ozet/135.html (17.12.2008)

CANPOLAT, Önder

1999 **E- Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler**. Ankara: Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Yayınları.

CİVELEK, M. Emre ve SÖZER, Edin G.

2003 **İnternet Ticareti.** İstanbul: Beta Yayınları.

COMER, Douglas E.

1995 **The Internet Book**. United States of America: Prentıce Hall.

COX, Ö.Buket

2002 **Avrupa Birliği Hukukunda Elektronik Ticaret ve Türkiye'de Gelişmeler**. İstanbul: Pusula Yayınları.

ÇAK, Murat

2002 **Dünyada ve Türkiye'de Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi**. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

ÇAKIR, Hüseyin ve GÖKSEL M. Ali

2002 **İnternet ve Web Sayfası Hazırlama.** İstanbul: Atlas Yayınları.

ÇAYIR Sinan, GÜNEŞ Asım ve BÜK Ozan

2008 "Türkiye'deki Kamu Kurumlarında Bilişim Teknolojileri Yönetişimi", http://ab.org.tr/ab08/bildiri/62.pdf (17.12.2008)

ÇETİNKAYA, Mehtap

2008 "Kurumlarda Bilgi Güvenliği Yönetim Sistemi'nin Uygulanması", http://ab.org.tr/ab08/bildiri/152.doc(16.12.2008)

ÇELİK, Adnan ve AKGEMCİ, Tahir

1998 **Girişimcilik Kültürü ve Kobiler.** Ankara: Nobel Yayınları.

ÇİFTER, Algun ve DEMİR Özge

2006 "4857 Sayılı İş Kanunu'na Göre Geçici İş İlişkisi Kavramı Türleri Ve Koşulları", http://www.iticu.edu.tr/Kutuphane /dergi/s10/M00143. pdf(24.11.2008).

ÇOBAN, Hasan

1996 **Bilgi Toplumuna Planlı Geçiş.** Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları.

ÇÖLKESEN, Rifat ve KİPMAN Ege

2008 "Mobil Se-Cüzdan Mimari Tasarımı Ve Uygulaması", http://ab.org.tr/ab08/bildiri/144.doc(17.12.2008)

DAYIOĞLU, Burak

2006 **Beyaz Şapka Dergisi**. İstanbul: Umar İletişim Hizmetleri.

DEDEOĞLU, Beril

2003 **Dünden Bugüne Avrupa Birliği.** İstanbul: Boyut Matbaacılık.

DEDEOĞLU, Gözde

2006 **Bilişim Toplumu ve Etik Sorunlar.** İstanbul: Aktüel Yayınları.

DENİZ, R. Baki

2001 **İnternet'te Pazarlama.** İstanbul: Beta Yayınları.

DEMİRKOL, Zafer

2005 **Asp ile Web Programcılığı ve Elektronik Ticaret.** İstanbul: Pusula Yayınları.

DİNLER, Zeynel

2005 **Mikro Ekonomi.** Bursa: Ekin Kitabevi.

2006 **Bilimsel Araştırma ve E-kaynaklar.** Bursa: Ekin Kitabevi.

DİŞLİ, Şaban

2007 **Nasıl E-Ticaret Yapılır.** İstanbul Ticaret Odası Yayınları. Yayın No:48

DOLANBAY, Coşkun

2000 **E- Ticaret Strateji ve Yöntemler.** Ankara: Sistem Yayınları.

DPT

2001 **8. Beş Yıllık Kalkınma Raporu.** Ankara.

DURUSOY, İlker ve OKAY Mustafa

1998 "Türkiye Bankalararası Elektronik Fon Transferi ve Gerçek Zamanda Birebir Mutabakat Sistemi Merkez Bankası",

(http://www.e-ticaret.gov.tr/raporlar/teknik.htm) (01.08.2008)

ERDOĞAN, Nurten

2007 **Lojistik Maliyetlemesi ve Lojistikte Faaliyete Dayalı Maliyetleme.** Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

ERTAŞ, Sacit

2000 "Elektronik Ticaret: Tanımı, Gelişimi, Avantajları, Güvenliği" **Elektronik Ticaret.** Derleyen : Bozkurt Veysel. İstanbul: Alfa Yayınları

EKİN, Nusret

1997 **Küresel Bilgi Çağında Eğitim- Verimlilik İstihdam.** İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları. Yayın No: 1997-43.

