

**T.C.
ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

DIŞ PAZARA YÖNELİK

ELEKTRONİK TİCARET :

BİR EMNİYET VE GÜVENLİK FİRMASINA

İLİŞKİN UYGULAMA

Ferruh KURUOĞLU

BOLU-2006

**T.C.
ABANT İZZET BAYSAL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

**DIŞ PAZARA YÖNELİK ELEKTRONİK TİCARET :
BİR EMNİYET VE GÜVENLİK FİRMASINA
İLİŞKİN UYGULAMA**

Yüksek Lisans Tezi

Hazırlayan :

Ferruh KURUOĞLU

Danışman:

Yrd.Doç.Dr. Meltem NURTANİŞ VELİOĞLU

Bolu-2006

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Ferruh KURUOĞLU'na ait “Dış Pazara Yönelik Elektronik Ticaret : Bir
Emniyet ve Güvenlik Firmasına İlişkin Uygulama” adlı çalışma, jürimiz
tarafından İşletme Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS TEZİ olarak kabul
edilmiştir. 25.09.2006

Akademik Unvan ve Adı Soyadı

Üye (Tez Danışmanı) : Yrd. Doç. Dr. Meltem NURTANIŞ VELİOĞLU

Üye : Prof. Dr. Ergün İLTER.....

Üye : Yrd. Doç. Dr. Serap DURUSOY

Prof. Dr. Uğur ESER
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ABSTRACT

ELECTRONIC TRADE RELATED TO FOREIGN MARKET : AN APPLICATION ON A SECURITY AND SAFETY FIRM.

Ferruh KURUOĞLU

Masters Thesis

Department of Business Administration

Supervisor : Assist. Prof. Meltem NURTANIŞ VELİOĞLU

September 2006 . xii+127 pages

Commercial life is rapidly affected by the developments at information and communication technologies. Community gains many benefits from Information& Communication systems by the support of Internet, it gives the possibility to transfer and storage digitally coded text, audio and video files. Basically, this study puts forward a hypothesis that electronic commerce provides reality of costs advantages, which can led efficient usage of the existing productive capacity of economy. Principles, methods and applications of electronic commerce towards foreign trades along with potential benefits and possible problems appearing during applications are also sought.

The present study includes three parts. In the first part, new economy and its accelerating powers are emphasized.

In the second part, under the main title of principles and methods of foreign trades on internet; development of electronic commerce in the world, international and regional corporations studying on the subjects of electronic commerce, and works in some countries are mentioned.

In the third part, under the scope of applications of the electronic marketing towards foreign trades, as a study of the application analysis of Electronic Foreign Trades in Turkey, a qualitative study is completed with the directors of the company called İR Emniyet ve Güvenlik Sistemleri A.Ş. (İR) (TTO Kilit).

**KEYWORDS:E-COMMERCE, FOREIGN TRADE, QUALITATIVE
RESEARCH**

ÖZET

DİŞ PAZARA YÖNELİK ELEKTRONİK TİCARET: BİR EMNİYET VE GÜVENLİK FİRMASINA İLİŞKİN UYGULAMA

Ferruh KURUOĞLU

Yüksek Lisans Tezi

İşletme Anabilim Dalı

Tez Danışmanı : Yrd. Doç Dr. Meltem NURTANİŞ VELİOĞLU

Eylül 2006 . xii+127 sayfa.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde ortaya çıkan gelişmeler ticari hayattaki tüm iş süreçlerini çok hızlı bir biçimde değişikliğe uğratmaktadır. İnternet teknolojisinin bilgi ve iletişim sistemlerinde yarattığı gelişmeler; sayısal biçime dönüştürülmüş yazılı metin, ses ve video görüntülerinin çok hızlı bir şekilde işlenmesi, iletilmesi ve depolanması gibi yeniliklerle insan hayatının kolaylaştırılması noktasında büyük katkılar sağlamaktadır. Çalışmanın temelini, elektronik ticaretin maliyet avantajı sağladığı gerçeği ve bu maliyet avantajının ekonominin var olan üretken kapasitenin daha etkili kullanımına izin verdiği varsayımı oluşturmaktadır. Dış pazara yönelik elektronik ticaretin uygulanabilirliği ve uygulama yöntem ve ilkeleri ile potansiyel yararları ve uygulamalarda karşılaşılabilecek sorunlar üzerinde durulmaktadır.

Çalışma üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, yeni ekonomi, yeni ekonominin itici güçleri üzerinde durulmaktadır.

İkinci bölümde İnternet üzerinde dış pazarlara yönelik ticaret yöntem ve ilkeleri ana başlığı altında; elektronik ticaretin dünyadaki gelişimi, elektronik ticaret konusunda çalışan bölgesel ve uluslar arası kuruluşlar ile bazı ülke çalışmalarından bahsedilmektedir.

Son bölümde ise, dış pazara yönelik elektronik ticaret uygulamaları kapsamında; ülkemizde uygulama durumunun irdelenmesi için İR Emniyet Ve Güvenlik Sistemleri A.Ş. (İR) (İTO Kilit) işletmesi yöneticileri ile nitel bir çalışma gerçekleştirilmektedir. **ANAHTAR KELİMELER : E-TİCARET, DİŞ TİCARET,**

NİTEL ARAŞTIRMA

Anneme ve Babama.....

TEŞEKKÜR

Sayın Yrd. Doç.Dr. Meltem NURTANIŞ VELİOĞLU'na araştırma boyunca anlayış ve rehberliği için en derin teşekkürlerimi sunarım.

Verdikleri destek ve fedakarlıkları için anneme, babama, eşim ve çocuklarıma sonsuz teşekkür ederim.

Ayrıca; uygulama çalışmalarında verdikleri destekten dolayı IR Emniyet ve Güvenlik Sistemleri A.Ş. (IR) (ITO Kilit)'nin değerli yöneticilerine, tezin editörlüğündeki katkılarından dolayı Sn. Halil EKEMEN'e teşekkürü bir borç bilirim.

İÇİNDEKİLER

ABSTRACT	iii
ÖZET	iv
İTHAF	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLOLAR DİZİNİ	xi
ŞEKİLLER DİZİNİ	xii
BÖLÜM I	1
GİRİŞ	1
1.1 ÇALIŞMANIN AMACI	2
1.2 ÇALIŞMANIN ÖNEMİ	3
1.3 ÇALIŞMANIN KAPSAMI	3
BÖLÜM II	5
YENİ EKONOMİ VE ELEKTRONİK TİCARET	5
2.1 YENİ EKONOMİ VE GELİŞİMİ	5
2.1.1 Yeni Ekonominin Tanımı	5
2.1.2 Yeni Ekonominin Gelişimi	6
2.1.3 Yeni Ekonominin İtici Güçleri	7

2.1.3.1 Kütüreselleşme	7
2.1.3.2 Teknoloji	8
2.1.3.3 Ar-Ge Faaliyetleri	9
2.1.3.4 Personel Profiliindeki Değişim	10
2.2 ELEKTRONİK TİCARET VE GELİŞİMİ	11
2.2.1 Elektronik Ticaretin Tanımı	11
2.2.2 Elektronik Ticaretin Gelişimi	13
2.2.3 Bilgi Teknolojileri ve Elektronik Ticaretin İş Dünyasına Etkileri	14
2.2.4 Elektronik Veri Değişimi	15
2.3 ELEKTRONİK TİCARETTE ALT YAPI GÜVENLİĞİ	16
2.3.1 Sistemin Kuruluş Aşamaları	17
2.3.2 Güvenlik	18
2.3.3 Onay Kurumu	18
2.3.4 Elektronik İmza	21
2.3.4.1 Elektronik İmzanın Hukuki Altyapısı	21
2.3.4.2 Elektronik İmzanın İdari Altyapısı	23
2.3.4.3 Elektronik İmza Özellikleri	23
2.3.4.4 Elektronik İmza Oluşturma Araçları	24
2.3.4.5 Elektronik İmza ve Uluslar arası Geçerliliği	25
2.3.4.6 Elektronik İmzanın Teknik Altyapısı	25
2.4 İNTERNETTE PAZARLAR	27
2.4.1 Tüketiciler Pazarı (B2C)	27
2.4.2 Endüstriyel Pazar (B2B)	27
2.4.3 E-Müzayede İş Modelleri Ve Müşteriden Müşteriye Ticaret	28
2.4.4 Devletin Yönlendirdiği Pazarlar	29
2.4.4.1 Devletten Müşteriye Elektronik Ticaret	29
2.4.4.2 Devletten İşletmeye Elektronik Ticaret	29
BÖLÜM III	30
ELEKTRONİK TİCARET YÖNTEM VE İLKELERİ İLE ELEKTRONİK	
TİCARETİN GELİŞİMİ YÖNÜNDE YAPILMAKTA OLAN ÇALIŞMALAR	
.....	30
3.1 ELEKTRONİK TİCARET YÖNTEM VE İLKELERİ	30
3.1.1 Elektronik Ticaret İş Planının Hazırlanması	30
3.1.2 Web Sitesinin Oluşturulması	32
3.1.3 Pazar Araştırması ve Pazar Analizinin Yapılması	33
3.1.4 Elektronik Ticaret Süreçlerinin Oluşturulması	34
3.1.4.1 Hedef Müşteri Kütlesinin Belirlenmesi	34
3.1.4.2 Dünya Ticaret Noktaları Federasyonu Web Sitesinden Yararlanma Yolları	36
3.1.5 Elektronik Ticarete Dikkat Edilmesi Gereken Kurallar	39
3.2 ELEKTRONİK TİCARETİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI	41
3.2.1 Elektronik Ticaretin Sağladığı Avantajlar	41
3.2.1.1 Küresel Sunum ve Küresel Seçim	41
3.2.1.2 İyileştirilmiş Rekabetçi Avantaj ve Hizmet Kalitesi	41

3.2.1.3 Kitleleşmiş Müşteri ve Kişiselleştirilmiş Mal/Hizmetler	42
3.2.1.4 Tedarik Zincirini Kısaltmak veya Ortadan Kaldırmak	42
3.2.1.5 Önemli Maliyet Tasarrufları ve Önemli Fiyat İndirimleri	43
3.2.1.6 Yeni İş Fırsatları /Yeni Mal ve Hizmetler	43
3.2.2 Elektronik Ticaretin Dezavantajları	44
3.2.2.1 Elektronik Ticarete Güvenlik Sorunu;	45
3.2.2.2 Elektronik Ticarete Vergileme Sorunu;	46
3.2.2.3 Elektronik Ödemelerde Ortaya Çıkan Sorunlar;	48
3.2.2.4 Gizlilik Sorunu;	48
3.2.2.5 Teslimat ve Gümrüklerde Yaşanan Sorunlar;	49
3.2.2.6 Tüketicilerin Korunması Sorunu.....	50
3.2.2.7 Yargısal Sorunlar	51
3.2.2.8 Entelektüel Sermayenin Korunması.....	52
3.2.2.9 Yasadışı Yayınlar	54
3.2.2.10 Elektronik Ticaret İçin Tek Ticaret Kodu Oluşturulması	55
3.2.2.11 Altyapı Sorunları.....	55
3.3 ELEKTRONİK TİCARET KONUSUNDA ÇALIŞMAKTA OLAN	
BÖLGESEL VE ULUSLAR ARASIKURULUŞLAR	57
3.3.1 Avrupa Birliği	57
3.3.2 OECD	59
3.3.3 Birleşmiş Milletler Bünyesinde Sürdürülen Çalışmalar	60
3.3.3.1 Ticaret Noktaları	60
3.3.3.1.1 Programın Tanımı ve Gelişimi.....	61
3.3.3.1.2 Ticaret Noktalarının İşleyiş İlkeleri	63
3.3.3.1.3 Ticaret Noktalarının Etkinliği	64
3.3.3.1.4 Ticaret Noktalarının Sunmakta Olduğu Hizmetler	65
3.3.3.1.5 Ticaret Noktalarının Genel Değerlendirmesi	65
3.3.3.2 Birleşmiş Milletler Uluslar arası Ticaret Hukuku Komisyonu	66
3.3.3.3 Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu	67
3.3.3.4 Uluslar arası Ticaret Merkezi.....	68
3.3.3.5 Dünya Ticaret Örgütü	68
3.3.3.6 Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü	69
3.4 ÇEŞİTLİ ÜLKE ÇALIŞMALARI.....	70
3.4.1 Amerika Birleşik Devletleri	70
3.4.2 Japonya.....	71
3.5 TÜRKİYE'DE DURUM	72
3.5.1 Türkiye'de Ticaret Noktaları.....	73
3.5.1.1 İhracatı Geliştirme Eritt Merkezi ve Ticaret Noktaları Programı.....	74
3.5.1.2 Ticaret Noktası Çalışmaları ve Yaratılan Sineji	74
3.5.2 TTNet Projesi	77
3.5.3 Gümrük İdareleri Modernizasyon Projesi ve Bilgisayarlı Gümrük Etkinlikleri Sistemi	78
3.5.4 Dış Ticaret Müsteşarlığı – Dahilde İşleme Rejimi Projesi.....	79

BÖLÜM IV	80
İR EMNİYET VE GÜVENLİK SİSTEMLERİ A.Ş. (İR) (İTO KİLİT)	
FİRMASININ DIŞ PAZARA YÖNELİK ELEKTRONİK TİCARETE GEÇİŞ	
NEDENLERİ VE BİR UYGULAMA	80
4.1 SEKTÖR VE MEVCUT DURUM.....	80
4.1.1 İR Emniyet ve Güvenlik Sistemleri A.Ş. (İR) (İTO Kilit) Firmasına İlişkin Genel Bilgiler.....	81
4.2 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	83
4.3 ARAŞTIRMA SORULARI.....	83
4.4 ARAŞTIRMA YÖNTEMİ.....	84
4.5 ARAŞTIRMA BULGULARI VE YORUM.....	91
BÖLÜM V	101
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	101
EKLER.....	106
KAYNAKÇA	119

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. Türkiye’de İnternet Üzerinde Yapılan Ticaret Tutarı.....	73
Tablo 2. Firma Yöneticilerinin Dış Pazara Yönelik E-Ticarete Geçme Görüşlerine İlişkin Ana/Alt Temalar ve Temalarda Kullanılan İfadeler.....	86
Tablo 3. Ana ve Alt Tema Düzeyinde Kullanılan İfadelere İlişkin Dağılım Tablosu.....	92
Tablo 4. Ana ve Alt Tema Düzeyinde Kullanılan İfadelere İlişkin Frekans Tablosu.....	94

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Türkiye’de İnternet Üzerinden Yapılan Ticaret Tutarı (Milyon \$).....	73
--	----

BÖLÜM I

GİRİŞ

Ticari hayattaki tüm iş süreçleri çok hızlı bir biçimde değişikliğe uğramakta, özellikle bilgisayar, iletişim ve bilgi teknolojileri alanlarında ortaya çıkan gelişmeler ekonomik hayatı derinden etkilemektedir. Özellikle İnternet'in gelişimi ekonomik ve sosyal hayatta büyük değişikliklere sebep olmaktadır. İnternet teknolojisinin bilgi ve iletişim sistemlerinde yarattığı gelişmeler; sayısal biçime dönüştürülmüş yazılı metin, ses ve video görüntülerinin çok hızlı bir şekilde işlenmesi, iletilmesi ve depolanması gibi yeniliklerle, ekonomik hayatın kolaylaştırılması noktasında, büyük katkılar sağlamaktadır.

İnternet üzerinden yapılan dünya çapındaki iletişim, yer ve zaman sınırlamasından bağımsız bir şekilde milyonlarca insanı birbirine bağlamaktadır. 'Bir taraftan İnternet'e bağlananların ve İnternet üzerinden alışveriş yapanların sayısı, diğer taraftan İnternet üzerinde müşterilerine satış hizmeti sunmayı amaçlayan, tedarikçileri ile iletişimini sağlamaya çalışan işletmelerin ve dolayısıyla Web sitelerinin sayısı sürekli artmaktadır. Bireyler, sivil kurumlar, işletmeler, kar amacı gütmeyen kuruluşlar ve devlet organları, İnternet dünyasında yerlerini almaya çalışmaktadırlar' (Civelek, 2003).

Hayatımıza bu kadar nüfuz eden İnternet ticari hayatı da etkilemektedir. ‘Günümüzde, işletmelerin içinde yaşadığı çevre, bilimsel buluşları ile yeni üretim araç ve yöntemlerinin oluşmasına ve böylece teknolojik gelişmelerin gerçekleşmesine yol açmaktadır. Teknik gelişmeler, insanlığımızın bilgi hazinesini artırırken, bir taraftan işletmelerin üretim teknolojisini etkilemekte, diğer taraftan da, bilgi alma ve işleme sürecinde köklü değişimlere neden olmaktadır’ (Yüksel, 2001).

1.1 ÇALIŞMANIN AMACI

Bu çalışma, içinde bulunduğumuz ekonomik ve toplumsal hayatın bir parçası haline gelen İnternet’in benimsenmesi ve yaygınlaşması sonucunda elde edeceği yeni kazanımların neler olabileceği, bu paralelde ortaya çıkan elektronik ticaretin (e-ticaret) ülkemiz işletmelerinin, kamu kurum ve kuruluşlarının gelişme ve büyüme hızlarının artırılması sürecine yapabileceği katkılar hakkında genel bir fikir ortaya koymak amacı ile hazırlanmıştır.

Yirmi birinci yüzyılla birlikte bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen çarpıcı gelişmelerin bir sonucu olarak yeni bir paradigma niteliğinde ortaya çıkan e-ticaret giderek yaygınlaşmaktadır. E-ticaretin gelişmesi, hem makro ekonomik performansın artırılması, hem de ekonomi politikalarının çeşitlendirilmesi noktasında değerlidir. Ülke ekonomilerine bakıldığında özellikle uluslar arası rekabette üstünlük sağlayan ülkelerin bilişim teknolojilerini yoğun kullanan ülkeler olduğu görülmektedir.. Bu çalışmanın bir diğer amacı da; Türkiye’de e-ticaret profilini ve uygulama durumunu ortaya koyabilecek örnek bir çalışma gerçekleştirmektir.

E-ticaret kullanılarak işletmelerin uluslar arası pazarlara erişimi ve bu pazarlarda yer edinme konularında mevcut durumları ve karşılaştıkları sorunların tespit edilmesi, müşteri hizmetleri, müşteriler ile iletişimde sağlayacağı yarar düzeyi, ürünlerin tanıtımı ve e-ticareti kullanmada gerekli bilgi ve beceri alt yapısına sahip olup olmadıklarının değerlendirilmesi, araştırmanın yan amaçlarını oluşturmaktadır.

Özetle, çalışmada hedeflenen temel amaç; e-ticaret ile işletmelerin dış ticaret işlemlerinin hızlı ve etkin bir şekilde yerine getirilmesi ve geliştirilmesine

olarak sağlayacak başarı faktörlerini ortaya koymaktır. E-ticaret yöntem ve ilkelerinin araştırılması ve yapılacak bir uygulama ile e-ticaret'in, ekonomik verimliliğin artırılması noktasında nasıl kullanılacağına işletmelerin dikkatine sunulması, bu yöntemle işletme ve ülke ekonomilerinin gelişimine katkı sağlamak çalışmanın diğer amaçları arasında yer almaktadır.

1.2 ÇALIŞMANIN ÖNEMİ

İşletmeler e-ticaret yoluyla sahip oldukları maddi ve beşeri kaynakları en ekonomik şekilde kullanarak ülke ve işletme ekonomisine katkı sağlayabilmektedirler. Her işletmenin gerek ulusal ve gerekse de uluslararası ticaret işletmelerinde de etkinlik, verimlilik, hız ve kalitenin artırılması gerekmektedir. Çünkü dünyada e-ticaret yöntemi ile yapılan ticaretin yıllık toplamı 100 milyar ABD dolarının üzerindedir (www.yorktrade.com.tr). Ülkemizin ise bu pazarda payı sıfıra yakındır (http://www.tod.org.tr/e_turkiye/elektronik_ticaret.htm). E-ticaret normal pazarlama kanallarına göre daha hızlı, daha ekonomik, daha kolay ve daha küreseldir. Pazar araştırmaları, mal/hizmet arama, müşteriler ile iletişim Internet yolu ile gerçekleştirildiğinden daha hızlı ve maliyeti düşüktür. Bu sayede dünya pazarındaki milyonlarca alıcı-satıcı, ürüne hızlı ve etkin şekilde ulaşabilmektedir.