1998 **Bilgi Ekonomisinde Elektronik Ticaret.** İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

2000 **Türkiye'de Yapay İstihdam ve İstihdam Politikaları.** İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları. Yayın No: 2000-33.

ENDERİN, Emel

2008 "E-ticaret", http://www.gsuik.org/index.php ?option=comcontent &task = view&id =115&Itemid=85 (27.10.2008).

ENE, Selda

2001 **Elektronik Ticarette Tüketicinin Korunması ve Bir Uygulama.**

İstanbul: Pusula Yayınları.

EMANET, Leyla

2007 "İş Arayanların Adresi İnternet", **İnfomag Dergisi.** Sayı 2.

EMİROĞLU, Bülent Gürsel

2008 "Üniversitelerde Görme Engelli Öğrenciler İçin Bilişim", http://ab.org.tr/ab08/bildiri/77.pdf.(17.12.2008)

FAGAN, Colette; PLANTENGA, Janneke ve RUBERY, Jill

1994 "Kısmi Süreli Çalışma Ve Eşitsizlik" **Çalışma Süresi Yaşama Süresi.** Ankara. Türk Harb-İş Sendikası Yayınları.

FEİNT, Sylvie ve CULPİN,lan

1998 "Electronic Commerce and Secure Telecommunications", http://www.martech-intl.com/2001/Docs/electronic%20commerce-STOA.pdf(01.08.2008)

FİDANLIGÜL, Cemil

2006 **"Elektronik Ticaretin Gelişen Bir Pazarlama Ve Dağıtım Kanalı Olarak Mal Ve Hizmet Piyasalarına Etkisi"**, Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Bölümü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

FRAZELLE, Edward H.

2001 "Supply Chain Strategy: The Lojistics of Supply Chain Management.(e-book)", http://books.google.com/books?hl =tr&lr =&id=IPokfbYeVUC&oi=fnd&pg=PP13&dq=supply+chain+ strategy+frazelle&ots=K6KbQrt5dK&sig=zt-H5UGeQ-ryyztMws7vCJwJCxY# PPP9,M1 (15.11.2008)

GATES, Bill

2004 **Dijital Sinir Sistemiyle Düşünce Hızında Çalışmak.** Çeviren AKKOYUNLU Ali C. İstanbul: Doğan Kitapçılık.

GELLER, Lois K.

2002 **Karlı Doğrudan Pazarlama.** Çeviren: ÖNERTOY Osman C. Ankara: Sistem Yayınları.

GLADMAN Brian, ELLİSON Cari ve BOHM Nicholas

1999 "Digital Signatures, Certificates and Electronic Commerce", http://jya.com/bg/digsig.pdf(15.10.2008)

GORE, Albert ve CLİNTON, William J.

2000 **Global Elektronik Ticaret.** Çeviren BOZKURT Veysel İstanbul: Alfa Yayınları.

GÖKDENİZ, Ayhan ve ALPAR, Özer

2003 "Seyahat İşletmelerinde İnternetin Hizmet Pazarlamasında, Etkinliği, Olası Riskler Ve Kolaylıklar Üzerine Bir Durum Değerlendirmesi", **Bilgisayar Teknolojileri Kongresi Kitabı.** Pamukkale Üniversitesi. Denizli.

GÜLCÜ, Aslan ve ALAN, Ali

2003 **Bilgisayarın Temelleri ve İnternet Rehberi.** Ankara: Detay Yayınları.

GÜMÜŞ, Mahir ve BENLİ Abdurrahman

2005 "Türkiye'de Sendika ve Konfederasyonların İnternet Sitelerinin İçerik Analizi", **Ulusal Bilgi Ekonomi ve Yönetim Kongresi.** Sakarya.

GÜRCAN, H. İbrahim

1999 **Sanal Gazetecilik.** Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.

GÜRSOY, Bülent

2006 **Küreselleşme Bir Varoluş Çözümlemesi.** Bursa: Ekin Kitabevi.

HAMZAÇELEBİ, Coşkun

2003 "İnternet ve Ticaret", **Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu Dergisi.** http://www.tisk.org.tr /digersayilar.Asp (06.12.2008)

HARMAN, Gökalp

2002 "Standartlar Arasında Kısa Yolculuk", **Computerworld Dergisi.** Sayı 17.

HARTMAN, Amir ve SIFONIS John

2003 **Ağa Hazır E-konomide Başarı Stratejileri**. Çeviren: ÖZGÜVEN Kutluk, İstanbul: Literatür Yayınları.

HAŞILOĞLU, S. Burak

1999 **Elektronik Posta ve Stratejileri.** İstanbul: Türkmen Kitabevi.

2007 **Elektronik Posta ile Pazarlama.** İstanbul: Beta Yayınları.

HEKİMLER, Alpay

2006 **Sosyal Politika Boyutunda Federal Almanya'da Esnek Çalışma Modelleri.** Ankara: Yorum Matbaacılık.

HUECK, Götz ve EYRENCİ, Öner

1994 **Çalışma Hayatında Esneklik.** İzmir. Tükelmat A.Ş.

IŞIKLI, Hasibe

2001 **İnternet Alan İsimleri Sistemi.** DPT Yayınları

İNCEKARA, Ahmet

2001 **Küreselleşme ve Türkiye'deki Kobilere Etkileri**. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları. Yayın No:2002-13.

İNFOMAG

2001 "E Ticaret", **İnfomag Bilgi ve İletişim Teknolojileri Dergisi.** Sayı 3.

2001 "E-İş, E Ticaret", **İnfomag Bilgi ve İletişim Teknolojileri Dergisi.** Sayı 11.

2002 "E Ticaret Modelleri Olgunlaşıyor", **İnfomag Bilgi ve İletişim Teknolojileri Dergisi.** Sayı 19.

İYİBOZKURT, Erol

2000 "Küreselleşme ve Elektronik Ticaret" **Elektronik Ticaret.** Derleyen : Bozkurt Veysel. İstanbul: Alfa Yayınları

2004 **Küreselleşme ve Türkiye.** Bursa: Ezgi Kitabevi.

KAHYA, Erhan

2008 "Trakya Bölgesindeki Tarım Makinaları Üreticileri Bilişim Altyapıları Ve Bilgisayar Kullanımları Üzerine Bir Araştırma",

http://ab.org.tr/ab08/bildiri/9.doc (15.12.2008)

KALENDEROĞLU, Mahmut

2003 **Mikro İktisat.** Ankara: Seçkin Yayıncılık.

KARABACAK, Hakan

2004 **Türkiye Avrupa Birliği Katılım Öncesi Mali İşbirliği ve Proje Yönetimi Yaklaşımı.** Ankara: Ayrıntı Basımevi.

KARGI, Nihal

2006 **Bilgi Ekonomisi.** Bursa: Ekin Kitabevi.

KARTAL, Cihat

2004 **İnternet Ortamında Pazarlama.** Ankara: Gazi Kitabevi.

KAYA, Muammer

2001 "Dünya Üniversitelerinin Webometrik Sıralaması",

İşveren Dergisi. Türkiye İşveren Sendikaları Konfederasyonu Cilt 44, Sayı 7. http://www.uniaktivite.net/dosyalar/webometrik.Doc (15.11.2008)

KAYIHAN, Şaban ve YILDIZ Habib

2001 **Elektronik Ticaretin Hukuki ve Vergi Boyutu.** Ankara: Seçkin Yayınları

KELLECİ, Mehmet Ali

2003 "Bilgi Ekonomisi, İşgücü Piyasasının Temel Aktörleri Ve Eşitsizlik: Eğilimler, Roller, Fırsatlar Ve Riskler", DPT Yayın No:2674.

KESER, Aşkın

2002 **Çalışma Yaşamında Dönüşümler**. Bursa: Ezgi Kitabevi.