Araştırma; e-ticaretin maliyet avantajı sağladığı noktasından hareketle, bu maliyet avantajının ekonominin var olan üretken kapasitesini daha etkili kullandığına işaret etmektedir. Bu çerçevede; özellikle dış pazara yönelik e-ticaretin uygulanabilirliği ile e-ticaretin potansiyel yararları araştırmanın önemini ortaya koymaktadır.

1.3 ÇALIŞMANIN KAPSAMI

Tez başlıca üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, yeni ekonomi, yeni ekonominin itici güçleri olan; küreselleşme ve teknoloji üzerinde durulmaktadır. Bunun yanında tezin ana teması olan Internet üzerinde e-ticaretin gelişimi, bilgi teknolojileri ve e-ticaretin iş dünyasına etkileri, geleneksel e-ticaret ve Internet'te e-ticaret ve e-ticaretin ilk örnekleri olan Elektronik Veri Değişimi (EVD-Electronic Data Interchange (EDI)) ana başlıklar olarak işlenmektedir.

Ayrıca İnternet de gelişen pazarlardan olan; Tüketiciler Pazarı (B2C), Endüstriyel Pazar (B2B), Devletin yönlendirdiği pazarlar ve e-müzayede iş modellerinden de bahsedilmektedir. E-ticarette güvenli bir altyapı tesisinin temel uygulamalarından olacak olan, elektronik imza (e-imza) konusuna ayrıntılı olarak değinilmektedir.

Tezin ikinci bölümünde; e-ticaretin dünyadaki gelişimi, e-ticaret konusunda çeşitli düzeylerde yapılan çalışmalar, e-ticaret konusunda çalışan bölgesel ve uluslar arası kuruluşlar ile bazı ülke çalışmalarından bahsedilmektedir. Günümüzde e-ticaretin buluşma noktaları olarak kabul edilen, Birleşmiş Milletler Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) tarafından Ticarette Etkinlik Girişimi (TEG) kapsamında geliştirilen ‘Ticaret Noktaları’ (TN) programı ayrıntılı olarak incelenmektedir. Birleşmiş Milletler TN Geliştirme Merkezi (UNTPDC) tarafından TN’larının Web portalı olan ‘GTP NET’ ve bu birimler tarafından yürütülen hizmetler hakkında da bilgiler verilmektedir. Çeşitli ülke çalışmalarına kısaca değinildikten sonra Türkiye’deki e-ticaret konusunda yapılan çalışmaların değerlendirilmesi yapılmaktadır. Türkiye’deki Ankara Ticaret Noktası çalışmaları ve e-ticarete etki eden ‘Gümrük İdareleri Modernizasyon Projesi’ (GİMOP) ve ‘Bilgisayarlı Gümrük Etkinlikleri Projesi’ (BİLGE) ile DTM’nın ‘Dahilde İşleme Rejimi Projeleri (DİR) incelenmektedir. Bölüm sonunda e-ticaret yöntem ve ilkeleri sistematik bir şekilde derlenip e-ticaretin avantaj ve dezavantajlarından bahsedilmektedir.

Tezin üçüncü ve son bölümünde ise e-ticaret uygulamaları kapsamında; ülkemizde uygulamaya durumunun irdelenmesi için Ingersoll Rand Ltd. bünyesinde yer alan İR Emniyet ve Güvenlik Sistemleri A.Ş. (İR) (İTO Kilit) işletmesi yöneticileri ile nitel bir çalışma gerçekleştirilmiştir. Yapılan çalışma sonucunda dış pazara yönelik e-ticaret uygulamalarının işletmelere kazandırdığı avantajlar ile uygulamaya durumu belirlenmekte ve işletmenin dış pazara yönelik e-ticaret faaliyetleri değerlendirilmektedir.

Araştırma işletmenin e-ticaret faaliyetleri konusunda bilgili ve yetkili yöneticileri arasında gözlem ve görüşmeler yapılarak elde edilen verilerin analizi ile tamamlanmaktadır.

BÖLÜM II

YENİ EKONOMİ VE ELEKTRONİK TİCARET

2.1 YENİ EKONOMİ VE GELİŞİMİ

Bu bölümde araştırmanın temel kavramlarından, günümüz ekonomi sistemi olarak tanımlanan, yeni ekonominin tanımı, gelişimi ve yeni ekonominin üçü güçleri olan küreselleşme, teknoloji, ar-ge ve personel profiliindeki gelişim konuları açıklanmaktadır.

2.1.1 Yeni Ekonominin Tanımı

Yeni ekonomi kavramı 1980'lerin ortalarından itibaren uluslar arası alanda yaşanan gelişmelerin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bilgi teknolojilerindeki hızlı değişimin ekonomi ve iş dünyası üzerinde yarattığı etki yirminci yüzyılın son yıllarında iş modellerini önemli ölçüde değiştirmiştir. Özellikle iletişim alanında meydana gelen değişimler yeni iş alanları, yeni meslekler ve yeni iş yapma biçimlerini ortaya çıkarmıştır. Bu gelişmeler 1990'ların başında “Yeni Ekonomi” adlı kavramın ortaya çıkmasına neden olmuştur. Yeni ekonomi kavramını

tanımlarken yeni ekonominin ortaya çıkmasında ve gelişmesinde etkili olan dört temel özellikten bahsedebiliriz (Kırçova, 2001).

- i. *Teknoloji*; elektronik ve iletişim alanında ortaya çıkan gelişmeler,
- ii. *Küreselleşme*; iletişimin kolaylaşmasıyla kişiler ve kurumlar arası iletişimin nitelik ve nicelik olarak artması,
- iii. *Ar-ge Faaliyetleri*; teknolojik gelişmeyi hızlandıran araştırma geliştirme çalışmaları,
- iv. *Personel Profiliinde Yaşanan Değişim*; ofis işlerinin artması nedeniyle kol gücüne olan gereksiniminin azalması.

Zamanla güncel hayat üzerindeki etkisini artırmasına karşın yeni ekonominin toplumun her kesimi tarafından kabul edilen evrensel bir tanıma yapılamamıştır. Ancak sosyal yaşama diğer ekonomik gelişmelerden çok daha fazla etki etmesini de göz önüne alınarak şu şekilde tanımlanmaktadır. ‘Teknolojik gelişmelerin, dünya üzerinde yaşayan toplumları ulusal ve uluslar arası alanda elektronik sınır sistemi ile birbirine bağlanması sonucu ortaya çıkan, yeni iletişim, iş, ticaret ve yaşam biçimlerini kapsayan ve sürekli yenilenen ekonomik ve sosyal sistemdir’ (Küçükgörkey, 2002). Bu tanımdan da anlaşıldığı gibi yeni ekonominin arkasındaki dinamikler; küreselleşme, teknolojik gelişme ve insanların/firmaların yeni arayışları olarak belirlenmek mümkün olabilmektedir.

2.1.2 Yeni Ekonominin Gelişimi

Günümüzde “eski ekonomi” olarak adlandırılan ekonomik düzen; kas gücüne, imalat sektörüne ve standart üretime dayanmaktaydı. Eski ekonomi ile yeni ekonomiyi farklı kılan yönler ekonomik özelliklerin değişmesinden ileri gelmektedir.

Yeni ekonomi kavramı büyük ölçüde insanların, işletmelerin kurumların ve devletlerin bilgiye bakışı bilgiyi kullanışı ve bilgiye yaklaşımı ile ilişkilidir. Teknoloji özellikle iletişim alanına getirdiği yeniliklerle yeni iş modellerinin oluşmasını sağlamış, yeni iş modellerinin yeni işletme kültürlerinin ortaya çıkmasına

neden olmuştur. ‘Yeni ekonomi yeni teknolojilerle gelmiştir. Yeni teknolojilerle gelen ise süreçleri, işlemleri, değerleri ve modelleri değiştiren kişiler, kurumlar, firmalar ve devletler arasında kurulan Internet ağlarıdır’ (Kırcova, 2001).

2.1.3 Yeni Ekonominin İtici Güçleri

Yeni ekonominin mevcut seviyesine gelmesinde en önemli itici güçlerden birisi dünya ekonomisinin küreselleşmesi ve gelişmekte olan teknolojidir. Yeni ekonominin anlaşılmasında önemli olan bu iki kavram büyük önem taşımaktadır. Bunun yanında yeni ekonominin temel özellikleri olarak bahsedilen ar-ge faaliyetleri ve personel profilinde yaşanan değişimde yeni ekonominin itici güçleri olarak değerlendirilebilir.

2.1.3.1 Küreselleşme

Yeni ekonominin dinamiklerinden olan küreselleşme kavramı günümüzde siyasal, sosyal ve bilimsel platformlarda popülerliği gün geçtikçe artan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır.

Küreselleşme, ulaşım ve haberleşme alanlarında meydana gelen gelişmeler sonucunda dünyanın ekonomik, politik ve kültürel anlamda bütünleşmeye doğru gitmesi olarak tanımlanmaktadır. Küreselleşme sayesinde mal ve hizmetlerin uluslararası ticareti artmaktadır. Emek ve sermayenin ülkelerarasında giriş ve çıkışı hızlanmaktadır (İyibozkurt, 2000).

Küreselleşmenin gelişmesi ile kaçınılmaz olan serbest piyasa, ulusal ve uluslar arası rekabeti artırmakta ve ihracata dayalı ekonomik uygulamaları ön plana çıkarmaktadır.

Dünyada ticaretin, üretimin, sermayenin, emeğin ve teknolojinin rekabette geniş açılımlar sağlanması, ürün ve üretim faktörü (sermaye ve emek) piyasalarının liberalleşerek bütünleşmesine yol açmaktadır. Bütün bu gelişmeler, toplumların birbirlerinin inanç, davranış ve beklentilerini daha yakından tanımalarına olanak sağlamaktadır (Atkinson, 1998).

Ülkeler rekabetçi özelliklerini artırmak için (İyibozkurt, 2000):

- i. Özelleştirmeleri hızlandırmaya
- ii. Vergileri azaltmaya,
- iii. Bürokrasiyi daraltmaya,
- iv. İthalat engellerini ve ihracat teşviklerini kaldırmaya sevk edilmektedir.

Küreselleşmenin hem ülke hem de uluslar arası alanda serbest piyasa ve serbest ticareti yaygınlaştırması, dünya ticaretini çok hızlı bir şekilde artırmaktadır. Küreselleşmenin ve uluslar arası ticaretin gelişmesi, 1990'lı yıllardan itibaren iletişim teknolojisinin getirdiği kolaylıklarla birleşerek, e-ticaretin başlamasına ve yayılmasına neden olmaktadır.

2.1.3.2 Teknoloji

Yeni ekonominin itici güçlerinden biri olan teknoloji, insan hayatını, uluslar arasındaki ekonomik ilişkileri ve toplumun sosyal refah düzeylerini belirlemede en önemli faktörlerden biri haline gelmiştir (Sarhan, 1998). Çalışmamızda bahsedilen teknoloji: özellikle bilgisayar, iletişim ve bilgi teknolojileri ve bu teknolojilerdeki gelişmelerin ticari hayattaki iş süreçlerine olan etkileridir. ‘Yeni ekonominin en önemli üretim faktörü olan bilginin sistemli olarak düzenlenmesi, saklanması, işlenmesi, iletilmesi, gerektiğinde yeniden ulaştırılması ve kullanılması bilgisayar ve İnternet teknolojisi sayesinde olmaktadır’ (Erkan, 1994).

İlk elektronik iletişim ağı 1969 yılında ‘ARPANET’ olarak bilinen, bilgisayar ağının geliştirilmesi ile başlamıştır. ARPANET 1972’nin başlarında araştırmacılara uzak veritabanlarına erişim, dosyaların değişimi, e-posta gönderimi gibi olanaklar sağlamıştır. ‘Herhangi bir nükleer savaş durumunda hiç kesintiye uğramadan iletişimin sağlanmasını amaçlayan proje, daha sonraları pek çok bilgisayarın bu projeye katılmasına izin vererek dünya üzerindeki milyonlarca

bilgisayarın bağlandığı bir ağa dönüşmüştür (ITC, Secrets of Elektronik Commerce, 2000; Kristula,1997).

2.1.3.3 Ar-Ge Faaliyetleri

Küreselleşme ve teknolojik gelişmelerin yanında ar-ge faaliyetleri ve personel profiliindeki değişimlerde yeni ekonominin gelişmesinde önemli rol oynamaktadır. Ar-ge çalışmaları kelime anlamı ile araştırma, bilimmeyeni bilmeye, öğrenmeye yönelik yapılan bilimsel-teknolojik faaliyetlerdir. Gelişme ise mevcut bilgiyi veya teknolojiyi yeni düzenlemelerle daha doğru yönlendirme faaliyeti şeklinde tanımlanmaktadır (Filiz, 2005).

Ar-ge terimi üç faaliyeti kapsamaktadır; temel araştırma, uygulamalı araştırma ve deneysel geliştirme. Temel araştırma, görünürde herhangi bir özel uygulaması veya kullanımı bulunmayan ve öncelikle olgu ve gözlemlenebilir gerçeklerin temellerine ait yeni bilgiler edinmek için yürütülen deneysel veya teorik çalışmadır. Uygulamalı araştırma da yeni bilgi edinme amacıyla yürütülen özgün araştırmadır. Bununla birlikte uygulamalı araştırma, öncelikle belirli bir pratik amaç veya hedefe yönelmiştir. Deneysel geliştirme, araştırma ve/veya pratik deneyimden elde edilen mevcut bilgiden yararlanarak yeni malzemeler, yeni ürünler ya da cihazlar üretmeye; yeni süreçler, sistemler ve hizmetler tesis etmeye ya da halen üretilmiş veya kurulmuş olanları önemli ölçüde geliştirmeye yönelmiş sistemli çalışmadır. Ar-ge kavramı hem ar-ge birimlerindeki düzenli ar-ge 'yi hem de diğer birimlerdeki düzenli bir şekilde olmayan ya da ara sıra yapılan ar-ge faaliyetlerini kapsamaktadır (Atkinson, 1998).

Hızlı ve zorlu rekabetin hakim olduğu yeni ekonomik düzende, iş dünyasında ancak teknolojik güce sahip olan ve teknolojiyi iyi yöneten işletme ve kurumlar rekabette başarılı olmaktadır. Teknolojik yenilikleri, birikimleriyle birleştirerek ürüne dönüştüren ve ekonomik kazanç sağlayan kuruluşlar. Endüstri işletmeleri maliyet, zaman, risk, kar, teknolojik lider olma gibi nedenlere bağlı olarak, yeni fikirleri ortaya koymak, yeni ürün, mevcudu geliştirme, maliyet düşürme, malzeme yenileme gibi araştırma tipleri arasından kendilerine bir strateji tayin etmektedirler (Filiz, 2005).

2.1.3.4 Personel Profilineki Değişim

Yeni ekonominin bir diğer itici gücü olan personel profile ki değişim, sosyal alanda meydana gelen değişimlerle paralellik göstermektedir. Özellikle yaşam, iletişim ve alışveriş alışkanlıklarında ortaya çıkan değişimler sonucunda kurumsal açıdan yeni iş yapma, yönetim ve ticaret şekillerinin oluşması ve teknolojinin kurumsal sistem üzerinde etkili olması gibi değişimlere yol açmaktadır (Civelek,2003).

Personelin iletişim özgürlüğü, yeni ekonomi sistemine katkısını ve değişim sürecinin temelini oluşturmaktadır. Bugün bireyler sınırsızca ve birçok kanalı kullanarak birbirleri ile ulusal ve uluslar arası alanda haberleşebilmekte ve buna bağlı olarak sürekli bir bilgi akışı sayesinde istenen bilgiye istenen anda ulaşabilmektedirler.

Bilgiye ulaşımın kolaylaşmasından dolayı personelin özellikleri açısından bilgili, kültürlü ve insan kaynakları çerçevesinde kalifiye oldukları gözlenmektedir. Yeni ekonomik sistemde teknolojinin gelişmesi ile personel gelişen bu yeni teknolojileri yakından takip etmekte, incelemekte ve sosyal yaşamlarının içerisinde teknolojik ürünleri kolaylıkla kullanabilmektedirler. Ayrıca ürünlerin ve araçların faydalarından yararlanarak da hayatlarını kolaylaştırmaktadırlar (Civelek, 2003).

İnternet'in gelişimiyle birlikte, yeni ekonomik sistemde ihtiyaç duyulan nitelikli personelin sağlanmasında, fiziki mekan sınırlamaları da eski önemini yitirmektedir. Bu sayede dünyanın herhangi bir yerindeki uzmandan yararlanmak mümkün hale gelmektedir. İnternet bir taraftan kendisi için istihdam kapıları açarken diğer taraftan da bağlantılı olduğu ve etkilediği sektörlerde teknoloji eğitimi almış personel ihtiyacını da en çok düzeye çıkarmaktadır (Özgener, 2004).

Yeni ekonomik sistemde personelin bilgiye açık olmasının sonucu olarak araştırmacı özelliklerde göstermektedirler. Yeniliklere açık olmalarının doğal sonucu olarak gelişime yönelik çalışmalar yapmakta ve sürekli kendilerini geliştirmek için çaba sarf etmektedirler (Civelek, 2003).

Tüm bunların ışığında yeni ekonomik sistemde personel profili bilgili ve kalifiye, teknolojiyi kullanan, sosyal, araştırmacı, yenilikçi, gelişime açık, kusursuz hizmet ve bire bir ilgi talep eden yapıda olmalı şeklinde özetlenebilir.

2.2 ELEKTRONİK TİCARET VE GELİŞİMİ

Bu bölümde araştırmaya konumuz olan e-ticaretin tanımı, gelişimi, bilgi teknolojileri ve e-ticaretin iş dünyasına etkileri ve e-ticaretin ilk örnekleri olan EDI kavramlarından bahsedilmektedir.

2.2.1 Elektronik Ticaretin Tanımı

Günümüzde klasik ticaret yöntemlerinin yerini elektronik ortamda yapılan ticaret yöntemleri almaya başlamıştır. Elektronik ortamda yapılan ticaretin tanımlanması konusunda literatürde, birbirinden farklı ancak temelde aynı tanımlamalar yapılmaktadır. Bunlardan birkaçını örnek olarak verecek olursak:

‘E-ticaretin yasal çerçevesinin çizilmesi için önemli çalışmalar yapan UNCITRAL’in 1996 yılında hazırladığı Model Yasa’ya göre, ticari aktiviteler kapsamında her türlü veri mesajının, EDI (Elektronik Data Interchange), Internet, e-posta gibi gelişmiş yöntemleri kullanılarak elektronik ortamda değişimine e-ticaret denilmektedir’ (UNCITRAL, 1996).

‘E-ticaret, iş, yönetim ve tüketim faaliyetlerinin yürütülmesi için yapılmış veya yapılmamış iş bilgilerinin, üreticiler, müşteriler ve kamu kurumları ile diğer organizasyonlar arasında elektronik araçlar üzerinden paylaşılmasıdır’ (Watson ve diğerleri, 2000).

‘E-ticaret, bir işletmenin amaçlarına ulaşmasını sağlayacak şekilde tasarlanan ve elektronik olarak yürütülen iş süreçlerine orijin noktasından en son noktaya kadar bilgi ve iletişim teknolojilerinin uygulanmasıdır. Başka bir ifadeyle, e-ticaret; ticaretin elektronik araçlarla yapılmasını, temelde yepyeni işleyiş, değişim

ve dönüşümü gerçekleştiren dinamik ve entegre bir sistemi ifade etmektedir’ (Civelek, 2003).

‘Organizasyon performansının geliştirilmesi amacıyla bilgisayar ağlarının kullanılmasıdır. Karlılığın artırılması, Pazar payının büyümesi, müşteri hizmetlerinin geliştirilmesi, ürünlerin daha hızlı temin edilmesi, E-ticaretle mümkün olan performans artırımlarının yönleridir. E-ticaret, küresel ölçekte mal ve hizmetlerin üretim ve dağıtımını bilgi ve iletişim teknolojileri vasıtasıyla yapılmasını kapsayan ve sürekli gelişen işletme yaklaşımının bir parçasıdır’ (Watson ve diğerleri, 2000).