2006 "Çağrı Merkezi Çalışanlarında İş Yükü Düzeyi İle İş Doyumu İlişkisinin Araştırılması", http://kosbed.kou.edu.tr /sayi11/keser. Pdf (19.10.2008)

KESİCİ**,** Burcu ve ELİBOL Halil

2008 "Çağdaş İşletmecilik Açısından Elektronik Ticaret",

http://www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos_mak/makaleler%5CBurcu%20KES%C4%B0C%C4%B0%20-20Halil%20EL%C4%B0BO L%5C Elektronik%20Ticaret%20.pdf (20.10.2008)

KILINÇ, Burcu

2006 **Avrupa Birliği'nde Ve Türkiye'de Bilişim Ekonomisi.** Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi

KIRÇOVA, İbrahim

2001 **Mobil Ticaret Rehberi.** İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

2007 **Nasıl E-Ticaret Yapılır.** İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

Yayın No:48

KİENAN, Brenda

2004 **İşletmeler İçin Çözümler E- Ticaret**. Ankara: Arkadaş Yayınları

KOCABAŞ Fatma; ÖZGÜLER Verda C. ve AŞAN Zerrin

2000 "Türkiye'deki Sendikalı İşçilerin Bilişim İletişim Teknolojileri (Bit) Kullanımında Sendikaların Rolü: İşçi Sendikalarında Bir Anket Çalışması", www.yeniekonomi.com/images/kitap.4.doc (15.12.2008)

KOÇAK, Orhan

2007 "Elektronik Ticaret Ve İstihdama Etkisi", http://www.isguc.org/ssk/kitap50/22.pdf(04.12.2008)

KORKMAZ, Nuray

2002 **Sorularla E-Ticaret E-İş.** İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

KUŞCU, Ferhat

2007 **E- ticaret'in Kobi'ler Açısından İncelenmesi ve Otomotiv Sektöründe E-tedarik Uygulaması.** Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

KURT, Levent

2005 **Açıklamalı İçtihatlı Tüm Yönleriyle Bilişim Suçları ve Türk Ceza Kanunundaki Uygulaması.** Ankara: Seçkin Yayınları

KURTULMUŞ, Numan

2001 **Sanayi Ötesi Dönüşüm.** İstanbul: İz Yayınları.

KÜÇÜKYILMAZLAR, Aysun

2004 **Elektronik Ticaret Rehberi.** İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları.

LORDOĞLU, Kuvvet ve SELAMOĞLU Ahmet

2006 **Katılım Sürecinde Avrupa Birliği ve Türkiye'de İşgücü ve İstihdamın Görünümü.** Ankara: Belediye İş Yayınları.

MÄNNİSTÖ, By Laura

1999 "Electronıc Commerce In Asıa". Asia and the Future of the World Economic System, 18 March 1999, London. http://www.itu.int/ITU-D/ict/papers/ecom/18Marweb.pdf (31.07.2008).

MATTO, Aaditya; SCHUKNECHT Ludger

2000 "Trade Policies for Electronic Commerce", http://wbln0018.worldbank.org/research/workpapers.nsf/bd04ac9da150d30 385256815005076ce/7ba84d39a5a5bddb8525690b0057c1d0/$FILE/wps2380.pdf (29.08.2008).

MUCUK, İsmet

2001 **Pazarlama İlkeleri.** İstanbul: Türkmen Kitabevi.

OLCAY, Dilek

2006 **E-Ticaretin Temelleri.** İstanbul: Pusula Yayınları.

ÖĞÜT, Adem

2003 **Bilgi Çağında Yönetim.** Ankara: Nobel Yayınları

ÖLÇER, Ferit ve Adnan ÖZYILMAZ

2007 **"**Elektronik Ticaret Ve Sanal Organizasyonlarda Uygulanması", **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi.** Y.2007,C.12,S.2.

ÖNCÜ, Fatih

2002 **E Pazarlama.** İstanbul: Literatür Yayınları.

ÖNGÖRE, Özgür

2005 **E-Ticaret: Karayolları Yolcu Taşıma İşletmelerinde E-Ticaret Hacminin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma.** Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

ÖNGÖREN, Gürsel

2006 **İnternet Hukuku.** İstanbul: Öngören Yayınları.

ÖZBAY, Turgut

2003 **İşte Türkiye Gerçeği.** Ankara: Ankara Ticaret Odası Yayınları

ÖZDİLEK, Ali O.

2006 **Bilişim Suçları ve Hukuku.** İstanbul: Vedat Kitapçılık Yayınları.

ÖZGÜLER, Canbey Verda

2003 **Yeni Ekonomi Anlayışı Kapsamında Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler: Türkiye Örneği.** Eskişehir: Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Yayınları.

2007 **İş Arama Teorisi, Sosyal Ağlar ve İnternet.** Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları

ÖZBAY, Adem ve DEVRİM Jan

2000 **E-Ticaret Rehberi.** İstanbul: Hayat Yayınları.

ÖZDEN, Cemil M.

2003 "E-İk: Teknoloji Mi? Kültür Mü?", http://www.mcozden.com/joomla1/index.php?option=comontent&task=view&id=121&Itemid=113(11.04.2008)

ÖZMEN, Şule

2005 **Ağ Ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu.**

İstanbul: Bilgi Üniversitesi Yayınları.

ÖZBİLEN, Alper

2005 **Bilgisayar Ağları ve Güvenliği.** İstanbul: Pusula Yayınları.

ÖZEL, Hasan Alp

2006 **E-Ticaretin Türkiye Ekonomisi Üzerine Etkileri.** Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi.

QİAN, Zhihong -WONG.Tai, Chee

2000 "The Rising Urban Poverty: A Dilemma Of Market Reforms in China", http://www.informaworld.com/smpp/ftinterface?content=a713675928&rt=0&format=pdf (15.12.2008)

RAJARAMAN Rajmohan

2000 "Elektronic Commerce", http://www.ias.ac.in/resonance/Oct2000/pdf/Oct2000p13-23.pdf (01/08/2008)

RESMİ GAZETE

1995 **Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun.** Sayı: 22221

2003 **İş Kanunu**. Sayı: 25134.

2008 **Özel İstihdam Büroları Yönetmeliği.** Sayı: 26954.

SADIKLAR, C. TAYYAR

1998 **2000'li yıllar Dünya ve Türkiye.** Ankara: TBMM Vakfı Ofset Tesisi

SAĞIROĞLU, Şeref ve ALKAN, Mustafa

2005 **Her Yönüyle Elektronik İmza.** Ankara: Grafiker Yayınları

SARIYER, Nilsun

2007 "Banka Çağrı Merkezi Pazarının Bölümlendirilmesi -Yozgat İl Merkezi'nde Bir Uygulama", http://iibf.karaelmas.edu.tr/sbd/makaleler/1303-9245/200703006149162.pdf (17.11.2008) ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi. Cilt 3. Sayı 6.

SAYIN, Kemal

2002 **Emek Piyasasında Aracılık ve Özel İstihdam Büroları.** Ankara: Türkiye İş Kurumu Yayınları

SEYBOLD, Patricia ve MARSHAK, Ronni T.

2001 **Müşteri.com.** Çeviren: Ezgi SUNGUR İstanbul: Epsilon Yayınları.

SETTLES, Craig

1996 **Siber Pazarlama.** Çeviren: ŞAHİN Hidayet Ankara: Sistem Yayınları.

SINAR, Hasan

2001 **İnternet ve Ceza Hukuku.** İstanbul: Beta Yayınları.

SİEGEL, David

2001 **Futurize Your Enterprize.** Çeviren: ÖZGÜVEN Kutluk

İstanbul: Literatür Yayınları.

SÖZER, J. Bülent

2006 **Elektronik Sözleşmeler.** İstanbul: Beta Yayınları.

STRALSER, Steven

2006 **Bir Günde Mba.** Çeviren: ÖZER Aytül

İstanbul: Mediacat Kitapları.

ŞANLI, Bahar

2005 "Küreselleşmenin İtici Gücü Yeni Ekonomi Elektronik Ticaret ve Türkiye Açısından Bir Değerlendirme", **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi.** C.10 S.2

ŞİMŞEK, Mevlüdiye

2006 **Beşeri Sermaye ve Beyin Göçü Kapsamında Türkiye.** Bursa: Ekin Kitabevi.

TARCAN, Ahmet

2005 **İnternet ve Toplum.** Ankara: Umut Yayınları.

TAŞKIN, Cebrail

2007 "Bilgi ve İnternet Güvenliği." **Telekom Dünyası Dergisi** Sayı: 49, Ankara: Umut Yayınları.

TİSK

2000 **İşsizlik Sigortası, Aktif İstihdam Politikaları ve Özel İstihdam Büroları**

TOKOL, Aysen

2000 "Yeni Teknolojiler ve Değişen Endüstri İlişkileri" http://www.isgucdergi.org/?p=arcview&ex=80&inc=arc&cilt=2&sayi=1&year=2000 (24.11.2008)

TÖRENLİ, Nurcan

2004 **Enformasyon Toplumu ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye.**

Ankara: Bilim ve Sanat Yayınları.