‘Avustralya’nın hazırladığı bir çalışmada e-ticaret, elektronik yöntemler (faks, teleks, EDI, Internet ve telefon vb) kullanılarak ticaret veya ticaretle ilgili her türlü bilgiye ilişkin işlemin yapılması gibi geniş bir tanımla ele alınmış, ama bu tanımın genişliğinin yol açabileceği zorlukları ortadan kaldırmak için söz konusu raporda terim, açık veya kapalı ağlar üzerinden ticaretle ilgili her türlü bilginin bilgisayarlar arasında iletilmesi olarak daraltılmıştır’ (www.law.gov.au/aghome/advisory/eceg/ecegreport.html).

‘ABD’de Washington eyaletince hazırlanan “Strategic Information Technology Plan” da ise işle ilgili bilginin iki veya daha çok kuruluşun bilgisayarları arasında elektronik olarak değişimi olarak tanımlanmıştır’ (www.wa.gov:80/DIS/ISB/SITP/sp4.pdf). Bu tanıma takiben, e-ticaretin en önemli teknolojik amacının, iş dünyası ve devlet kurumları ağlarının her birinin diğeri ile, kullanılan bilgisayar platformu ne olursa olsun, haberleşebileceği şekilde güvenli tek bir ortamda birleştirilmesi olduğu belirtilmektedir.

‘OECD’nin tanımında ise kurumların ve bireylerin katıldığı ve metin, ses, görsel imaj gibi sayısallaştırılmış verinin işlenerek, açık veya kapalı ağlar üzerinden iletilmesine dayanan ticaretle ilgili işlemlere e-ticaret denilmektedir’ (OECD, 1998).

Son olarak Ulaştırma Bakanlığının altyapı planlama özetinde tanımlandığı şekliyle e-ticaret, doğrudan fiziksel bağlantı kurmadan yada fiziksel değiş tokuş

işlemine gerek kalmadan, tarafların elektronik ortamda iletişim kurdıkları her türlü ticari iş etkinliğidir (TUENA, 1998).

2.2.2 Elektronik Ticaretin Gelişimi

E-ticaretin gelişiminin tarihsel boyutuna bakıldığında iki önemli gelişimin belirleyici olduğu görülmektedir. Bunlardan birincisi, etkileşimli çoklu ortam hizmetlerinin gelişmesi ve bilgisayar, haberleşme ve televizyon yayıncılığı sektörlerinin gittikçe iç içe girmesi, ikincisi ise piyasaların küreselleşmesi ve liberalleşmesidir. Uluslararası ticaretin ve buna paralel olarak etkin mal ve hizmet taşıma yöntemlerinin gelişmesi, ülkeler arasındaki ekonomik işbirliğini artırmakta ve piyasaların küreselleşmesine yol açmaktadır. Bilgi toplumuna doğru gidişin ana dinamikleri olan bu gelişmeler, sanayileşmiş ülkelerin yeniden yapılanma süreçlerini başlatmaktadır.

Günümüzde bilginin elektronik ortamda değişimi uluslararası ticaretin en önemli unsurlarından biri haline gelmektedir. Uluslararası ticareti düzenleyen geleneksel kuralların, bu gelişimi karşılayabilecek esnekliğe kavuşturulması gerekmektedir. Bu durum, ekonomik yaşamın her yönü için geçerli iken, özellikle haberleşme sektöründe çok acil düzenlemelere gerek duyulmaktadır. Haberleşme hizmetlerinde, rekabetin teşvik edildiği ve kullanıcı isteklerinin yönlendirildiği, rekabetçi bir ortama gelindiği anlaşılmaktadır. Bilginin haberleşme ağları üzerinden gönderilmesi, alınması ve yönetilmesi, dünyanın her tarafında benzer standartların kullanıldığı, karşılanabilir maliyetlerle, ayrım gözetmeyen, evrensel erişimin sağlandığı bir düzeyin oluşturulmasını gerekli kılmaktadır.

1970'li yılların ortalarında firmaların özel bilgisayar ağları üzerinden elektronik ileti göndermeye başlamalarıyla e-ticaretin ilk uygulamaları ortaya çıkmaktadır. Özel ağlarda ticari elektronik ileti gönderme zamanla Internet üzerinden e-posta gönderme haline dönüşerek yaygınlaşmıştır. Internet'in iş dünyası ile tanışması ticari olarak e-posta kullanımın başlaması ile olmuştur. E-posta ilk olarak firma içi iletişim ve müşteri destek hizmeti amacıyla kullanılmıştır (Kepek, 1999).

İnternet üzerinde e-ticaretin gelişmesi, bilginin haberleşme ağları üzerinden gönderilmesi, alınması ve yönetilmesi ve benzer standartların kullanılması ve tüm bu hizmetlere karşılanabilir uygun maliyetlerle sınırsız erişimin sağlanması ile devam etmektedir.

1990 yılında “Kabul edilebilir Kullanım Politikası’ AUP (Acceptable Use Policy)” adı verilen ve İnternet üzerinde eğitim ve araştırma dışında her türlü veri aktarımını yasaklayan kuralların kaldırılması ve beraberinde 1991 yılında Ulusal Bilim Vakfı Ağının ‘NFSNET’ (National Science Foundation Network) İnternet’in ticari kullanımı üzerindeki kısıtlamayı kaldırması ve aynı yıl www kullanıcı ara yüzünün geliştirilmesi ile İnternet üzerinde elektronik ticaretin gelişmesi başlamaktadır. www kullanıcı ara yüzünün yaygınlaşmaya başlaması, İnternet’in ticaret kavramı ile tezat oluşturan ücretsiz hizmet ve bilgi sağlama kültürü ile karşılaşmaktadır. Bilgi çağı olan günümüzde firmalar yaşamlarını sürdürmek için güncel yönetsel, bilimsel bilgi ve pazar bilgisine ihtiyaç duymaktadırlar. İnternet ise bu bilgileri ucuz ve bol olarak sunmaktadır (Civelek, 2003).

2.2.3 Bilgi Teknolojileri ve Elektronik Ticaretin İş Dünyasına Etkileri

Bilgi kritik bir kaynaktır. Doğru, zamanında bilgi, kurumların kendilerini diğer kurumlara ve mal ve hizmet sunucuları ve tüketiciler ile birbirlerini anlamalarını sağlayan, bu kesimlerin işlevlerini, bölünlerini, projelerini ve süreçlerini birleştiren bir unsurdur. Bilginin üretilmesinde kullanılan veri yok edilemeyen bir kaynaktır ve sermaye ile fiziksel malların tersine sürekli kullanılabilmektedir (Cash, 1994). Bilgi teknolojileri sistemleri (bilgisayar temelli donanım ve yazılım araçları) veriyi işlemden geçirerek anlamlı bilgiye çevirmekte, depolamakta ve taşımaktadır.

İşletme yönetimlerinin bilgi teknolojilerini gündemlerine almalarını gerektiren iş yönetimi ve pazarla ilgili kaygılar şunlardır (Hald ve Konsynski, 1993):

- i. *Koordinasyon gereksinimi:* Ülke içinde ve küresel düzeyde etkin rekabet için firmaların önemli koordinasyon nitelikleri

olmalıdır. Bu sayede değer zinciri yönetimi ve kamu sektörü ile ilişkilerini daha sağlam yürütebilir.

- ii. *Pazara erişim:* Pazar ve ürün yenileştirme, farklı coğrafî bölgelerdeki kuruluşlarla işbirliği ve ortaklığı gerektirir.
- iii. *Yönetimi kontrol:* Zaman, maliyetler, mesafe ve diğer unsurlar köklü değişimler geçirirken, yönetim düzeyinin yeni teknolojiyi anlaması ve bunun kurum içindeki evrimini kontrol etmesi gerekir.
- iv. *Kurumsal öğrenme ve kendini geliştirme gerekleri:* Bilgi Teknolojilerinin kurum içinden başlayarak uygulanması “iş süreçlerinin yeniden yapılandırılması” olarak tanımlanmaktadır. En önde gelen iş süreçleri, mal ve hizmet üretilmesine yönelik operasyonlar, pazarlama, siparişlerin işlenmesi ve mal ve hizmetlerin tüketiciye ulaştırılması, satış sonrası tüketici hizmetleri ve müşterilerle ilişkileridir.

2.2.4 Elektronik Veri Değişimi

Amaçlı kağıt kullanımını azaltmak ve firmalar arası iletişimin hızını artırmak olan EDI 1980’li yıllardan itibaren yaygınlaşmıştır. 1979 yılında ABD Milli Standartlar Enstitüsü –ANSI tarafından X12 standartları adı altında belirlenen standartlar daha sonra 1981 yılında Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu – UNECE tarafından ilk aktarım kuralları hazırlandı ve Ticari Veri Değişim Rehberi –GTDI adı ile yayınlandı. 1988 yılından itibaren de Birleşmiş Milletler Yönetim, ticaret ve taşımacılık için EDI sistemi –UN-EDIFACT standartları ortaya çıkmaya başladı (Urgancı, 2005). EDI sisteminde veriler insan müdahalesi olmadan gönderildiği için güvenli ve iş otomasyonu sağladığı içinde maliyetleri düşürmektedir.

EDI, işletme-işletme arası e-ticaretin en eski ve en gelişmiş şekillerinden biri olarak, bilgisayarlar arasında işle ilgili bilginin standart bir biçimde değişimidir. 1970’lerin başından beri kullanılmasına karşın, e-ticaretin ve Internet’in gelişimi ile yenileştirilmiştir.

EDI ile iki işletme, önceden belirlenmiş bir mesaj biçimi, bu biçime yerleştirilecek veri ve bu veriyi anlamlı bir dile çeviren bir söz dizim ile bilgisayarlar arasında bilgi değişimi yapılabilmektedir. Mesajlar veya işlem setleri, bir dizi standart iş dokümanı ile ilgilidir. EDI, bilgi transferi ve ödemeler gibi ticari işlemlerde önemli bir gerekliliktir. EDI için her iki ticari ortağın bilgisayarında da veriyi EDI' ye ve EDI'den çevirecek bir yazılım ve bir haberleşme hattı (doğrudan hat, 'Katma Değerli Network' -VAN, Internet) olması gerekmektedir. EDI kullanılan geleneksel sektörler, taşımacılık, sağlık ve eczacılık, ticaret ve sanayi, dağıtım, finans kesimi ve kamu kesiminde gümrüklerdir. EDI uygulamalarında standartlar önemli bir sorun olarak karşınıza çıkmaktadır. Halen iki gelişkin EDI veri formatı vardır: UN-EDIFACT özellikle Avrupa ve Asya'da kullanılırken, X12 (ANSI) Kuzey Amerika standardı olarak öne çıkmaktadır (Civelek, 2003).

EDI kullanımının faydaları: Veriler, bilgisayarlar arasında insan müdahalesi olmadan değiştiği için güvenilirdir. Bilgiyi tekrar işlemiden geçirmek gerekmediği için işlem süresi kısaldır. Tam ve otomatik olarak geldiği ve gönderildiği için maliyetleri düşürür. Firma içinde değişik bölümlerin müdahalesine gerek kalmadığı için idari masrafları azaltır. EDI çalışma istasyonları sayesinde sadece metin bilgileri değil ürün özelliklerini gösteren çoklu ortam bilgileri de aynı kesinlik ve doğrulukla değiştirilebilir. Diğer ticari ortakların da EDI/EDIFACT standardı kullanmaya başlaması durumunda ilişkiler uzun dönemli ve istikrarlı hale gelir. Firma, ürün satışları üzerine bilgiyi anında ve doğru olarak aldığı için pazarın durumunu yakından izleyebilir. Mevcut bilgiye erişim her zaman mümkündür (Altaş, 2005).

2.3 ELEKTRONİK TİCARETTTE ALT YAPI GÜVENLİĞİ

Elektronik ticaret açısından en önemli sorun güvenilirdir. Güvenlik konusunda ön plana çıkan konu açık ağlar (Internet) arasındaki e-ticaretir. Bu çerçevede açık ve kapalı ağlar arasındaki en önemli farklardan biri, güvenlik olarak görülmektedir.

Güvenli e-ticaret, İnternet ortamında ihtiyaç duyulan veriye ulaşmak ve almak için kullanılan her türlü donanım, yazılım ve Network ağları dahil olmak üzere, ağı her enstrümanının karşılıklı işleyiş ve güvenliliğine bağlıdır.

Bunun için kesintisiz, küresel bir altyapı kurmak ve bu yapının gerçekten güvenli olduğuna dair kullanıcılar arasındaki inancı kuvvetlendirmek için sürdürülen çalışmaların üzerinde durduğu temel kavramlar; sistemin kuruluş aşamaları, güvenlik ve onay kurumlardır (Ersoy, 2000).

2.3.1 Sistemin Kuruluş Aşamaları

Güvenli bir elektronik ticaret sisteminin kurulması için hazır bulunma, ölçeklenebilirlik ve karşılıklı işleyiş sağlayacak özelliklere sahip olması gerekmektedir. Değerle ilgili bilginin aktarımı söz konusu olduğu durumlarda ise, farklı veri sistemleri arasında otomatik ve kesintisiz veri akışının sağlanmalıdır. Sisteme dahil olan tüm tarafların sistemleri her zaman uyumlu olmalıdır. Bunun için beklenmeyen durumlara karşı sistemin her açıdan yedeklenmesi gerekmektedir. (İnce, 1999).

Sistemin haberleşme altyapısının yeterli bant genişliği ve hızında olması gereklidir. E-ticaret ortamında işlem yapmak isteyen tüm kesimlerin güvenlik kaygıları sistemin altyapısının kurulumu aşamasında giderilmelidir (İnce, 1999).

Güvenli bir altyapı sisteminin karşılıklı işleyiş konusunda, tüm taraflarca kabul görmüş protokoller ve standartlar setinin oluşturulması gerekmektedir. Bu konuda çalışan pek çok ulusal ve uluslararası kuruluş ve oluşum vardır. ABD’de. IETF İnternet’te kullanılan standartlar üzerinde çalışmaktadır. Bu grubun Açık Anahtar Altyapısı -PKI üzerine çalışan bir alt grubu da vardır. SET çalışma grubu, İnternet üzerinden güvenli kredi kartı ödemelerinin nasıl olabileceği konusunda çalışmaktadır (Randle, 1998).

2.3.2 Güvenlik

Güvenli bilgi iletimi, bilginin kaynağının belirlenmesi ve doğrulanması, bilgi bütünlüğü ve gizliliğinin sağlanması anlamına gelmektedir. Bilgi bütünlüğü, bilginin bilgisayar ağları üzerinden iletimi sırasında özgün halde kalmasıdır. Bilgi güvenliği kavramı ise, bilginin ağ üzerinden güvenli aktarımının sağlanması ile ilgilidir (TÜBİTAK, 1999). İnternet'teki bir işlemlerde kesinlik, bu işlemlerdeki tarafların gerçekten adı geçen kişiler olduğunun, belirli verilere erişmeye ve işlemleri yapmaya yetkilendirildiklerinin garanti edilmiş olmasıdır. İşlemin gizliliğinin sağlanması gerekliliği, içeriğin parasal değerle ilgili olması ile doğru orantılı olarak artmaktadır.

Bilginin güvenliği birbirleriyle bütünleşmiş iki boyutu kapsamaktadır. Birincisi sistem ve Network kaynaklarına yetkisiz girişlerin, İnternet servis sunucusu ve Web sitesi işleticisi tarafından engellenmesidir. İkincisi şifrelemenin güvenlik için kullanılmasıdır. Yani elektronik bir haberleşmeyi sadece gönderen ile alıcının tekrar okuyabileceği biçimde işleme tabi tutmaktır. Şifrelemede özgün bilgi, şifre anahtarları ile içerik açısından anlamsız sayısal bir veriye dönüştürülür. Bu şifrenin çözümü ise yine bir şifre anahtarları ile özgün veriyi yeniden elde etmektir.

Günümüzde İnternet üzerinden yapılan işlemlerde güvenliği sağlamak için üzerinde en çok durulan şifreleme sistemine 'Açık Anahtarlı Şifreleme', bu yöntemin bilgi güvenliğini sağlayacak bir biçimde uygulandığı hizmetler sistemine de 'Açık Anahtar Altyapısı (AAA)' denilmektedir. Bu sistemde iki anahtar çifti üretilmektedir. Biri sadece kullanıcıda olan ve onun bildiği gizli anahtar, diğeri herkesin ulaşabileceği açık anahtardır Bilgi bütünlüğü ise, gönderilen verinin matematiksel bir yöntemle özellenmesiyle elde edilmektedir. (Ersoy, 2000).

2.3.3 Onay Kurumu

E-ticaretin İnternet ortamında sağlıklı ve güvenli bir şekilde sürdürülebilmesi açısından, Güvenilir Üçüncü Taraf ve Onay Kurumu yapılarını anlamak gerekmektedir.

Taraflar arasında gönderilen mesajların tarafların özel anahtarları ile imzalanarak ve şifrelenerek gönderilmesi ile alıcının bilginin doğruluğu ve bozulmadan gelmiş olduğu yönündeki kaygılarını giderebilmektedir. Ancak bu mesajın gerçekten adı geçen kişiden geldiğine ikna olması için yeterli gelmemektedir. Alıcı, mesajın geldiği kişi hakkında bilgiyi tüm tarafların güvendiği üçüncü bir kurumdan sağlayarak bu kaygıyı giderebilmektedir. Onay Kurumu ve Güvenilir Üçüncü Taraf yapıları bu ihtiyacı ve başka bir takım sorunları çözmek amacı ile geliştirilmiştir (Ersoy, 2000).

AB'nin Onay Kurumu ve Güvenilir Üçüncü Taraf kurumlarına yaklaşımı, onay kurumlarının sayısal imzaların e-ticarete etkin olarak kullanılmaları için ulusal yasal sistemlerde gerekli olduğu ancak güvenilir üçüncü tarafların devletlerin ulusal güvenlik kaygıları nedeniyle gerektiğinde şifreli bilgileri yasal olarak çekebilmek için gerekli altyapıyı da taşıyan kurumlar olması gerektiği şeklindedir (A European Initiative In Electronic Commerce, 1997).

Onay Kurumunun verdiği bir sertifikanın (elektronik kimlik belgesi) birincil işlevi bir açık anahtar bir kimlik ile ilişkilendirmektir. Bu sertifikayı alan taraf, mesajdaki sayısal imzanın, onay kurumu tarafından açık anahtar verilen kişi tarafından yaratıldığına ve mesajın değiştirilmediğine emin olur. Onay Kurumu, verdiği sertifikanın içerik ve kaynak bakımından doğruluğunu sağlamak için kendi özel imzası ile elektronik kimlik belgesini imzalar. Bunun kontrolü ise başka onay kurumlarının listesindeki açık anahtarın kullanılması ile olur.

Onay kurumları ile ilgili halen devam eden tartışmalar vardır. İlk konu kamu kuruluşu mu özel mi olacaklardır. İkincisi, bir ülkede belirli bir alanda verilen sertifikanın aynı ülkenin başka uygulamalarında ve başka ülkelerde geçerli olup olmayacağı ile ilgilidir. Bu uygulama çapraz-sertifikalandırma olarak tanımlanmaktadır. Uluslararası bir AAA sistemi olmaması halinde bir onay kurumunun verdiği sertifikanın başka ülkelerde kabulü ciddi problemler doğurabilir (UNCITRAL, 1996).

AAA yapıları, en tepede bir “Root Authority”(Ana Otorite), onun altında çok sayıda onay kurumları ve kayıt otoritesi yerleşiren sistemlerdir. Bir

‘AAA’ kurmak aşağıdaki konuları güvence altına almak anlamına gelmektedir (Ersoy, 1999):

- i. Bir kişinin açık anahtarı değişmiştir ve özel anahtara karşılık gelmektedir.
- ii. Kullanılan şifreleme teknikleri güvenilirdir.
- iii. şifreli anahtarları üreten kurumlar güvenilirdir ve anahtarlar tekrar kullanımdan alınabilir.
- iv. Farklı şifreleme teknikleri karşılıklı işleyebilir.

Bir sertifikada en az düzeyde olması gereken bilgiler şunlardır (A European Initiative In Electronic Commerce, 1997):

- i. Kullanıcının adı, adresi.
- ii. Kullanıcı bir kişi ise doğum yeri ve tarihi.
- iii. Kullanıcı bir kurumda ise konumu ve mesleki nitelikleri.
- iv. Kullanıcı bir kurum ise adı ve onu tanımlamak için gerekli diğer bilgiler.
- v. Onay Kurumunun adı, adresi.
- vi. Kullanıcının açık anahtarı.
- vii. Sertifikanın seri numarası.
- viii. Sertifikanın veriliş ve geçerlilik tarihi.

Anahtar çiftlerinin üretimi ve saklanması konusunda dünyada farklı görüşler vardır. Bilginin şifrelenmesi ve ulusal güvenlik konusunu yakından ilişkilendiren ABD, Fransa, İngiltere, Belçika, İsrail ve in, kullanıcıların gizli anahtarlarının Onay Kurumlarında saklanması savunurken, AB, Avustralya ve Japonya ise karşıt bir tutumla, kullanıcıların sisteme güvenlerinin devamı için gizli anahtarların tümüyle kişisel kalmamasını istemektedir (TÜBİTAK, 1999).

2.3.4 Elektronik İmza

Elektronik ticaretin geldiği bu noktada güvenliğin açısından üzerinde durulması gereken bir diğer konu ise e-imza. Ülkemizde çıkarılan 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu'nda yer alan şekliyle, *e-imza*; başka bir elektronik veriye eklenen veya elektronik veriyle mantıksal bağlantısı bulunan ve kimlik doğrulama amacıyla kullanılan elektronik veriyi tanımlamaktadır. E-imza, bir bilginin üçüncü tarafların erişimine kapalı bir ortamda, bütünlüğü bozulmadan (bilgiyi ileten tarafın oluşturduğu orijinal haliyle) ve tarafların kimlikleri doğrulanarak iletildiğini elektronik veya benzeri araçlarla garanti eden harf, karakter veya sembollerden oluşmaktadır (Erol, 2003; 5070 S.K, Elektronik İmza, 2004).

E-imza, imzalanan metne göre farklılık gösterir ve içeriğin matematiksel fonksiyonlardan geçirilerek eşsiz olduğu düşünülen bir değer bulunması ile elde edilmektedir. Yani kişilerin, elle atılan imzada olduğu şekilde tek imzası yoktur, bunun yerine imzalamada kullanılan anahtarları vardır (TBD, 2005).

2.3.4.1 Elektronik İmzanın Hukuki Altyapısı

Elektronik İmza Kanunu'nda; güvenli elektronik imza, elle atılan imzaya eşdeğer kabul edilmiş ve elektronik imza ile oluşturulmuş verilerin senet hükmünde olacağı belirtilmiştir. Ancak kanunların resmi şekle veya özel bir merasime tabi tuttuğu hukuki işlemler ile teminat sözleşmelerinin güvenli elektronik imza ile gerçekleştirilemeyeceği hükme bağlanmıştır (Erol, 2003; 5070 S.K., Elektronik İmza, 2004).

E-imza ile ilgili hukuki altyapının oluşturulması için Türkiye Bilişim Derneği (TBD) tarafından aşağıdaki çalışmalar gerçekleştirilmiştir (TBD, Çalışma Grubu Raporu2, 2005):

- i. Her türlü ikili ve kurumsal iş ve işlemlerde kayıt tutma, standart ve tekniklerinin belirlenmesi,
- ii. Elektronik kayıtların kamu kurum ve kuruluşları tarafından belge olarak kabulü ile ilgili standart ve iç mevzuatlarının düzenlenmesi,

- iii. Ticaret Kanunu, Sayıştay denetim usulteri, Borçlar Kanunu, Bankalar ve Vergi Usul kanunlarının elektronik belge tutma ve gönderme şartlarının düzenlenmesi,
- iv. Elektronik ortamda oluşturulan yabancı belgelerin geçerliliği konusunda Dış Ticaret, Gümrük ve Bankalar Kanununda değişiklik, Uluslararası/Ulusal olarak yapılan Elektronik Sözleşmelerde ve sanal ticarete oluşabilecek ihtilaflar konusunda Elektronik Tahkim Yasasının çıkarılması,
- v. Özel ve kurumsal bilgilerin gizliliği, bütünlüğü için Ulusal Bilgi Güvenliği Yasasının çıkarılması buna bağlı olarak SPK gibi kurumların ve ürün borsalarında kontrat bazlı, spot ve opsiyon piyasalarında sanal işlem uygulama yönetmelikleri ile Uluslararası sanal ticaret için akreditasyon kurumları için yeni mevzuatların çıkarılması,
- vi. Açık anahtar ile ilgili Onay Kurumlarının (Nitelikli Elektronik Sertifika sağlayan kurumların) kuruluş izinlerinin verilmesi ve denetiminin kamu tarafından yapılması,
- vii. Elektronik suçların evrenselliği konusunda yapılan uluslar arası mevzuat çalışmaları ve yapılacak ikili anlaşmaların hızlı bir şekilde yapılması, işlerlik açısından delil toplama ve alma/verme standartlarının belirlenmesi,
- viii. Elektronik Kontrat ve Elektronik İmza gerektiren sanal işlemlerde Tüketicinin Korunması ile ilgili mevzuatın e-ticaret açısından yeniden gözden geçirilmesi, e-ticaret yapan kurumların uyacağı kuralların yayınlanması, Bankacılık Kanunu ile ilişkilendirilmeli ve geri ödeme sisteminin sanal ticarete uygulamaya sokulması,
- ix. Elektronik ödeme araçları arasında yer alan elektronik paranın (elektronik senet, elektronik çek, elektronik teminat, gibi) uygulanacağı standart, teknikler ve güvenlik kriterleri ile ulusal ve uluslar arası dolasını mevzuat ve anlaşmaların yapılması.

2.3.4.2 Elektronik İmzanın İdari Altyapısı

Elektronik imzanın idari sorumluluğu Türk Telekomünikasyon Üst Kurumuna verilmiştir. Nitelikli sertifika sağlayıcı kurumların yetkiendirme işlemleri hazırlanmış bulunmaktadır. Elektronik ticaret işlemlerinde gerekli olan uluslararası bilgi değişim modülü ve anlaşmalar konusunda Adalet Bakanlığı, DTM, Gümrük Müsteşarlığı ve Bankalar Birliği ile ortak çalışma başlatılmıştır.

Elektronik arşiv konusu ve veri değişim standartları konusunda Başbakanlık Arşivler Genel Müdürlüğü ilgili mevzuatı çıkarmış ve bundan sonra kurumların yazısına ve değişim modüllerinde uyacağı kurallar belirlenmiştir (Erol, 2003; TBD1, 2005).

2.3.4.3 Elektronik İmza Özellikleri

Elektronik imza kullanımlarına, 5070 Sayılı Kanunda geçen şekilde, aşağıda belirtilen üç temel özelliği sağlamaktadır (5070 S.K., Elektronik İmza, 2004; TBD1, 2005; Erol, 2003):

Veri bütünlüğü: Verinin izinsiz yada yanlışlıkla değiştirilmesini, silinmesini ve veriye ekleme yapılmasını önlemek.

Kimlik doğrulama ve onaylama: Mesajın ve mesaj sahibinin iletiminin geçerliliğini sağlamak.

İnkar edilemezlik: Bireylerin elektronik ortamda gerçekleştirdikleri işlemleri inkar etmelerini önlemek.

Ayrıca Birleşmiş Milletler Genel Kurulunun 1996 yılında New York’da yapılan 29. Toplantısında E-ticarete ilişkin Model Kanun ve konuya ilişkin Yasal Rehber’in kabul edilmesinden sonra, “sayısal imza ve onay kurumları ile ilgili olarak hazırlanan taslak metinde güvenli elektronik imzanın standart özellikleri aşağıdaki gibi özetlenmiştir (UNCITRAL, 1996):

- i. *Teklik:* Elektronik imzaların birbirinden farklı olması anlamına gelmektedir.

- ii. *Kimlik Tespiti*: Elektronik imza sahibinin kimlik tespitiin sağlanması anlamına gelmektedir.
- iii. *Güvenilirlik*: Elektronik imzayı kullanan olarak kimliği tespit edilen kişinin gerçekten mesajı imzalamış olması anlamına gelmektedir.
- iv. *Bağlantı*: mesajla imza arasında bağlantı olması anlamına gelmektedir.

2.3.4.4 Elektronik İmza Oluşturma Araçları

Elektronik imza oluşturma araçları; elektronik imza oluşturmak üzere kullanılan yazılım veya donanımı ifade etmektedir. 5070 sayılı Kanun'da 'güvenli' elektronik imza oluşturma araçlarına değilmiş ve aşağıdaki özelliklerin sağlanması şart koşulmuştur (5070 Sayılı Elektronik İmza Kanunu, 2004; Erol, 2003):

- i. Ürettiği elektronik imza oluşturma verilerinin kendi aralarında bir eşi daha bulunmaması.
- ii. Üzerinde kayıtlı olan elektronik imza oluşturma verilerinin araç dışına hiç bir biçimde çıkarılamamasını ve gizliliğini sağlaması.
- iii. Üzerinde kayıtlı olan imza oluşturma verilerinin, üçüncü kişilerce elde edilememesi, kullanılamaması ve elektronik imzanın sahteciliğe karşı korunması.
- iv. İmzalanacak verinin imza sahibi dışında değiştirilememesi ve bu verinin imza sahibi tarafından imzanın oluşturulmasından önce görülebilmesi.
- v. Kullanılacak donanım/yazılımın özelliklerinin ve standartlarının telekomünikasyon kurumu tarafından belirlenmesi.

2.3.4.5 Elektronik İmza ve Uluslar arası Geçerliliği

Elektronik imzaların uluslar arası geçerliliğe sahip olabilmesi için güvenilir üçüncü kişinin aracılığına ihtiyaç duyulmaktadır. Bunun için Elektronik Sertifika Hizmet Sağlayıcısının (ESHS) yayınladığı elektronik sertifikalar kullanılmaktadır. ESHS karşılıklı çalışabilirliğinin sağlanması ile elektronik sertifikaların uluslar arası kullanımı mümkün olacaktır. Burada asıl faktör; bilginin gizliliği, bütünlüğü, iki tarafta da kimlik belirleme, zaman kavramının sabitlenmesi, ulusal ve uluslar arası kanun ve/veya mevzuat ihtilaflarının giderilmesi için elektronik kayıtların ihtilaflarda ispat gücünün ihtilafsız kabulü, uç kullanıcıya kadar güvenli altyapı gibi temel işlemler için ulusal ve uluslar arası bazda Hukuki, idari ve teknik altyapının kurulmasıdır (TBD1, 2005; Lloyd, 2001).

2.3.4.6 Elektronik İmzanın Teknik Altyapısı

ESHS yayınladığı nitelikli elektronik sertifikaların uluslararası çapta da geçerliliğine ihtiyaç olabilir. Bu amaçla, ulusal ve uluslararası çapta birlikte çalışabilirliği ve uyumluluğu sağlamak üzere önerilmiş ve geliştirilmiş birçok yöntem bulunmaktadır. Çeşitli uluslararası ESHS tarafından kullanılmakta ve/veya test edilmekte olan bazı yöntemler şunlardır (Entrust, 2000):

i. *Çapraz-Sertifikasyon*

Çapraz-sertifika, bir ESHS tarafından başka bir ESHS, karşıdaki ESHS'nin genel anahtarını içerecek şekilde dijital olarak imzalayıp yayınladığı genel anahtar sertifikasıdır (Kuran, 2005; Entrust, 2000).

Çapraz-Sertifikasyon terimi ile kastedilen iki işlem biçimi vardır (Turnbull, 2000). İlk işlem biçimi, iki Elektronik Sertifikasyon Hizmet Sağlayıcı arasında “Çapraz-Sertifika” diye adlandırılan bir sertifikada diğer Elektronik Sertifikasyon Hizmet Sağlayıcının genel anahtarının imzalanması ile Elektronik Sertifikasyon Hizmet Sağlayıcılar arasında güven ilişkisinin kurulmasıdır.

İkinci işlem biçimi ise, Açık Anahtar Altyapısı ağı içerisinde bir ESHS tarafından imzalanan kullanıcı sertifikasının güvenilirliğinin onaylanmasını gerektirir.

ii. *Köprü Elektronik Sertifikasyon Hizmet Sağlayıcılar*

Köprü ESHS, “merkez-ve-konuşma” diye de adlandırılan özel bir güven modeline dayanmaktadır. Kendisine üye olan ESHS arasında “güven aracı” olarak işlev görerek bu Elektronik Sertifikasyon Hizmet Sağlayıcıların birbirini tanımamasını kolaylaştırmaktadır. Köprü ESHS, etki alanları arasındaki karşılıklı çalışabilirlik için geçerli eğilim olarak çapraz-sertifika kullanırlar (Lloyd, 2001).

iii. *Çapraz-Tanım*

Çapraz-tanım, tanımlı bir kullanıcı topluluğunun, başka bir ESHS tarafından çıkarılan sertifikalara, belirli uygulamalarda kullanmak üzere güven duyabilmesi durumudur (Wilson, 2001).

iv. *Sertifika Güven Listeleri*

Sertifika Güven Listesi, güvenilen ESHS içeren listedir. Güvenilen bir ESHS'nin genel anahtar sertifikasının bir özeti, sertifika güven listesi içerisinde tanıtılmaktadır (Lloyd, 2001).

v. *Akreditasyon Sertifikası*

Elektronik Sertifikasyon Hizmet Sağlayıcılar arasında karşılıklı çalışabilirlik için çapraz-sertifika ve çapraz-tanım ile karşılaşan bazı sorunların yaşanmaması için ‘Geçiş Denetimi Akreditasyon Sertifikası’ uygulanabilmektedir (Lloyd, 2001).

vi. *Mutlak Hiyerarşi*

Mutlak Hiyerarşide, tüm “güven” ortak bir kök ESHS den çıkmaktadır. Dolayısı ile, etki alanındaki tüm güvenen taraflar için kök Elektronik Sertifikasyon Hizmet Sağlayıcı, güven noktası olmaktadır. Alt ESHS gerçekleştirilebilir olsa da, kök Elektronik Sertifikasyon Hizmet Sağlayıcıya dayandırılmış olmadıği takdirde alt Elektronik Sertifikasyon Hizmet Sağlayıcıdan yayınlanan herhangi bir sertifikaya güven duyulmayacaktır. Alt Elektronik Sertifikasyon Hizmet Sağlayıcıların kendi-

imzalı sertifikasına sahip olmasına izin verilmez, sadece kök Elektronik Sertifikasyon Hizmet Sağlayıcı kendi-imzalı sertifikasına sahip olabilmektedir (Lloyd, 2001).

vii. Yetkilendirilmiş Yol Onaylama ve Bulma

Yetkilendirilmiş yol onaylama, güven kararlarını güvenilen taraftan kısmen veya tamamen kaldırmaya izin vermektedir. Bu da, istemci tarafında, güvenilen taraf gibi davranan ve gerektiğinde güvenilen bir üçüncü-parti sunucuya sorgu gerçekleştiren bir yazılım gerektirmektedir (Lloyd, 2001).

2.4 İNTERNETTE PAZARLAR

E-ticaret, kullanılan teknolojiler ve uygulamalar benzer olmasına karşın, taraflarına göre bazen dört bazen de altı alt bölümde değerlendirilmektedir. Bunlar; Tüketiciler Pazarı (İşletmeden Tüketicisy E-ticaret) (B2C), Endüstriyel Pazar (İşletmeden İşletmeye E-ticaret) (B2B) , Devletin Yönlendirdiği Pazarlar ve E-Müzayede (Tüketiciden Tüketicisy E-ticaret) İş Modelleri şeklinde gruplandırılmaktadır (Bozkurt, 2000).

2.4.1 Tüketiciler Pazarı (B2C)

Tüketiciler pazarı diğer bir deyişle işletmeden müşteriye (B2C) e-ticaretin yapılmasıdır. B2C, büyük ölçüde elektronik perakendeciliğe denk düşmektedir. Bu bölüm ‘www’ in ortaya çıkışıyla önemli ölçüde gelişme göstermiştir. İşletmeden müşteriye e-ticarette amaç; mal ve hizmetlerin hedef kitleye pazarlanmasıdır.

2.4.2 Endüstriyel Pazar (B2B)

İşletmelerin bayileri, dağıtıcıları ve tedarikçileri arasında oluşan, bir işletmenin başka bir işletmeyle yaptığı ticarete işletmeler arası ‘B2B’ e-ticaret denir. İşletmeler arası e-ticaret özellikle iletişim teknolojilerinin satışında (yönlendiriciler,

bilgisayarlar ve yazılımlar) ve seyahat hizmetlerinde etkin bir şekilde yapılmaktadır. E-ticareti tedarik ve bayi zincirlerine bütünleşen işletmeler, işlem ve idari maliyetlerini azaltıp, insandan kaynaklanan hataları ve gecikmeleri önleyip, telefon, faks ödemelerinden ve zamandan tasarruf sağlayarak, hızlı ve doğru bilgi paylaşımı sonucunda üretim artışına ve dolayısıyla da kurum gelirlerinde bir artış olmaktadır.

E-ticaretin bu bölümü özel şebekeler üzerinden özellikle 'EDI' den yararlanarak son yıllarda önemli ölçüde gelişme göstermiştir. 'Endüstriyel Pazar' olarak nitelenen bu ticaret şekli gerek sektörel postallarla, gerekse kurumun kendi sitesi aracılığıyla yapılabilmektedir (Chan And Swatman, 2002). B2B, işletmelerin sektörde daha güçlü olmalarını sağlarken, özellikle kriz ortamlarında yeni ihracat pazarlarına yönelme ve iç pazarda yeni müşteriler elde etme olanağı sağlamaktadır.

2.4.3 E-Müzayede İş Modelleri Ve Müşteriden Müşteriye Ticaret

Müşteriden müşteriye (C2C) e-ticaret, müşterilerin Internet üzerinden birbirleriyle yaptıkları ticarettir. İkinci el satışlar ortamı olan bu uygulamaya henüz gelişme aşamasındadır. Kişiler eskimiş eşyalarını, bir pazar günü garajlarının önüne çıkarak rast gele insanlara satmaktadırlar. Bu iş yapma süreci, sürekliliği olmayan bir ticari faaliyetir ve satıcı ailenin elindeki mallarla sınırlıdır. "Amerikalılar garaj satışı kavramına çok alışık olduklarından, Kuzey Amerika'daki C2C uygulamaları büyük bir çevre bulmuştur. Öyle ki kimileri B2C dünyasına girecek satışlarını C2C dünyasında yapmaya başlamıştır. C2C modelinde açık artırma süreci vardır. Burada satılan malın adedi sınırlıdır ve satıcı bundan dolayı bir alt limit ve süre koyarak, o süre sonunda en yüksek rakamı önerenlere satmaktadır. Bu alt yapıyı kuran firma da satış işlemi üzerinden komisyon almaktadır. Yani, C2C yapan bir firmanın aslında alacak yada satacak bir mal veya hizmeti yoktur. Tek amaç, alıcı ve satıcıyı buluşturmadır (Küçükgörkey, 2002). C2C'de e-posta gibi elektronik araçlar ile iki müşterinin bir araya gelerek, mal veya hizmetler için anlaşma yapması söz konusudur. C2C hakkında doğru bilgi ve verileri hem tedarik etmek, hem de değerlendirmek güçtür. Bu e-ticaret türü Türkiye'de çok hızlı gelişme göstermektedir.

2.4.4 Devletin Yönlendirdiği Pazarlar

Devletin yönlendirdiği pazarları kendi arasında iki alt başlık altında toplamak mümkündür. Bunlar devlet ile müşteriler (vatandaş) arasında E-ticaret ve devletten işletmeye e-ticarettir (Özgener, 2004).

2.4.4.1 Devletten Müşteriye Elektronik Ticaret

Devlet ile müşteriler (G2C) arasında yapılan e-ticarettir. G2C henüz gelişme aşamasındadır. Devletler, hem B2C hem de G2B e-ticaret türlerinin gelişimiyle paralel olarak, sosyal ödemelerin ve kendiliğinden tayin edilen vergi gelirlerinin tahsilatını elektronik ortama taşıma çabası içine girmiştir. Yine bir devletin Web sitesinin devletin sağlık hizmetleri hakkında bilgi edinmek isteyen müşteriler tarafından kullanılması bu bölüme örnek verilebilir.