TÖRENLİ Nurcan(Editör)

2004 **Türkiye İkinci Bilişim Şurası Sonuç Raporu.** Ankara.

TURAN, Bülent

2005 "**Türk Çalışma Hayatında Esneklik Tartışmaları ve 4857 Sayılı İş Kanununa Yansımaları"** Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Çanakkale.

TURAN, Serdar

2007 **Nasıl E-Ticaret Yapılır.** İstanbul Ticaret Odası Yayınları. Yayın No:48.

TURAN, Aykut Hamit

2008 "İnternet Alışverişi Tüketici Davranışını Belirleyen Etmenler: Geliştirilmiş Teknoloji Kabul Modeli (E-TAM) İle Bir Model Önerisi", http://ab.org.tr/ab08/bildiri/3.doc.(15.12.2008)

TUİK

2005 "Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması Sonuçları", Sayı:93.

2008 "Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanımı Araştırması Sonuçları", Sayı:186.

WALTHER, Stephen ve LEVİNE, Jonathan

2002 **Asp ile E-Ticaret Programcılığı.** Çeviren YEMLİHA Taylan

Ankara: Sistem Yayınları.

WATSON Richard T.; BERTHON Pierre; PİTT Leyland F.; ZİNKHAN George M.

2007 "Electronic Commerce: The Strategic Perspective", http://homepage.mac.com/rickwatson/filechute/EC%20bookE2R1.pdf (01.11.2008)

WATSON Richard T.; BERTHON Pierre; PİTT Leyland F.;ZİNKHAN George M.

2000 **Electronic Commerce.** Printed in the United States of America

WELLİNG, Luke ve LAURA, Thomson

2008 **Php ve Mysql.**

Çeviren ELÇİOĞLU Belgin. İstanbul: Alfa Yayınları.

WİLSON, Mike

1993 **Pazarlama Yönetimi.**

Çeviren HAYKIR Ayça. Ankara: Öteki Yayınları.

YALTI, Billur

2003 **Elektronik Ticarette Vergilendirme.** İstanbul: Der Yayınları.

YAZICI, Selim ve YANIK, Serhat

2002 **Elektronik Sigortacılık.** İstanbul: Der Yayınları.

YENİGÜN, Cüneyt

2003 "Küresel Pazar ve Elektronik Ticaret", http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=458 (15.12.2008)

YILDIRIM, Hakan

2003 **Her Şeyi E-leştirdik.** Ankara: Macar Yayınları.

YILDIZ, Gültekin; ACILAR, Ali ve AYDEMİR, Muzaffer

2008 "İşletme Büyüklüğünün Kobilerde İnternet Kullanımına Etkileri: Görgül Bir Araştırma", **Bilgi Ekonomi ve Yönetim.** Editör: İbrahim Güran YUMUŞAK. İstanbul.

YÜKSEL, Şafak; ERDEMİR Gökhan ve DABBAKOĞLU Kadir

2007 "E-Ticaret Eğitimi: İstanbul Aydın Üniversitesi Anadolu Bil M.Y.O. E-Ticaret Dersi Uygulaması", **Akademik Bilişim 2008 Konferansı Kitabı.** Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.