2.4.4.2 Devletten İşletmeye Elektronik Ticaret

Devlet ile işletmeler arasında yapılan e-ticarettir (G2B). Devlet kuruluşları ile firmalar arasındaki tüm işlemleri kapsar. Günümüzde bu kategori gelişme aşamasındadır. Devletler e-ticaretin gelişimini teşvik etmek için faaliyetlerini oldukça hızlı bir şekilde elektronik ortama taşıyarak KDV gelirleri, kurumlar vergisi ödemeleri, elektronik ihale gibi işlemleri elektronik seçenekler yoluyla sunma çabası içindedirler.

BÖLÜM III

ELEKTRONİK TİCARET YÖNTEM VE İLKELERİ İLE ELEKTRONİK TİCARETİN GELİŞİMİ YÖNÜNDE YAPILMAKTA OLAN ÇALIŞMALAR

3.1 ELEKTRONİK TİCARET YÖNTEM VE İLKELERİ

E-ticaret yapmak isteyen işletmeler farklı yöntemler izlemektedirler. E-ticaret için belirlenebilmiş bir standart bulunmamaktadır. Ancak, e-ticaret yapmak isteyen işletmelerin göz önünde bulundurmaları gereken aşamalar; iş planının hazırlanması, Web sitesinin oluşturulması, pazar araştırması ve pazar analizi, e-ticaret süreçlerinin oluşturulması ve e-ticarette bazı kurallara dikkat etmek, şeklinde sıralanmaktadır.

3.1.1 Elektronik Ticaret İş Planının Hazırlanması

Her türlü faaliyette olduğu gibi, dış pazara yönelik elektronik ticarete de öncelikle yapılacak faaliyetler planlanmalıdır. İşletmelerin elektronik ticaret faaliyetlerinin planlanması çerçevesinde yapması gerekenler

Burada işletmenin yaptığı işin e-ticarete uygun olup olmadığının belirlenmesi gerekir. İnternette bakıldığında pek çok kitap ve kaset satan dükkan

bulunmaktadır. Ama mobilya veya patlayıcı madde satan online dükkan bulmak kolay değildir. Bunun nedeni;

Bugüne kadarki deneyimler, Internet'in bir satış kanalı olarak, bazı mal ve hizmet kategorilerini satmaya daha uygun olduğunu göstermektedir. Neyin, nasıl ve kimle satılmasının planlandığı ve kimlerin rakip olarak görüldüğü, e-ticaret girişiminin başarısını doğrudan etkilemektedir. Bunları teker teker inceleyecek olursak(Erdağ ve Batuman, 2006):

i. Ne Satılması Planlanmaktadır?

Katalog yoluyla veya doğrudan satış yöntemleriyle satılabilen ürünler, genellikle Internette satışa en kolay adapte olanlardır. Ofis malzemeleri bu kategoride düşünülebilir. Gezi turları planlama gibi bazı hizmetler de Internetle uyumludur. Internetten satılması daha güç olan mal ve hizmetler: Nakliyesi zor olan mallar: mobilya gibi, Kamuni düzenlemeleri çok yoğun olan ürünler: patlayıcılar, kimi kimyasallar gibi.

ii. Hedef Müşteri Kitlesi Internet Kullanmakta mıdır?

Ticaret yapılmak istenen mal ve hizmetlerin potansiyel alıcıları Internet kullanmaya ne kadar yatkın? Teknolojik ürünlere meraklı bir kitleye hitap edilmekte ise, e-ticaret çok verimli sonuçlar doğurabilir. Özellikle ürünler global pazara satılabilecek nitelikteyse, Internet, işletmelerin işini geliştirmesine yardımcı olabilir. Ya da müşteri kitlesi çok aktif ve meşgul insanlardan oluşuyorsa, Internetten alışveriş yapıp, ürünlerin ayağına getirilmesini tercih edebilir.

iii. Rakiplerin Elektronik Ticaret Girişimleri Var mıdır?

Rakip firmalar Internet'e açılmış ve e-ticaret yapmakta ise, bu çalışan sektörün Internet'e uygunluğu konusunda olumlu bir işaret olarak kabul edilebilir. Rakiplerin Internet'e daha önce yer alması işletmeyi bazı konularda zorlayabilecektir. Bunların en önemlisi, Web sitesinin rakip sitelerden farklı hale getirilmesi ve müşteri tarafından ayırt edilir konuma sokulmasıdır.

Bunun için ilk yapılması gereken çalışılan işkolundaki yerli ve yabancı sitelerin incelenmesi ve işletme olarak müşterilere ek değer katan, onları alışveriş yapmaya yönlendirecek farklı olunan yönlerin ortaya çıkartılmasıdır. İyi müşteri hizmetleri, ücretsiz teslimat, satış sonrası güçlü teknik destek gibi müşteriyeye değer katan özelliklerin bulunması ve sitede bunların ortaya çıkarılmasıdır.

iv. *Elektronik Ticaret Girişimi Ne Kadar Benimsenecek, Ne Düzeyde Sorumluluk Alınıp Kaynak Ayrılabilir?*

İnternet, iş için yeni bir satış ve dağıtım kanalı olarak düşünülmelidir. Her yeni satış kanalında olduğu gibi İnternette de işletmenin kaynaklarının (insan, para, zaman ve emek) bir kısmının ayrılması gerekmektedir. Kaynak ayrılması gereken temel konular özette şunlardır (www.kobiline.com, 2006):

- i. Gelen siparişlerle ilgilenmek,
- ii. Müşteriyle iletişimi yönetmek, gelen e-posta mesajlarına yanıt vermek,
- iii. Stok takibi ve yönetimini yapmak,
- iv. Nakliye ve teslimat detaylarını ayarlamak,
- v. Faturalama ve ödemeleri takip etmek,
- vi. Web sitesinin hatasız işlemesini sağlamak ve sürekli güncel tutmak.

3.1.2 Web Sitesinin Oluşturulması

Birçok hizmet ve üretim sektöründeki kuruluş, firma Web siteleri ile müşterilerinin karşısına çıkmaktadır. Ancak firma oluşturulacak Web sitelerinde müşterileri, firmanın geleneksel ofisinden aldığı hizmeti ve kolaylığı, firmanın Web sitesinden alamıyorsa bu site, firmaya hiçbir kazanç sağlamayacaktır. Oluşturulacak Web sitesinin çok kullanışlı olması ve Web sitesini ziyaret eden müşteriyi rakip

firmaların Web sitelerine yönelmesine sebep olmamalıdır (Karni, 2006). Böylece bu kullanışlılık, hem firma hem de müşteri için kazançlı bir hizmet olacaktır. Ancak, Web sitesinin doğru oluşturulması gerekmektedir (Doğan, 2006). Bundan kast edilen, birçok kimse hala İnternette alışveriş yapmanın kolay ve güvenli olduğuna inanmamasıdır.

Web sitesinin oluşturulmasının en can alıcı noktası alan adıdır. İşletmenin İnternette oluşturacağı markanın ve işletmenin kimliğinin en temel parçasıdır. Web adresleri tekirdir. Aynı adres iki kişiye verilmez. Yani alan adı, sadece işletmeye özeldir, dolayısıyla işletmeyi en iyi şekilde yansıtmalıdır. Bunun için alan adı alırken dikkat edilmesi gereken noktalar vardır (Karni, 2006):

- i. *Akılda kalıcı ve kolay hatırlanabilir olmalı,*
- ii. *İş tanımlamalı,*
- iii. *Kısa olmalı,*
- iv. *Türkçe alfabe kullanılmamalı.*

Türkiye’de İnternet konusunda ilk çalışmaları yürütmüş olan ODTÜ (Ortadoğru Teknik Üniversitesi) alan adı dağıtımı konusunda tek yetkilidir. Eğer .tr uzantılı bir isim almak isteniyorsa, ODTÜ DNS Kuruluna başvurulması gerekmektedir(http://dns.metu.edu.tr).

.tr uzantılı isim alabilmek için bazı şartların sağlanması gereklidir. Detaylı bilgi ve online başvuru için http://dns.metu.edu.tr/ adresine bakılabilmektedir. Alan adı kayıt işlemi, başvurunun yollanmasını takip eden bir hafta içinde gerçekleştirilmektedir. İnternette yapılan başvurular çok daha hızlı sonuçlanmaktadır. Posta yoluyla başvurmak istendiğinde, iletişim bilgileri şöyledir (www.metu.edu.tr):

3.1.3 Pazar Araştırması ve Pazar Analizinin Yapılması

Günümüz işletmeleri, yaşanan yoğun rekabet ortamında, gereksinim duydukları bilgiyi pazar ve pazarlama araştırmaları yaparak elde etmek

zorundadırlar. Bu konuda da Internet, oluşturduğu sınırsız bilgi tabanı ortamı bu açıdan işletmelere eşsiz bir araştırma olanakı sağlamaktadır (Kırçova, 2002).

Elektronik ortamda pazar araştırmalarının yapılması ile pazar ve pazarlama araştırmalarında var olan zaman ve mekan sorunu ortadan kalkmakta, çok büyük çaplı araştırmalar daha kısa zaman, daha düşük maliyetle gerçekleştirilebilmektedir. Birçok uluslar arası işletme pazar araştırmalarını Internet üzerinden elektronik ortamda yapmaya başlamışlardır (Erdağ ve Batuman, 2002).

3.1.4 Elektronik Ticaret Süreçlerinin Oluşturulması

Bir işletme e-ticaret yapma kararı aldıktan sonra bazı süreçleri göz önüne alarak hareket etmelidir(Kırçova, 2002). Bunlar hedef müşteri kitlesinin belirlenmesi, müşteri bulma ve tanıtım yollarının araştırılması, elektronik ortamda uluslar arası pazarlara giriş yollarının araştırılması, ve kamu kurumlarıyla ilişkilerin elektronik ortamda yürütülmesidir.

3.1.4.1 Hedef Müşteri Kitlesinin Belirlenmesi

İşletmenin mevcut müşteri kitlesi düşünöldüğünde, mal veya hizmetlerin satılması için müşterilerin tanınması, onların ihtiyaçları ve nitelikleri doğrusunda hitap edilmelidir. Internette de durum aynıdır. E-ticarete başlarken, işletmenin sorması gereken ilk sorular şunlardır(Erdağ ve Batuman, 2006):

i. Internet mağazasının hedeflediğı müşteri kitlesi, mevcut müşteriye ne kadar benzemekte, ne tür farklılıklar göstermektedir?

Internet mağazasının potansiyel müşterisinin, yaş, cinsiyet, sosyo-ekonomik düzey ve yaşam tarzı gibi nitelikleri hakkında bilgi edinilmeli, site geliştirirken ve mallar sergilenirken, bu özelliklere uygun davranılmalıdır. Bu da satışları ve kârı artıracaktır.

ii. Müşteriler hakkında nasıl bilgi toplanmakta? Müşteri verileri nerede tutulmaktadır?

Mevcut ve potansiyel müşteri bilgilerini içeren bir veritabanına sahip olmak önemli bir avantaj sağlayabilmektedir. Kullanılan yöntem, varsa donanım, yazılım ve veri biçimleri tanımlanmalıdır.

iii. Hangi online müşteri hizmetleri sağlanmalıdır?

Siparişlerin hangi aşamada olduğunun Internet'ten takibi; hesapların ve ödeme detaylarının incelenebilmesi; online faturalama özelliği; e-posta veya chat yoluyla müşteri desteği, şikayetlerin yanıtlanması gibi.

iv. Müşterilerin soru ve önerileri ne şekilde ve ne kadar sürede yanıtlanması hedeflenmeli? Bu süreç otomatikleştirilebilir mi?

Müşteri şikayetlerine ve sorularına çabuk yanıt vermek çok kritiktir. Eğer e-posta yoluyla gelecek sorulara yanıt verecek personel yoksa, bu hizmeti vermemek daha olumlu olacaktır.

v. Sitede bir mahremiyet politikası bulunmalı mı?

Müşterilerin mahremiyetlerinin korunması konusundaki beklentilerini bilmek faydalıdır. Kişisel bilgilerin ve özellikle ödemelere ilişkin verilerin gizli tutulması konusunda, müşteriye hangi garantilerin verileceği belirlenmelidir. Daha sonra bu politikanın, sitenin görünür bir yerinde müşteriye sunulması, müşteride güven artırıcı bir etki yapacak, bu da satışlara yansıyacaktır.

vi. Müşteriler hakkında hangi bilgiler edinilmeli?

Kişiselleştirme, yani sitede gelen kullanıcının tanımını, ona özel bazı hizmetler sunabilme Internet teknolojisinin sağladığı önemli faydalardan biridir. Eğer bu tür bir uygulama yapılmak istenirse, hangi konularda kişiselleştirilmiş hizmet sunulacağının planlama aşamasında belirlenmelidir.

vii. Müşterinin tercih ettiği iletişim noktaları nelerdir?

Müşterilere hangi iletişim araçlarıyla ulaşılacak? Ne tür pazarlama ve tutundurma önerilerine yanıt verdikleri belirlenmelidir.

viii. Müşteri karlılığı ve birim maliyeti ne kadardır?

Hangi tür müşterinin, ne kadar kazanç sağladığını, kimin en değerli müşteri grubuna girdiğini tanımlamak ve yeni bir müşteri kazanmanın birim maliyetini bilmek Internet girişimine doğru başlamaya yol açacaktır. Önemli bir nokta da bir müşteriye hizmetin, siparişlerin karşılanması, müşteri desteğinin sağlanması gibi konular açısından ne kadara mal olduğunu bilmektir.

3.1.4.2 Dünya Ticaret Noktaları Federasyonu Web Sitesinden Yararlanma Yolları

E-ticaret yapmak isteyen işletmelerin sıklıkla uğramaları ve yararlanmaları gereken elektronik ortamların başında Dünya Ticaret Noktası Federasyonu Web sitesi (WTTPF (<http://www.wtpfed.org>)) gelmektedir. İşletmelerin Web sitesinden ticari anlamda yararlanabilmek için siteye kayıt olmak gerekmektedir. TPO'ların (Trade Point Organisation) kendi yerel dillerinde de sayfa bulundurulmalarına olanak sağlayan tasarımıda ATN için ayrılan bölümde Türkiye sayfalar da bulunmaktadır.

ATN tarafından işletmelere, küresel ticari bilgi dağıtım ve talep eşleştirme hizmetleri ile, üç seviyeli bir kullanıcı profili sunulmaktadır:

Elektronik Ticari Fırsatlar (Electronic Trade Opportunities): Sitede yer alan bölümler hakkında genel bilgilere herhangi bir Internet kullanıcısı erişebilirken, Elektronik Ticari Fırsatlar (ETO) bölümü sisteme kayıtlı kullanıcılara ağıttır. Bu bölümde üyelerin ticari iş talep veya arzları görülmektedir.

Pazar Noktası (Market Point): WTTPF Web sitesinde özel bir yere sahip olan ve ayrıntılı bilgilerin yalnızca “ücretli kayıtlı üyeler”e açık olduğu pazar noktası alt menüsünden; 80’den fazla ülkenin pazar bilgilerine, sektörlerle ilgili verilere, tüm dünyada gerçekleştirilecek olan fuar ve sergilere ait takvime ve stratejik iş opsiyonlarının göz önünde bulundurularak verilen ticaretle ilgili Web sitelerine ve yararlı bağlantılara (linklere) ulaşmaktadır.

Ülke Bilgisi (Country Information): Dünya Bankası (World Bank), UNCTAD, ICC (International Chamber of Commerce) vb. Web sitelerinden faydalanılarak oluşturulan bir bölündür. Burada TN bulunan bütün ülkeler yer almaktadır. Ülke bilgisi, temel ülke profili (basic country profile) ve gelişmiş ülke profili (advanced country profile) olarak iki alt başlıkta verilmektedir. “select a country” ikonu tıklanarak ülke adları alfabetik olarak sıralanmaktadır. Temel ülke profilinde, ülke hakkında genel bilgilere ve ülkenin bayrağı ile haritasına ulaşılmaktadır. Gelişmiş ülke bilgisinde ise seçilen ülkenin ekonomik verilerine, ticaret istatistiklerine, ticari mevzuatına, yatırım ve vergi rejimine, iş rehberine ve kredi bilgilerine yer verilmektedir. Örnek verilecek olursa; Türkiye seçildiğinde, ekranın sol tarafında nüfus, başkent, para birimi vb. bilgilerin yer aldığı temel ülke profili görüntülenmektedir. Ülke bayrağının yanında bulunan “map” bağı (linki) tıklanınca Türkiye haritası görüntülenmektedir.

Sadece ücretli üyelerin ulaşabileceği, ekranın sağ tarafında yer alan gelişmiş ülke profilinde ise aşağıdaki unsurlar yer almaktadır:

- i. İş için Objektif Ölçüler (Objective Measures of Business): Bağ (link) tıklandığında Dünya Bankası’nın Web sitesine bağlanılarak, hedef pazar olarak seçilen ülkede firma kurulmak istenirse bunun kaç gün süreceği ve ne kadar para harcaneceği gibi bilgilere ulaşılmaktadır.
- ii. Ülke Veri Profili (Country Data Profile): Bu bağda (linkde) özellikle ülkelerin karşılaştırılmasında kullanılabilecek nitelikte veriler beş kategoride sunulmaktadır: demografik yapı, çevre, ekonomi, teknoloji ve altyapı, ticaret ve finans.
- iii. Anahtar Ülke Göstergeleri (Key Country Indicators): Ekonomik ve sosyal gelişmedeki son otuz yıllık eğilimlerin belirtildiği bağdır (linkdir). Burada; ekonomik oranlar, yoksulluk oranları ve bunlardaki eğilimler, ekonomik yapı, fiyatlar ve kamu maliyesi, ticaret, ödemeler dengesi, dış borç ve kaynak akışı verileri yer almaktadır.
- iv. Ülkelere Göre Ticaret İstatistikleri (Trade Statistics By Country): Bu bağ (link) kendi içinde “İhracat” ve “İthalat” olmak üzere

ikiye ayrılmakta olup, ürün gruplarına göre son 5 yıllık ithalat-ihracat verilerine ulaşmak mümkündür.

v. Ticari Politikalar (Trade Policy Reviews): Bu bağ (link), devlet politikalarını ve ekonomik politikaları en detay bilgilerle elde etme olanağı sağlamaktadır. Kısacası bu bağda (linkde) ülke ekonomisi ile ilgili her türlü teorik bilgi yer almaktadır.

vi. GSP Kitapçıkları (GSP Handbooks): İlgili ülkenin 1979 Tokyo Raundu sonucunda alınan “Enabling Clause” kararları gereği tek taraflı olarak gelişme yolundaki ülkelere ve en az gelişmiş ülkelere karşı uygulamaya koyduğu tarife indirimlerini göstermektedir. Türkiye AB ile gümrük birliği kararı sonrasında 48 ülkeye GSP uygulamasına rağmen GSP Handbook kısmında bununla ilgili herhangi bir veri yer almamaktadır.

vii. Yatırım Belgeleri (Investment Fact Sheets): Doğrudan yabancı sermaye yatırımları, ikili ve çok taraflı ticaret anlaşmaları, çifte vergilendirmenin engellenmesi anlaşmaları hakkında çok önemli verilere ulaşma olanağı tanımaktadır. Ülkelere göre dış yatırım akışı hakkında bilgi edinilebilmekte.

viii. Yatırım Politikaları (Investment Policy Reviews): Bu bağda (linkde) söz konusu olan UNCTAD yatırım politikaları çalışmasıdır. Bu çalışma, ülkelerin yatırım politikalarını daha iyi hale getirmelerine yardımcı olmak ve hükümetler ile uluslararası özel sektörün, bir ülkenin yatırım çevresi hakkında ihtiyaç duyduğu bilgileri sunma çabası içindedir.

ix. Yatırım Rehberi (Investment Guides): Az gelişmiş ülkeler, ekonomik büyüme ve gelişme için tam potansiyellerini hayata geçirmede çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadırlar. UNCTAD ve ICC işbirliği ile hazırlanan bu rehber, bu duruma bir cevap olarak tasarlanmıştır.

x. İş için İhtiyaç Duyulan Bilgiler (Doing Business in): Bu bağ (link) tıklandığında dış ticaret yapılacak ülkenin coğrafi yapısı, demografik özellikleri, devlet yapısı -öncü sektörler, finans sistemi ve para birimi gibi unsurları da içine alan- ekonomik ortam, yatırım, dış ticaret,

firmalar ve yapıları, vergilendirme ve alınan vergiler, firma evliliği vb. konularda detaylı verilere ulaşılabilir.

xi. Kurumlar Vergisi Rehberi (Corporate Tax Guide): 140'dan fazla ülkenin Kurumlar Vergisi Sistemi hakkında özet bilgilere bu bağdan (linkden) ulaşılabilir.

xii. KDV Rehberi (VAT Guide): Bu bağ (link) tımlandığında genel olarak hangi üründen ne kadar KDV alındığına dair bilgi temin edilebilir.

xiii. Yabancılar için Gerekl Bilgiler (Expat Information): Bu bağda (linkde) seçilen ülkenin vergi sistemi, sosyal güvenlik, çalışma izni ve iş yeri açma, aile ve kişisel konular, oturma izni ve vize işlemlerine kadar bir ülkeye gidilmek istendiğinde gerekli olabilecek bilgiler yer almaktadır.

xiv. CBI Erişim Rehberi (CBI -Center for the Promotion of Imports from developing countries- Access Guide): Bu bağ (link) sadece AB (Avrupa Birliği) ülkeleri için geçerlidir. Herhangi bir AB ülkesinin CBI Access bağına (linkine) tıklandığında o ülkeye ihracat yapabilmek için ihtiyaç duyulan bilgilere ulaşılabilir. Ayrıca CE güvenlik işareti ve yasalar konusunda da detaylı bilgi edinilebilir.

xv. Ülke Kredi Orlanları (Country Credit Rating): İlgili ülkenin iç ve dış borçları, uluslararası kredilendirme notları, belli başlı makroekonomik göstergeleri ve yatırım riskleri bilgileri bu bağ (link) altında bulunmaktadır.

3.1.5 Elektronik Ticarete Dikkat Edilmesi Gereken Kurallar

E-ticarete başarılı olmak için dikkat edilmesi gereken beş kural vardır (Uysal, 2005):

i. Bilgi döngüsü sürekli olmalıdır:

Ticari tarafların olumlu yada olumsuz her türden görüşü dikkate alınmalıdır. Site ziyaretçi sayısı ile ilgili istatistiklerin boyutunun gerçeği yansıtmadığı bilinmelidir. Burada önemli olan ticari taraflarla sürekli etkileşimde kalınmalıdır.

ii. Alt yapı esnek olmalıdır:

E-ticaret sitesinin tasarım organizasyonun esnek olduğu gösterilmelidir. Sunulan “değer” ve bu değeri müşterilere aktarma biçimi hakkında edinilen görüşlerin ve mesajların değerlendirileceği ve uygulamaya konulacağı müşterilere hissettirilmelidir.

iii. Çok kesin ve açık hedefler belirlenmiş olmalıdır:

En az pazarlama standartları baz alınarak, ileride karşılaşılabilecek sorunlar hakkında gerçekçi kararlar verilmelidir. Hedef kitleye uygun olarak, “farklılaşma” noktaları iyi belirlenmelidir.

iv. Pazarlama stratejileri üzerinde kararlı durulmalıdır

E-ticaret yapmayı düşünen veya yapan işletmelerin siteleri, hizmete girme aşamasında müşteri odaklı olarak kurulmakta, fakat sonraları zamanla yarış ağır basmakta ve teknoloji odak haline gelmektedir. Bu durumda pazarlama stratejilerinden vazgeçilmemelidir.

v. Planlama ve basamaklandırma yapılmalıdır:

E-ticaret sitesinin açılış planında yapılan her değişiklik, doğal olarak, birçok değişikliğe yol açmaktadır. Bundan dolayı, sürekli olarak yeniden planlama ve basamaklandırma yapılmalıdır. Planlar gerçekleştirilip, yeni planlar organize edildiğinde , sürecin kontrolünün kaybedilmediğinden ve düzenin bozulmadığından emin olunmalıdır.

3.2 ELEKTRONİK TİCARETİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI

E-ticaretle birlikte her alanda bir değişim/dönüşümden söz etmek mümkündür. E-ticaret piyasaları dönüştürmekte ve iş yapma şeklini değiştirmekte, geleneksel araçları ortadan kaldırmaktadır. İşletmeler oluşturdıkları Web siteleri ile ürünlerini tanıtarak ve alışverişi bu site üzerinden gerçekleştirerek e-ticaret uygulamalarına yön vermektedirler. Hedef kitleye çok hızlı bir şekilde ulaşmaya olanak tanıyan e-ticaretin işletmelere sağladığı bir çok avantaj ve dezavantajlar vardır (Hansioğlu, 2001);

3.2.1 Elektronik Ticaretin Sağladığı Avantajlar

E-ticaretin geleneksel e-ticarete göre bir çok avantajının olduğu bilinmektedir. E-ticaretin ticari hayata sağladığı avantajlar; işletmeler, tedarikçiler ve müşteriler açısından değerlendirilebileceği gibi geleneksel ticaret ortam ve yöntemlerine göre de değerlendirilebilir (Özgener, 2004):

3.2.1.1 Küresel Sunum ve Küresel Seçim

İnternet'in faaliyet alanının küreselleşmesi nedeniyle, e-ticaret en küçük tedarikçilerin bile küresel sunum yapmalarına ve faaliyetlerinin dünya çapında yürütmelerine olanak sağlamaktadır. İnternet sayesinde dünyanın hemen her yerinden zaman ve mekan farkı gözlemeksizin müşteriye ulaşılma olanağı, uluslar arası ticaret hacmine büyük katkı sağlamaktadır. Öte taraftan, müşterilerin kazançları küresel seçim olmaktadır. Yani, müşteriler coğrafi yerleşimi dikkatte almaksızın gereksinim duydukları mal veya hizmetin bütün potansiyel tedarikçileri arasında seçim yapabilmektedirler.

3.2.1.2 İyileştirilmiş Rekabetçi Avantaj ve Hizmet Kalitesi

Ulusal yasaların üstünlüğüne dayanan rekabet anlayışı yerini küresel yasadaki arz ve talep değişikliklerine kısa sürede karşılık vermeye dayanan rekabet

anlayışına bırakmıştır. E-ticaret teknolojileri sayesinde tedarikçiler müşteriye daha yakın olmakta ve yüksek düzeyde rekabetçi avantaj elde etmektedirler. Birçok işletme, ürünleri hakkında bilgilendirme, ürün kullanımında rehberlik, müşteri şikayetlerine hızlı bir şekilde cevap verme gibi satış öncesi ve sonrası kaliteli müşteri destek hizmetlerini sunmak için e-ticaret teknolojilerinden yararlanmaktadır. Bunun karşılığında müşterinin kazancı iyileştirilmiş hizmet kalitesi olmaktadır.

3.2.1.3 Kitleleşmiş Müşteri ve Kişiselleştirilmiş Mal/Hizmetler

Elektronik etkileşimle birlikte işletmeler bireysel olarak her bir müşterinin gereksinimleri hakkında detaylı bilgi toplayabilmektedirler. Daha sonra bu bireysel gereksinimlere mal ve hizmetlerini uydurmaktadırlar. İşletmeler kitleleşmiş müşteri bulurken, müşterilerde kişiselleştirilmiş mal ve hizmetlere ulaşabilir hale gelmektedirler.

3.2.1.4 Tedarik Zincirini Kısaltmak veya Ortadan Kaldırmak

E-ticaret, hem tedarik zincirini büyük ölçüde sadeleştirmekte hem de tedarikçilerle ilişkileri iyileştirmektedir. Böylece işletmeler hem daha esnek hale gelmekte hem de zamandan tasarruf etmektedirler. E-ticarein katkısı sadece doğrudan dağıtımı kolayca yapması değil aynı zamanda dağıtım katalogları telefon ve posta siparişi hizmetlerinden yararlanarak başarabilmektedir. Tedarik zinciri tümüyle ortadan kalktığı anda elektronik olarak sunulabilecek mal ve hizmetlerin olağanüstü örnekleri arasında eğlence endüstrileri (film, video, müzik, magazin dergileri, gazeteler) bilgi ve eğitim –öğretim endüstrileri (bütün yayın biçimleri dahil) ve bilgisayar yazılımının geliştirilmesi ve dağıtımıyla ilgilenen firmalar gösterilebilir. Bunun sonucunda müşterinin kazancı, gereksinim duyduğu nihai mal ve hizmetlere (yerel tedarikçilerin stoklarında mevcut olan mal ve hizmetlerle sınırlanamazsınız) hızlı bir şekilde sağlama becerisi olmaktadır.

İnternet müşterilere, aradıkları mal veya hizmetleri uygun zaman diliminde, pek çok alternatif bir arada görerek, ikinci bir kişinin müdahalesine gerek kalmadan

bulma ve satın alma olanağı sağlamaktadır. Bu şekilde müşteriler zaman ve maliyet tasarrufu sağlamaktadır.

3.2.1.5 Önemli Maliyet Tasarrufları ve Önemli Fiyat İndirimleri

Zaman ve mekan, bilgi piyasalarını mal piyasaları kadar kısıtlamayacağından, ağ bağlantıları sonucunda yapılacak yüksek sabit maliyetli bilgi yatırımları çok daha düşük maliyetlerle piyasaya sunulabilecektir. E-ticaretin en önemli katkılarından biri işlem maliyetlerini azaltmasıdır. İnsan etkileşiminin olduğu bir iş muamelesinin maliyeti dolarla ölçülmesine karşın benzer bir işlemi elektronik olarak yürütmenin maliyeti birkaç sent olabilir. Bu sebepten, insanlar arasındaki “rutin” etkileşimleri kapsayan her işlem süreci açısından Internet önemli maliyet tasarrufu potansiyeli sunmaktadır. Yine işletmelerin pazarlama ve reklam maliyetleri de Internet teknolojisi sayesinde düşüş göstermektedir. Internet vasıtasıyla en ucuz hammadde ya da ara malı tedarikçisi bulunmanın kolaylaşması, işletmeler arasındaki tedarik zincirinin daha sağlıklı işlemesi, envanter kontrolünün optimum hale getirilmesi kuşkusuz işletme maliyetleri önemli ölçüde düşürecektir. Bu müşteriler açısından önemli fiyat indirimlerine dönüşürebilir. Maliyetlerdeki azalma ve tasarruf olanağı karları artırmaktadır.

3.2.1.6 Yeni İş Fırsatları /Yeni Mal ve Hizmetler

Internet'in yaygınlaşmasıyla müşterilerin daha yüksek kalitede bilgi talep etmesi, bilgi toplama ve işleme alanında uzmanlaşmayı gerektirmektedir. Bu da bilgi işlem sektöründe yeni iş olanakları yaratmaktadır. Yeni fikirlerle sahip bir girişimcinin bu ortamda tanınması ve yer edinmesi daha kolay olmaktadır. E-ticaretin mevcut mal ve hizmet pazarlarını yeniden yapılandırmaya ilaveten tümüyle yeni mal ve hizmet fırsatları sağlamaktadır.

E-ticaret, mevcut mal ve hizmetler için pazar yaratmanın ve ticaretin yapısını değiştirmesinin yanı sıra, birçok yeni mal ve hizmeti de beraberinde getirmiştir. E-ticaret, mal ve hizmet piyasalarının yapısını değiştirmekte, yeni ürünler ve yeni pazarlama tekniklerine yol açmakta, hızlı bir şekilde ürün

geliştirilmesi, test edilmesi ve müşteri ihtiyaçlarının tespit edilmesini olanaklı kılmakta, pazar talebindeki değişikliklere hızla yanıt verebilmektedir. Tüketiciler İnternet sayesinde, yeni ürün bilgilerine kolay ulaşabilmekte, bilgi sahibi olmakta ve alternatif ürünleri karşılaştırarak, kolayca satın alabilmektedir.

3.2.2 Elektronik Ticaretin Dezavantajları

E-ticaretin hızlı gelişimine rağmen, e-ticaretin önemli dezavantajları da bulunmaktadır. Bu dezavantajlar, e-ticaretin gelişimi ve kullanımının önündeki sorunlar olarak değerlendirilmektedir. Bu sorunların giderilememesi, özellikle tüketicilerle işlemler arasındaki e-ticaret hacminin gerilemesine yol açabilir. Bu nedenle, bu sorunların belirlenmesi ve uluslar arası alanda çözüm yollarının bulunması gerekmektedir. E-ticaretin önündeki sorunlar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Biçkes, 2000):

- i. Finansal Sorunlar;
 - a. Gümrük ve vergiler,
 - b. Elektronik ödeme sistemleri.
- ii. Yasal Sorunlar;
 - a. Entelektüel sermayenin korunması,
 - b. Özel hayatın korunması.
 - c. Güvenlik.
- iii. Piyasaya Ulaşma Sorunları;
 - a. Teknik standartlar,
 - b. İçerik,
 - c. Telekomünikasyon altyapısı ve enformasyon teknolojisi.

E-ticaretin önündeki sorunlar ve çözüm önerileri ana başlıklarıyla aşağıdaki gibi değerlendirilmektedir(Anbar, 2001).

3.2.2.1 Elektronik Ticarete Güvenlik Sorunu;

İnternet kullanımının ve e-ticaret uygulamalarının hızla artmasına karşın, en çok tartışılan ve henüz kesin bir çözüm bulunamayan güvenlik sorunu, önemini korumaktadır. E-ticaretin gelişmesinin karşısındaki en büyük engel, güvenlik olarak görülmektedir.

İnternet üzerinden gerçekleştirilen ticari faaliyetlerde karşılaşılabilecek güvenlik sorunları şunlar olabilir (Adam vd., 1999):

- i. Giriş yetkisi verilmeyen ağ kaynaklarına giriş,
- ii. Bilgi ve ağ kaynaklarını imha etmek, zarar vermek,
- iii. Bilgiyi değiştirmek, karıştırmak veya bilgiye yeni şeyler eklemek,
- iv. Yetkisiz kişilere bilginin iletilmesi,
- v. Bilgi ve ağ kaynaklarının çalınması,
- vi. Alınan hizmetleri ve gönderilen veya alınan bilgiyi inkar etmek,
- vii. Ağ hizmetlerinin kesilmesine ve bozulmasına neden olmak,
- viii. Almadığı veya göndermediği bilgileri aldığı veya gönderdiğini iddia etmek.

E-ticarete güvenlik sorununun çözümü veya dezavantajının azaltılması, üç açıdan incelenebilir.

Güvenlik Duvarları ; Güvenlik duvarı (Firewalls), korumuş ağlara veya sitelere yalnızca belirli özelliklere sahip dış kullanıcıların girmesine izin veren yazılım veya donanım olarak tanımlanabilir. Kullanıcılar, kullanıcı adı, şifre, İnternet IP adresi veya alan adı (domain name) kullanarak sisteme girebilirler. Güvenlik duvarı, firma ağıyla, dış İnternet arasında bir set oluşturur. Yetkili olmayan kişiler, doğrudan ağ içerisindeki bilgisayarlara giremez. Fakat, yetkili iç kullanıcılar, ağ dışındaki İnternet hizmetlerinden yararlanmaya devam eder güvenlik duvarı, ağ

dışından izinsiz girişleri önlemek amacıyla kullanılabileceği gibi, işletme içinde çalışanların gizli veya stratejik bilgilere ulaşmasını engellemek için de kullanılabilir.

Şifreleme ve İşlem Güvenliği: Bilginin kanallar üzerinden iletilmesi sırasında, çalıma ve değiştirilme riski olmadan alıcıya gönderilmesi büyük önemi taşımaktadır. Bunun için, çeşitli şifreleme yöntemleri ve araçları geliştirilmiştir. Şifreleme işlemiyle, gönderilen bilgi, anlamsız sayısal veriye dönüştürülmekte ve alıcıya gönderilmektedir. Alıcı ise, yine anahtar şifreyi kullanarak, anlamsız sayısal veriyi özgün haline dönüştürmektedir.

World Wide Web Güvenliği ve İnternet Güvenlik Protokolleri ; E-ticarette, kullanıcının kimliğini karşı tarafa bildirmesi, karşı tarafın da kendi kimliğini kullanıcıya bildirmesi önemlidir. Özellikle, İnternet üzerinden alışveriş yapılmasında ve İnternet üzerinden elektronik ödeme sistemlerinde güvenliği sağlamak amacıyla çeşitli İnternet güvenlik protokolleri geliştirilmiştir. Bunlardan yaygın olarak kullanılan SET ve SSL protokolleridir. Bunların dışında, PGP (Pretty Good Privacy) S/MIME (Secure/Multipurpose İnternet Mail Extensions), PPTP (Point –to-point Tunneling Protokol) ve SOCKSS gibi güvenlik uygulamaları da mevcuttur (Dönmez, 1999).

3.2.2.2 Elektronik Ticarette Vergileme Sorunu;

Küreselleşme ve teknolojinin gelişmesiyle birlikte ortaya çıkan sorunların başında vergileme sorunu gelmektedir. Sermaye ve emeğin, yüksek vergilerin bulunduğu ülkelerden daha düşük ülkelere kaymasının kolaylaşması, çok uluslu firmaların üretimlerini birden çok ülkede parça parça gerçekleştirmeleri, İnternet ve e-ticaretin gelişmesiyle birlikte sanal firmaların ortaya çıkması, bu firmaların yerinin kesinlik göstermemesi, firma ve müşterilerin farklı ülkelerde olması ve dolayısıyla farklı vergi düzenlemelerine tabii olması gibi faktörler vergileme sorununa yol açan nedenlerden sadece bazılarıdır.

E-ticarette, vergi idaresi ve denetimi konusunda iki potansiyel soruna dikkat çekilmektedir. Bunlardan birincisi, İnternet'in bilgiye erişimi kolaylaştıran ve böylelikle vergi denetimini zorlaştıran bir yapısı olduğudur. İkinci sorun ise, ticari

işlemleri gerçekleştirenin gerçek kimliğinin ve yerinin saptanmasındaki güçlüklerdir (E-Ticaret Raporu, 1999).

Harcamalar üzerinden alınan vergilerle ilgili üç ana eğilimden söz edilmektedir. İlk görüşe göre, İnternet'te yapılan alışverişler vergi dışı tutulmalıdır. İkinci görüş, mevcut vergilerin İnternet üzerinden yapılan alışverişlere de uygulanmasını ancak yeni vergiler konulmamasını önermektedir. Son görüş, özellikle bilgisayar ağları üzerinden satışı yapılan sayısal ürünlerin vergilendirilmesiyle ilgilidir. "Bit vergisi" olarak adlandırılan bu vergi içerikten bağımsız olarak vergilendirme yaptığı için eleştirilmektedir (E-Ticaret Raporu, 1999).

OECD, bünyesinde yapılan araştırmalar sonucunda, etkin ve uygun bir İnternet vergilendirmesi için dikkate alınması gerekli ilkeleri aşağıdaki gibi sıralamıştır (Ekin, 1998).

- i. Sistem adil olmalıdır : Aynı durumdaki vergi ödeyenler benzer işlemleri yaptıklarında aynı şekilde vergilendirilmelidir.
- ii. Sistem basit olmalıdır : Vergi otoritelerinin yönetim masrafları ve itiraz masrafları düşük tutulmalıdır.
- iii. Kurallara açıklık getirmelidir : Bir işlemin vergi sonucu, önceden bilinmeli, vergi veren neyin vergilendirildiğini ve bu vergiyi nerede ödeyeceğini bilmelidir.
- iv. Sistem etkin olmalıdır: Vergi kayıpları asgariye indirilmelidir.
- v. Ekonomik sapmalardan kaçınılmalıdır : Firma kararları vergi yaklaşımlarından ziyade ticari amaçlarla verilmelidir.
- vi. Sistem yeterli ölçüde esnek ve dinamik olmalıdır : Vergi kararları teknolojik ve ticari gelişmeleri izlemelidir.

E-ticaretin bu potansiyelini gören devletler, İnternet işlemlerinin vergilendirilmesinde, vergi kaybına neden olmayacak fakat çifte vergilendirme veya haksız vergilendirmeye de yol açmayacak düzenlemeleri gerçekleştirmek için

alışmalarına devam etmektedirler. Burada belirtilmesi gereken önemli bir nokta, bu tür çalışmaların diğerk devletlerle birlikte yürütülmesi ve soruna uluslararası ortak bir çözümün bulunması gerektiğidir.