İNTERNET KAYNAKLARI

http://mevzuat.basbakanlik.gov.tr/Metin.Aspx?MevzuatKod=1.5.4077&MevzuatIliski=0&sourceXmlSearch=4077%20sayılı%20%20Kanun(Erişim:13.12.2008)
httpwww.bilgitoplumu.gov.trduyuru2008_Hanehalki Anketi.pdf(Erişim:05.12.2008)
http://www.alomaliye.com/4077_sayili_kanun.htm(Erişim:11.09.2008).
http://www.canakkaleolay.com/haber_detay.asp?id=37509(Erişim:05.12.2008)
http://canmyo.comu.edu.tr/index.php?dil=TR&inc=anasayfa(Erişim:05.12.2008)
http://ekutup. dpt.gov.tr/ticaret/incem/eticaret.doc(Erişim:25.11.2008)
http://ikubilisim.com/forum/search.php (Erişim:05.12.2008)
http://www.e-ticaret.gov.tr/raporlar/teknik.htm(Erişim:31.07.2008)
http://www.e-ticaret.gov.tr/raporlar/finans.htm(Erişim:26.11.2008)
http://www.e-ticaret.gov.tr/etk/tarihce.htm (Erişim:19.12.2008)
http://www.elektronikticaretrehberi.com/e-ticaret_genel_bilgiler.php# bolum 1.1 (Erişim:27.10.2008)
http://www.elektronikticaretrehberi.com/e-ticaretinetkilerifaydalari. php #bolum2.1 (Erişim:27.12.2008)
http://www.eticaretsitesi.net /eticaretteguvenlik.html (Erişim:09.11.2008)
http://www.e-ticaretmerkezi.net/ eticaretkuruluslari.php(Erişim:17.10.2008)
http://www.e-ticaretmerkezi.net/ 10kural.php(Erişim:19.01.2008).
http://www.eticaretsitesi.net/eticaretteguvenlik.html(Erişim:17.12.2008)
(http://www.e-konomist.net/wp-content/dosyalar/bayrac.pdf)(Erişim:03.08.2008)
http://www.genbilim.com/content/ view/472/97/(Erişim:06.11.2008)
http://www.nvi.gov.tr/Attached/NVI/makale/makale_doc/dunyadaedevletuygulamalari.doc(Erişim:25.05.2008).
http://www.isgucdergi.org/index.php?arc=arc_view.php&cilt=1&ex=54&inc=rc& sayi =1&year=2003 (Erişim:03.09.2008).
http://www.humanresourcesfocus. com/konu31.asp(Erişim:03.09.2008)
http://www.rtuk.org.tr/sayfalar/IcerikGoster.aspx? icerik_id=6fbb2ce3-d9a6-407e-8199-33c72b92fc65(Erişim:22.09.2008)
http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt= (Erişim:15.12.2008)
http://www.ekitapyayin.com/id/033/02.htm) (Erişim:31.07.2008).
http://www.igeme.gov.tr/stats/index.cfm(Erişim:17.12.2008)
http://www.ibb.gov.tr/tr-TR/Haberler/Pages/BasinBultenleri.aspx ?bbulteniID=5490 (29.12.2008)
http://www.oecd.org/dataoecd/ 15/30/37826938.pdf (Erişim:07.11.2008)
http://www.ntvmsnbc.com/news/111914.asp(Erişim:16.11.2008).
http://www.ntvmsnbc.com/news/330911.asp(Erişim:19.11.2008).
http://www.vodasoft.com.tr/learningcenter/learningcenter02c. php#1 (Erişim:31.07.2008).
http://www.maliye.gov.tr/kalite/mtky/ustmenu /yayinlar/kutuphane/kitap /bolum2_d3.pdf)(Erişim:31.07.2008).
http://www.memurlar.net/haber/97046/ (Erişim:06.12.2008)
http://www.memurlar.net/haber/98602/(Erişim:10.01.2008)

http://www.saglik.gov.tr/extras/birimler/segm/KAMU%20SAGLIK%20ARASTIRMA%20PROGRAMI%204.doc(Erişim:13.12.2008)
httpwww.bilgitoplumu.gov.trduyuru2008_HanehalkiAnketi.pdf (Erişim:06.12.2008)
http://www.omercan.com.tr/Basinda.php(Erişim:16.12.2008)
(http://www.teknoart- design.com/hizmetler/web/rehberler/e-ticaret/alt_yapi.php (Erişim:17.11.2008)
http://www.tbb.org.tr/net/donemsel/default.aspx?dil=TR(Erişim:17.06.2008)
www.tbb.org.tr/ turkce/gruplar/EFT/EFT%20KgtNotu.doc(Erişim:17.06.2008)
http://www.tbmm.gov.tr/kanunlar/k4857.html (Erişim:15.12.2008)
http://www.tele.com.tr/ blog_comment.asp?bi=2161(Erişim:05.12.2008)
http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=605(Erişim:03.08.2008).
www.yeniekonomi.com/images/kitap.4.doc (Erişim:21.09.2008).
http://tr.wikipedia.org/wiki/Elektronik_imza(Erişim:17.12.2008).