3.2.2.3 Elektronik demelerde Ortaya ıkan Sorunlar;

Gntmzde, nakit, kredi kartı ve satış noktasından fon transferi (EFT/POS) gibi geleneksel ödeme sistemleri tam kullanışlı değildir ve bu ödeme sistemleri, güvenlik veya sistemlerin yeteri kadar etkin olmaması nedeniyle yetersiz kalmaktadır. İnternet gibi tam güvenli olmayan ortamlarda, ödemelerin gvenliğive bugünkü ödeme sistemlerinin yüksek işlem maliyeti gibi problemleri çözmek için yeni ödeme sistemleri geliştirilmektedir. Geniş anlamda, elektronik ödeme sistemleriyle, bir ödeme işleminde yer alan alıcı, satıcı ve banka arasındaki fon transferinin elektronik cihazlar üzerinden yapılması kastedilirse de, aslında elektronik ödeme sistemleri, elektronik para, smart kart ve benzer araçlarla yapılan ödemelerdir. Dijital para, elektronik cüzdan, akıllı kart, elektronik para gibi kavramlar, elektronik ödeme sistemlerinin birer parçasıdır(ETTK Raporu,1999).

Elektronik deme sistemlerinin gelişmesi, e-ticareti de geliştirecektir. Çünkü, e-ticaretin hızlı gelişiminin karşısındaki en büyük engel olan, güvenli ödeme sorunu çözülmüş olacaktır.

3.2.2.4 Gizlilik Sorunu;

Tüketicilerin, İnternet üzerinden işlem yapabilmeleri için öncelikle, kişisel bilgilerin ve mahremiyetin korunması ve sistemin güvenli olması gerekmektedir. Kişisel bilgilere rahatlıkla ulaşılması ve gizli kalması gerekenlerin açığı çıkması, hem tüketicilerin zarara uğramasına hem de sisteme gvensizliğindogmasına neden olmaktadır. Bu nedenle, kişilerle ilgili bilgilerin, bilişim sistemlerine yerleştirilmesi ve işlenmesiyle ilgili esas ve usullerin düzenlenmesi, bunlara uymayanlar hakkında cezai yaptırımların getirilmesi, kişilik haklarının korunması ve yasal güvencelerin sağlanması zorunlu bulunmaktadır.

Internet'te birçok Web sitesi, sitelerinde bulunan formların çeşitli amaçlarla doldurulmasını istemektedir. Bazı sitelere kayıt olurken, alışveriş yaparken veya online hesap açtırırken, kullanıcılardan birçok kişisel bilgi istenmektedir. Tartışılan konu ise, alınan bu bilgilerin güvenliği ve hangi amaçlarla kullanılacağı ile ilgilidir.

Müşteriler, Web sitesi tarafından istenen bilgileri vermeden önce, Web sitesinin gizlilik politikasına, bilgilerin niçin istenildiğine, bilgilerin hangi amaçla kullanılacağına ve bu bilgilerin güvenliğinin nasıl sağlanacağına bakmalıdırlar. Eğer, şüpheleri varsa kişisel bilgilerini vermemelidirler (Spitzer, 2001).

Kişisel bilgilerin kötüye kullanılmasını önlemek için, bilginin toplanması, bilginin türü, bilginin paylaşılması, bilginin güvenliği gibi konularda standartlar oluşturulmalı ve bunlar yasal düzenlemelerle desteklenmelidir. Yapılan düzenlemelerin, hem elektronik bilgi altyapısını kullananların hem de hakkında bilgi toplanan kişilerin çıkarlarını koruyacak bir düzenleme olması gerekmektedir.

3.2.2.5 Teslimat ve Gümrüklerde Yaşanan Sorunlar;

E-ticaretin gelişmesinde ve ekonomiye etkisinde, iki önemli lojistik sorun vardır. Bunlar, ödeme ve dağıtımır. Koli paketlerinin ucuz, rahat ve zamanında teslimi konusunda, koli dağıtımı ve gümrük müsadese işlemleri ana engel olarak görülmektedir (ETTK Raporu, 1999). Bu sorunun temelinde, şu faktörler vardır: Uluslararası koli teslimatı, ulusal rekabetçi bir pazar içerisinde makul bir uzaklığa yapılan teslimata göre daha pahalı, daha yavaş ve daha az elverişlidir. Bu da hükümetlerin kırtasiyeciliğinden, vergilerin hantal toplanışından ve malların iadesindeki güçlüklerden kaynaklanmaktadır.

Gümrük müsadese işlemleri nedeniyle paket başına önemli maliyetler üstlenilmektedir. Birbirini izleyen uluslararası ticaret müzakereleri, gümrük vergilerinde önemli indirimler sağlanmaktadır fakat vergi toplamadaki idari prosedürün hala reforma ihtiyacı vardır. Bu sorunun aşılması için, mallar sipariş edildiğinde, satıcının tüm vergileri ve teslimat ücretlerini müşteriden topladığı ve bunları doğrudan ithalatçı ülkeye ödediği tek-duraklı alışveriş fikri öne sürülmektedir. Böyle bir sistem, sevkıyatın önceden karşı ülkeye beyanı ve bu ülke

tarafından onaylanması, gecikmeleri önleyebilir ve maliyetleri azaltabilir (A'dan Z'ye E-Ticaret Rehberi, 2000). Başka bir alternatif ise, belli kriterlere sahip ticari taşıyıcılara, belli değerin altındaki mallara uygulanan vergileri toplama izni vermek suretiyle, gümrük müsadese sürecinin bir bölümünü özelleştirmektir.

Ürünün fiziksel varlığının olmadığı ve ağ üzerinden doğrudan kullanıcıya ulaştığı durumda, ilgili vergilerin toplanması daha da sorunlu hale gelmektedir. Burada ürünün gümrük kontrolünden geçmemesi ve sorumluluk verilebilecek bir taşıyıcının mevcut olmaması gerçeği ile karşı karşıya kalmaktadır. Buna getirilecek çözümlerden biri, doğrudan teslim edilen sayısal ürünlerde söz konusu vergilerin kaldırılmasıdır. Bir başka çözüm ise, sorumluluk verilecek kuruluşların (finans kuruluşları, onay kurumları gibi) belirlenmesidir.

3.2.2.6 Tüketicilerin Korunması Sorunu

E-ticarete tüketicinin korunmasından söz ederken iki konu göz önünde bulundurulmalıdır. Birincisi; e-ticaret, iki farklı işlem kategorisini içerir. Bunlardan ilki, fiziki malların seçiminin, siparişinin ve hatta ödemenin Internet aracılığı ile yapılmasıdır. Bu tür ticarete, esas itibarıyla Internet, bir posta yoluyla sipariş vasıtası olarak kullanılmakta, ürün teslimi ise, postayla paket teslimi gibi geleneksel yollardan yapılmaktadır. Dolayısıyla, bu işleme ilişkin tüketici sorunları posta veya doğrudan satış yoluyla yapılan alışverişlerde karşılaşılan sorunların çözümüne benzer yollarla çözülebilmektedir. İkinci kategorideki işlemler ise, sayısal mallar denilen malların, yazılım, müzik ve film benzeri malların ticaretini kapsamaktadır. Bu malların seçimi, siparişi, bedelinin ödenmesi ve ürün teslimi tamamen sanal ortamda yapılmakta ve geleneksel yol ve yöntemler kullanılmamaktadır. Bu tür ticari işlemler yeni ve farklı sorunlar içermektedir.

Göz önünde bulundurulması gereken ikinci konu, e-ticaretin sınır tanımamasıdır. Aynı ülke içinde yapılan e-ticarete karşılaşılan tüketici sorunları, diğer yollarla yapılan ticarete karşılaşılan sorunlara benzer yöntemlerle çözülebilir. Fakat, tüketici ile satıcının farklı ülkelerde bulunduğu durumlarda tüketici sorunlarının çözümünde ciddi problemlerle karşılaşmaktadır.

Mevcut e-ticaret uygulamalarında, hileli ve aldatıcı davranışların oranı gittikçe artmaktadır. Tahminlere göre, e-ticaret işlem hacminin yüzde 10'u hileli davranış şeklinde gerçekleşmektedir. Bu da göstermektedir ki, tüketicilerin e-ticarette hayatları kolaylaştığı gibi, zarara uğrama riskleri de artmaktadır (Online Brokerage, 1999).

İnternet aracılığı ile ticaretin kendine has özellikleri ve sınır ötesi yapısı nedeniyle tüketicileri hileli ve aldatıcı davranışlara karşı korumak da o derece zorlaşmaktadır. Satıcının, tüketicinin bulunduğu ülke dışında bulunması halinde, tüketici satıcı hakkında gerekli bilgilere sahip olamamaktadır. Tüketici, satıcının ülkesindeki tüketiciyi koruma mevzuatını bilse bile, uluslararası telefon görüşmelerinin, dava açma ve takip etmenin maliyeti, dil problemleri ve başka nedenlerden dolayı hak arama konusunda engellerle karşılaşmaktadır.

Tüketicilerin karşılaştığı önemli problemlerden biri de, ürünü iade etmek istediklerinde, satıcının nerede olduğunun tespit edilememesidir. Fiziki mallarda bu sorunla fazla karşılaşılmamaktadır. Çünkü sipariş edilen mal, nakil vasıtaları ile fîş, fatura gibi belgelerle alıcıya ulaştığından, bu belgelerden satıcının kimliğini ve adresini tespit etmek kolaydır. Fakat, sayısal mallarda, ürün tüketiciye online ulaştığından, satıcıyı tespit etmek zorlaşmaktadır. Ayrılmış malın tazmininde, geleneksel ürün sorumluluğu sistemi yeterli olmayacaktır. Bazı ülkelerde, özellikle kredi kartıyla yapılan ödemelerde tüketicinin ayrılmış mala karşı korunması bakımından, bir geri ödeme (chargeback) sistemi benimsenmekte ve bu sistemin temel prensipleri OECD bünyesinde belirlenmeye çalışılmaktadır. Bu sistemin özelliği, ödeme kartı veren kuruluşların belirli koşulların varlığı halinde, ayrılmış maldan dolayı tüketicilerin ödediği parayı geri ödemeyi kabul etmesi şeklinde özetlenebilir.

3.2.2.7 Yargısal Sorunlar

E-ticaret, uluslararası ticaret için işletmelere ve ülkelere yeni fırsatlar sunmuştur. Fakat aynı zamanda, ticari işlemlerle ilgili anlaşmazlıklarda, kanunların uygulanmasında yeni sorunlar ortaya çıkmıştır. Yapılan araştırmalar, sınır-ötesi

alışverişlerde müşteri şikayetlerinin arttığını göstermektedir. Bu sorunların çözümü, satıcının yerinin tespiti, hangi tarafın kanunlarının uygulanacağı, dil ve maliyet gibi nedenlerle uzun zaman almaktadır (De Zwart, 1998). Bazı işlemlerde sözleşme yapılmamakta, bazı sözleşmelerde ise, yanıtlımlar veya eksiklikler olabilmektedir.

E-ticarette ortaya çıkan sorunlarda, hangi ülke kanunun uygulanacağı büyük sorun oluşturmaktadır. Bazı görüşlere göre, satıcı ülkenin ticaret hukuku uygulanmalıdır. Bazı görüşler ise, alıcı ülkelerdeki hukuk kurallarının geçerliliğini savunmaktadır. Bir hukuki uyumsuzlukta, uluslararası sözleşme veya kurallar olmadığı sürece, taraflar, kendilerinin hazırladığı sözleşmede bu belirsizliklere çözüm üretmekte serbestirler (Ekin, 1998). Ancak karmaşıklığa ve birden fazla uygulamaya meydan vermemek için uluslar arası ticaret için standartlar geliştirilmelidir.

3.2.2.8 Entelektüel Sermayenin Korunması

İnternet üzerinden yapılan ticaret, aynı zamanda, entelektüel sermayenin lisansını ve satışını da içermektedir. Bu ticareti geliştirmek için, satıcılar, entelektüel sermayelerinin çalınmayacağından emin olmalıdırlar. Alıcılar ise, ürünlerin orijinal olduğundan şüphe etmemelidirler. Telif hakkı, patent ve ticari markaların çalınmasını veya kopyalanmasını önlemek için, uluslararası sözleşmeler düzenlenmiştir. Şifreleme yöntemleri gibi teknolojik gelişmeler, korsanlığı ve hileciliği önlemeye yardım etse bile, entelektüel sermayenin korunması veya bununla ilgili bir sorun çıktığı zaman çözülebilmesi için, etkili bir yasal altyapının oluşturulması zorunludur (A Framework for Global Electronic Commerce, 1997).

Entelektüel sermaye hakları, fikri ve kültürel faaliyetlerin geliştirilmesinde ve ticaretinde, önemli bir yere sahiptir. Teknolojik gelişmeler, bilgilere ulaşılmasını ve bunların kopyalanmasını kolaylaştırmıştır. Yine aynı zamanda, yeni teknolojiler, bunlara karşı önlem almayı da kolaylaştırmaktadır. Bazı olaylarda, özel sektör, yeni multimedya mal ve hizmetlerde, entelektüel sermaye haklarının korunması için ortak standartların uygulanması konusunda ilerleme sağlamıştır. Uluslar arası kuruluşlar yanında, hükümetler de, ortak standartların belirlenmesi konusunda çalışmalarını

sürdürmektedir. E-ticaretin gelişmesi için, ülkelerin bu sözleşmeleri acilen ulusal yasalarında uygulamaya başlamaları gerekmektedir (Dismantling the Barriers to Global Electronic Commerce, 2000).

Telif Hakları, Bilindiği gibi, Internet; film, müzik ve kitap gibi bilgi ve eğlence ürünleri için düşük maliyetli bir dağıtım kanalıdır. Video, CD veya kitap gibi bazı ürünlerin fiziksel dağıtım yerine Internet'ten indirilmesi (download edilmesi) daha kolay ve ucuzdur. Bu gibi nedenlerle izin ve telif hakkı alınmayan ürünlerin Internet üzerinden satışı hızla yayılmaktadır (Dismantling the Barriers to Global Electronic Commerce, 2000).

Bunu önlemek için ulusal ve uluslararası alanda çalışmalar sürdürülmektedir. Çoğu ülke, bu amaca yönelik kanunlar çıkarmıştır. Ancak, söz konusu yasalar, sorunun çözümünde yeterli kadar etkili olamamaktadır.

Bu nedenle, telif haklarının korunması günümüzde giderek önem kazanmaktadır. Özellikle bu alanda “Edebiyat ve Sanatsal Çalışmaları Koruyan” Bern Sözleşmesi (Bern Convention for the Protection of Literary and Artistic Works) dikkat çekmektedir. Bu sözleşme çerçevesinde, her ülke, telif haklarının korunmasını güvence altına alacağını ifade etmektedir. Aralık 1996 yılında, WIPO, Bern sözleşmesini geliştirerek koruyucu yeni düzenlemeler getirmiştir. Organizasyon, dijital iletişimin sağladığı ticari olanakların, telif haklarına zarar vermemesi için ilkeler geliştirmektedir.

Patent ve Ticari Marka Hakları; Patent haklarının korunması, teknoloji, bilgisayar, donanım ve yazılım ile iletişim araçlarındaki gelişmelerin sürdürülmesi açısından son derece önemlidir. Internet'teki ticari gelişmelerle ortaya çıkan patent alınabilir yeniliklerin teşvik edilmesi ve korunması e-ticaretin geleceği açısından son derece önemlidir. Bu hedeflere uygunluk açısından, “Amerikan Patent ve Tescil Bürosu” (US Patent and Trade Mark Office-PTO) özel sektörle patent haklarının korunması için işbirliğini geliştirmeye dönük çalışmalarını sürdürmektedir. Büro, aynı zamanda, patent hakları ile ilgili eğitim yanında konuyla ilgili yayınlar da yapmaktadır. Büro, patent hakları konusunda şu ilkeleri benimsemektedir:

E-ticarete ilişkin güvenli bir çerçeve yaratmak amacıyla, patent sözleşmelerinin geliştirilmesi,

Patent sahibinin izni olmadan hükümetlerin müdahalelerden kaçınması,

Ülkelerin patent haklarını korumaları konusunda etkin ve adil koruma mekanizmaları geliştirmeleri yönünde teşvik edilmesi,

Patent hakkının korunması için uygun uluslararası standartların geliştirilmesi.

Diğer taraftan, ticari marka hakları, farklı ülkelerde taraflarca sahip olunan benzer mal ve hizmetler için benzer ticari markaların kullanılması nedeniyle, ciddi sorunlar çıkmaktadır. Ülkeler, bu konuda farklı standartlar uygulamaktadırlar. Anlaşmazlıklar, özellikle İnternet'te benzer veya aynı ismin tescil edilmesi durumlarında ortaya çıkmaktadır. Bilindiği gibi, İnternet'te bir ticari marka, tanınma fonksiyonunu yerine getirmektedir. Genelde adres gibi tanımlanmalar, entelektüel sermayeyi korumamaktadır. Buna karşılık, bu isimlerin korunması çok önemlidir ve mahkemeler, bu konuya özel bir önem vermektedirler. Bugüne kadar, ticari isim hakları ile ticari mülkiyet hakları arasındaki uyumsuzluklar, müzakereler ve mahkemeler yoluyla çözümlenmiştir. Kuşkusuz, sözleşme temeline dayalı olarak isim hakkı kullanımı ile ticari marka kullanımı arasında potansiyel uyumsuzlukları çözecek kendi kendine işleyen bir mekanizma oluşturabilir. Böylece mahkemelere gitmeye gerek kalmaz. Aslında böyle bir durum, İnternet'te daha istikrarlı bir iş hayatı çevresi yaratabilir (Ekin, 1998).

3.2.2.9 Yasadışı Yayınlar

İnternet'te, yasa dışı ya da zararlı içeriğe sahip yayınların bulunması da bir sorun teşkil etmektedir. Bu konuda konuşma özgürlüğü ile güvenliğin korunması, insan ahlakı ile benzeri değerler arasında bir çelişki gözlenmektedir. Bazı bilgilerin İnternet'te yer alınması konusunda, görüş sahibi olan kişiler olduğu gibi, "İnternet üzerinden bilgi akışı serbest olmalı ve katı denetime tabi tutulmamalıdır" diyen kişiler de mevcuttur (Ekin, 1998). Geleneksel araçlara göre, İnternet, kullanıcılara kendilerini veya çocuklarını istemedikleri bilgilerden daha fazla korumalarına

olarak vermektedir. Aileler, çocuklarının bazı bilgilere ulaşmasını veya onaylanmayan Web sitelerine girişlerini engelleyebilir. Bu amaçla, filtreleme teknolojileri günümüzde kullanılmaktadır. İçerik düzenlemeleri, radyo ve televizyonlarda da vardır. Fakat aynı düzenlemelerin İnternet için de getirilmesi, İnternet'in büyümesini ve yaygınlaşmasını engelleyecektir. Onun için, bu konuda fazla katı düzenlemeler yapılmamalı, endüstrinin kendi kendini düzenlemesi, rekabetçi sistemin adaptasyonu ve kullanımı kolay çözümlerin (filtreleme teknolojileri ve yaş doğrulama sistemleri gibi) kullanılması desteklenmeli ve teşvik edilmelidir (A Framework for Global Electronic Commerce, 1997).

3.2.2.10 Elektronik Ticaret İçin Tek Ticaret Kodu Oluşturulması

Genellikle, taraflar, üzerinde anlaşmaya vardıkları şartlarda, İnternet üzerinden birbirleriyle iş yapabilmektedirler. Fakat ulusal ve uluslar arası ticari işlemlerde bir standardizasyon sağlayabilmek için, ülkelerin ve işletmelerin üzerinde anlaşmaya vardığı ortak bir yapı oluşturulmalıdır.

Uluslararası alanda, UNCITRAL, e-ticarette, ortak uluslararası sözleşmelerin ticari kullanımını destekleyen kanun tasarısı çalışmalarından yukarıda bahsedilmektedir. Bu kanun tasarısı; elektronik ortamda sözleşmelerin tanınlanması ve onaylanması, elektronik sözleşmelerin biçimlerinin belirlenmesi, geçerli elektronik yazışmaların ve orijinal dokümanların özelliklerinin belirlenmesi, elektronik imzanın şekil ve kabul şartlarını ve mahkemelerde veya sorun çözüm süreçlerinde bilgisayar kanıtlarının kabul edilmesi gibi konulara açıklık getirmektedir (A Framework for Global Electronic Commerce, 1997). Uluslararası e-ticaretin kurallarını oluştururken; taraflar, kendi aralarındaki ticari işlemlerin şartlarını belirlemede serbest olmalı, kurallar, teknolojik gelişmelere uyumlu ve esnek olmalıdır.

3.2.2.11 Altyapı Sorunları

E-ticaretin temelinin iletişim alt yapılarına ve bilgi teknolojilerine dayandığı önceki bölümlerde bahsedilmişti. Gelişmekte olan ülkelerde, iletişim

maliyetleri yüksek, teknolojik donanım yetersiz ve sağlanan hizmetler elverişsiz ve güvenilir olmaktadır. Bu nedenle, bilgi akışının sağlıklı yapılabilmesi için, telefon hatlarının yanında, fiber optik kablolar, uydular veya kablolu TV gibi yeni sistemlerin kullanımı yaygınlaştırılmalıdır. Fakat altyapı sorunlarının aşılmasında karşımıza çıkan en önemli sorun, maliyettir.

İletişim maliyetlerinin yüksek olması da e-ticarette karşılaşılan sorunlardan birisidir. İnternet'e bağlanma ücretleri; altyapının yetersizliği, işletme maliyeti ve yatırım maliyeti dikkate alınarak belirlenmelidir. Çok ucuz ve farklılaştırılmamış fiyatlandırmalar, gereksiz kullanımlara neden olabilir. Bu nedenle, belli saatlerde daha yüksek ücretler saplanarak sıklıkla önlenebilir. Piyasada rekabet olup olmaması da fiyatlamayı etkilemektedir. Özellikle, altyapı rekabetinin olmadığı ülkelerde, ortalama olarak altyapının olduğu ülkelere göre maliyetler ikiye katlanmakta ve kullanıcı sayısı yüzde 20 gerilemektedir (Ekin, 1998).

Türkiye, ulusal yenilik sistemi uygulamasıyla bu teknolojik ve ekonomik dönüşümünü gerçekleştirmek zorundadır. E-ticaret konusunda alınacak önlemler de bu çerçevede düşünülmelidir. Teknolojik altyapının oluşturulması, kamu ve özel kesimde kurumaşma ve gerekli yasal düzenlemelerin yapılması, işgücünün niteliğinin ve becerilerinin çok yönlü olarak yükseltilmesi ve bu üçlünün birbirleriyle uyumlu ve iç içe gelişiminin sağlanması, atılacak adımların temelini oluşturacaktır (Kepenek, 2000).

Teknolojik gelişmelerin desteklediği ve yönlendirdiği ticari faaliyetler, e-ticaretin gelişmesine olanak tanımıştır. Teknolojik gelişmelerle birlikte, telekomünikasyon sistemlerinin kullanımındaki artış, e-ticaretin gelişmesini sağlayan bir diğer etkidir. Maliyetinin düşük olması, tüm işletmelere e-ticarete katılmalarına olanak tanımaktadır (Keser, 2000).

İnternet üzerinden yapılan ticaretin uzun dönemli başarısı için, elektronik ödemeler, güvenlik, telif hakkı, iletişim teknolojileri gibi konularda teknik standartların belirlenmesi gerekmektedir. Bu standartlar, rekabeti teşvik etmeli ve küresel pazarda belirsizliği azaltmalıdır. Özellikle bunlar, uluslar arası standartlarla uyum içinde olmalıdır.

3.3 ELEKTRONİK TİCARET KONUSUNDA ÇALIŞMAKTA OLAN BÖLGESEL VE ULUSLAR ARASI KURULUŞLAR

E-ticaret konusunda son yıllarda yaşanan gelişmelere paralel olarak birçok ülke ve uluslararası kuruluş e-ticaret ve onunla bağlantılı konuları gündemine almış ve bu yöndeki çalışmalarına hız vererek e-ticaret yoluyla ticarete etkinlik ve rekabet üstünlüğü sağlamayı amaçlamaktadır.

Dünya Ticaret Örgütü (WTO), Avrupa Birliği (AB), İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) ile Birleşmiş Milletler (UN) bünyesinde ve çeşitli ülkelerde ticarete etkinliğin sağlanması amacıyla çalışmalar yürütülmektedir. Bu kuruluşlar ve gerçekleştirilen çalışmalardan bazıları aşağıda verilmiştir.

3.3.1 Avrupa Birliği

AB, e-ticaret konusunda en yoğun çalışmaları yapan kuruluşların başında gelmektedir. AB Komisyonu'nun 1997'de hazırladığı raporunda, birliğin temel hedefinin e-ticaretin Avrupa'da hızla gelişmesini sağlamak olduğu belirtilmiş ve e-ticaretle ilgili çalışmalarda birbirini tamamlayıcı iki hedef belirtilmiştir. Bunlar, e-ticarete güveni oluşturmak ve tek pazara tam olarak girilmesini sağlamaktır (A European Initiative in Electronic Commerce, 1997).

E-ticaretin gelişebilmesi için kullanıcıların ve iş çevrelerinin elektronik ortamda yaptıkları işlemlerin değiştirilmeyeceğine, engellenmeyeceğine emin olmaları gerekmektedir. AB Komisyonunda, e-ticarete güveni ve güvenilirliği sağlayacak teknolojilerin ticari olarak birlik bünyesinde mevcut ve kullanılmakta olduğu belirtilmektedir. Bunların kullanımını ve işleyişini (özellikle karşılıklı işleyiş ve ülkelerin ortak kabulü konusunda) düzenleyici ve destekleyici yasal ve kurumsal düzenlemeler tamamlanmıştır (A European Initiative in Electronic Commerce, 1997).

Komisyon, şifreleme teknolojileri ve ürünlerinin, kamu güvenliği gereklerini de göz önünde tutarak, serbest dolaşımını garanti altına almayı

hedefleyen politikalar geliştirmeye çalışmaktadır. Bu konuda OECD'nin hazırladığı Şifreleme İlkeleri, uluslararası uzlaşmaya yönelik önemli bir adım olarak değerlendirilmektedir. Komisyon, sayısal imzamanın Tek Pazar'da yasal kabulü konusunda bir ereve oluşturmuştur. Sertifikasyon otoriteleri için asgari ölçütleri oluşturma çalışmaları da bu kapsamda ele alınmuştır (A European Initiative in Electronic Commerce, 1997).

AB, e-ticarette tek pazara tam olarak girilmesini sağlamayı ikinci hedefi olarak koymuştur. E-ticarette üye ülkelerin değişik özümmler ve uygulamalar geliştirmeleri etkin olmayan bir yol olarak görülmekte ve Tek Pazarın bütünlüğünü bozacak bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Üye ülkelerin farklı uygulamalar yapmasını engellemek amacıyla "Transparency Mechanism Directive" hazırlanmuştır (Directive, 21, EC, 2002).

Birlik bünyesinde, uygulamalarda aksaklık ve farklılaşmalara meydan vermemek için, tüm Avrupa'da uygulanabilecek uygun ve kabul edilebilir yasal bir ereve hazırlanmuştır. Bu çerçevede bilginin korunması, veri tabanlarının yasal korunması ve uzaktan yapılan sözleşmelerle ilgili direktiflerde e-ticaretin gereksinimleri de dikkate alınmaktadır.

AB bünyesinde E-ticareti düzenleyen yasal çerçevenin ana çizgileri şu şekilde belirlenmiştir (A European Initiative in Electronic Commerce, 1997):

- i. *Aşırı düzenleme yapılmamalıdır,*
- ii. *Tek Pazar özürlüklerine dayanmalıdır,*
- iii. *İş hayatının gereeklerini dikkate alınmalıdır,*
- iv. *Genel çıkar hedeflerini etkin ve verimli bir biçimde karşlamalıdır.*

Ayrıca e-ticaretin gelişebilmesi için vergi sistemlerinde açık, tarafsız ve önceden bilinen bir ortam oluşturma ve yasal kesinliği sağlamak önemli olmakla birlikte, vergilendirme konusunda yapılacak düzenlemelerin, ek yükler getirmemesi gerektiği belirtilmektedir (A European Initiative in Electronic Commerce, 1997).

Komisyon, e-ticaretin küresel düzeyde gelişimi için, Tek Pazar'da e-ticaretin çeşitli bölümleri için yapılacak düzenlemelerin (şifreleme, sayısal imza, bilgi güvenliği ve gizliliği, sözleşme yasası, yeni elektronik ödeme araçları gibi) uluslararası iş birliğini içeren düzenleyici bir çerçeve içinde oluşturulması gerektiğini düşünmektedir (A European Initiative in Electronic Commerce, 1997).

AB bünyesinde yürütülen bir diğer proje ise ECLIP (Electronic Commerce Legal Issues Platform) projesidir. Bu proje AB Komisyonunun başlattığı ve finanse ettiği ESPRIT programı kapsamında yer almaktadır. Projenin amacı, ESPRIT içinde yürütülen bilgi ve haberleşme teknolojileri pilot projelerine yasal konularda danışmanlık hizmeti vermektir. Bazı üniversite ve danışmanlık firmalarının oluşturduğu bir konsorsiyum tarafından 2000 yılında tananlanmıştır. Bu çalışmanın konuları; fikri mülkiyet hakları, vergilendirme, sorumluluk, kullanıcıların korunması, sözleşme yasası, uluslar arası özel hukuk ve elektronik ödemelerdir. ECLIP, e-ticaretin yasal boyutunda ülkelerin incelemesi ve uyumlulaştırması gereken yasalar şu şekilde belirlenmiştir; Sözleşme Yasası, Tüketiciyi Koruma Yasası, Ticari Marka Yasası, Telif Hakkı Yasası ve Vergi Yasası (A European Initiative in Electronic Commerce, 1997).

3.3.2 OECD

Üye ülkeler üzerinde herhangi yasal bir yaptırım gücü ve finans sağlama olanakları olmamakla birlikte, güncel konularda küresel politikalar geliştirmesi ve iş birliğini sağlaması yükümlülüğü dolayısıyla OECD, e-ticaretin geliştirilmesi ve üye ülkelerde ortak platformların kurulması açısından, önemli bir kuruluştur. OECD “Küresel Bilgi Altyapısı- Küresel Bilgi Toplumu” konusunda üye ülkeleri yönlendirecek öneriler hazırlamıştır. E-ticaretin en önemli sorunlarından biri olan güvenlik sorununun çözümünde önemli bir doküman olan “Şifreleme Politikası” dokümanı 1997 yılında hazırlanmış ve tüm üye ülkelerce kabul edilmiştir. Yine

tüketicilerin korunması konusunda da 1997 yılında “Guidelines on Consumer Redress: Chargebacks” adlı doküman hazırlanmıştır (Ecommerce, OECD, 1998).

OECD, Turku-Finlandiya’da 19-21 Kasım 1997 tarihinde “Küresel E-ticarete Engellerin Kaldırılması” ve 7-9 Ekim 1998’de Ottawa-Kanada’da “Küresel E-ticaret Potansiyelinin Farkına Varan Sınırsız Bir Dünya” Konferanslarını gerçekleştirmiştir. Turku Konferansında e-ticaretin gelişimine engel olan ve öncelikle üzerinde çalışılması gereken konular olarak şunlar belirlenmiştir(OECD,1998);

- i. Bilgi altyapısına herkesin erişimini sağlamak,
- ii. Kullanıcıların bilgi sistemlerine güvenliğini sağlamak,
- iii. Yeni elektronik ortamda mevzuat ve düzenlemelerden kaynaklanan belirsizlikleri sınırlamak,
- iv. Ödeme ve dağıtım ile ilgili lojistik problemlerini çözmek.

3.3.3 Birleşmiş Milletler Bünyesinde Sürdürülen Çalışmalar

E-ticaretten, uluslar arası alanda etkin olarak yararlanabilmek için BM bünyesindeki kuruluşlarca birçok çalışma yapılmış ve yapılmaktadır. BM Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD), BM Uluslar arası Ticaret Hukuku Komisyonu (UNCITRAL), BM Avrupa Ekonomik Komisyonu (UNECE), Uluslar arası Ticaret Merkezi (TTC), WTO ve Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) e-ticarete etki eden çalışmalar hakkında genel bilgiler verilmektedir.

3.3.3.1 Ticaret Noktaları

E-ticaret konusunda BM bünyesinde de bazı çalışmalar yapılmış ve halen devam etmektedir. Bunlardan Ticarete Etkinlik Girişimi (TEG)’nin de en önemli adımlarından olan ‘TN Programı’nın ortaya çıkışı 1990’lı yıllara dayanmaktadır.

TN programı ilk olarak 1992 yılında UNCTAD tarafından ana amaç olarak başlatılmıştır. Bu tarihten itibaren BM tarafından desteklenen 192 adet ticaret

noktası oluşturulmaya başlamıştır. TN programı, TEG'nin araçlarından biri olarak uluslar arası ticarete karşılaştırılabilecek sorunlara çözüm bulabilmek için geliştirilmiştir.

3.3.3.1.1 Programın Tanımı ve Gelişimi

TN tanımlanmasında tam fonksiyonel bir tanımlı yapılabileceği gibi fonksiyonlarını dikkate alarak da bir tanımlama yapmak olasıdır. TN'nın kurucuları arasında dış ticaret sürecinde yer alan tüm kurum ve kuruluşlar ile niversiteler, bilgi ve iletişim teknolojileri firmaları yer alabilmektedirler. Her ülkenin koşullarına göre farklılıklar göstermesine karşın UNCTAD tarafından önerilen katılımcılar (UNCTAD, 1996): ticareti geliştirme kuruluşları, gümrükler, kamu kurumları, ticaret ve sanayi odaları, bankalar, telekomünikasyon firmaları, taşımacılık firmaları, sigorta acenteleri, gümrük komisyoncuları, yazılım ve donanım hizmetleri sağlayan firmalar, niversiteler ve benzeri araştırma kurumlarıdır.

TN'nın tam fonksiyonel bir tanımını yapmak gerekirse (Civelek, 2003):

“Ticaret noktası tüm ticari işlemlerin başından sonuna kadar Internet ortamında yapılmasını sağlayan, ticaretle ilgili tüm öğelerin verimli şekilde bir araya getirildiği, ticari işlemlerde rol alan tüm kurum ve kuruluşların ortak bir platformda belgeli ve belgesiz olarak iletişimde bulunmalarını sağlayan sanal ticaret merkezidir. Ticaret noktası ticaret yapan kişi veya kurumların kağıt belge kullanmadan, fiziksel dosya açmadan, yapacakları ticari işlemlerin pazarlamadan operasyonel işlemlere kadar tüm aşamaların tek bir referans altında yrtldiği, sorgulandığı, otomatik olarak muhasebeleştiği ve vergilendiği bir sanal ortam sayesinde fiziksel büroya olan bağımlılıklarını azaltarak, kurtasiye ve eleman maliyetlerini dşrtp bürokrasiyi azaltan, işlem hızlarını artıran akıllı elektronik belgeler kullanan Web tabanlı bir sistemdir” şeklinde yapılabılır.

TN'nın fonksiyonlarını dikkate alarak yapılacak tanımlama ise aşağıdaki şekildedir (Ersoy, 1999):

Ticaret Noktası;

i. Ticarete yardımcı olma ve ticareti kolaylaştırma merkezidir.

Ticaret noktası, dış ticaret işlemlerine dahil olan gümrükler, dış ticaret kurumları, odalar, nakliyeciler firmalar, sigorta firmaları vb. kesimlerin-fiziki veya sanal-tek bir çatı altında bir araya geldiği bir ticaret merkezi olarak tanımlanabilir.

ii. Bilgi kaynağıdır.

Mevcut ve potansiyel ihracatçı/ithalatçılara iş ve pazar olanakları, potansiyel müşteriler ve satıcılar; diğer ülkelerin ticari mevzuatı hakkında bilgi sağlama görevi vardır.

iii. Küresel TN bilgi ağı olan (GTP NET)'e erişim noktasıdır.

İşletmelere, GTP NET ve diğer ülke TN'nin sunduğu bilgiler kullanılarak, ticaret ortaklarına, alım, satım, yatırım, ortaklık teklifi vb. konularda e-ticaret fırsatlarına ulaşma olanağı sağlamaktır.

TN, tanımı ve fonksiyonları gereği, dış ticaret işlemlerinde yürütücü ve hizmet verici olarak yer alan kurum ve kuruluşlar arasında sağlanan işbirliğinin kurumsallaştırıldığı bir işletme modeli olmaktadır. İşletmelere ticari bilginin dağıtım/buluşturulması yoluyla dış pazarlara açılma olanakları sunan; her türlü kağıt belge yerine bilgi ve iletişim teknolojilerince sunulan yöntemlerin kullanımını teşvik ederek kamu idaresi ve iş dünyasında verimliliği ve etkinliği sağlamayı ve son planda da işletmeler ve ülkeler arasında e-ticaretin gelişmesini amaçlayan bir çalışma olarak değerlendirilmektedir.

Ticarette Etkinlik Girişimi kapsamında yürütülen diğer çalışmalar da göz önünde tutulduğunda TN programının amaçları şunlardır (Civelek, 2003):

- i. Gelişmekte olan ülkelerin ve KOBİ'lerin uluslararası ticarete katılım düzeylerini yükseltmek
- ii. Ticaretle ilgili sorunlara çözüm bulmada modern bilgi teknolojilerini kullanma konusunda uluslararası bilinci artırmak ve
- iii. Uluslararası ticareti engelleyici aşırı düzenleme ve bürokrasiden kaynaklanan ticari işlem maliyetlerini azaltmak.

TN'nun son aşaması ise 1996'da UNCTAD IX. konferansı ile GTP Net'te, ticari işlem öncesi aşamalardan, karşılıklı ödeme ve sözleşme yapılabilir bir döneme gelmiştir. Bu çalışmalara ilave olarak 1997 yılında, BM bilgi teknolojisi ve e-ticaret konferansı yapılmıştır. Bu konferansta, küçük ve orta ölçekli işletmelerin güvenli e-ticaret yapabilmelerini sağlayacak güvenli e-ticaret fırsatları (ETO) sistemini kurmak için neler yapılabileceği tartışılmıştır. UNTPDC sunucuları ile kurulan güvenli İnternet bağlantısı ile güvenli ETO sistemi ve SETO kurulmuştur (E-Ticaret Raporu, 1999).

3.3.3.1.2 Ticaret Noktalarının İşleyiş İlkeleri

UNCTAD tarafından, TN'nun uyması gereken ve kurulu statüsünde yer alması gereken bazı özellikler belirlenmiştir. Bunlar (UNCTAD, 1998):

- i. TN kar amacı gütmeyecek ve elde edilen gelir, hizmetlerin geliştirilmesi için yeniden yatırıma yönlendirilecektir.
- ii. TN faaliyetlerini, bilginin gizliliği ve özel bilgilerin maddi çıkarlar uğruna kullanılmaması gibi önemli işleyiş ilke ve standartlarına bağlı olarak yürütecektir.
- iii. TN, kendi kullanıcıları veya diğer TN'na sağlayacağı bilgilerin doğru ve eksiksiz olmasına yönelik gayreti gösterecektir.
- iv. TN, tüm kullanıcılara ve hizmet sunmada birlikte çalışacağı kesimlere eşit muamele edecektir.
- v. TN, faaliyet konusunun uluslararası kullanıma ve işbirliğine açık olması nedeniyle evrensellik ilkesine bağlı kalacaktır.
- vi. TN, geliştirdiği çözüm ve sistemlerin benzer sistemlerle karşılıklı bağlanabilme ve ortak çalışabilme niteliğine uygunluğunu gözetecektir.
- vii. TN, vereceği hizmetlerin optimum kalite/fiyata sahip olması için, ihtiyacı olan hizmet ve malzemenin temininde ilgili kesimler

arasında, dışlayıcı olmama ilkesini de göz önünde tutarak, seçim yapma özgürlüğüne daima sahip olacaktır.

viii. TN, diğer TN ile veri iletişimi ve değişimini mümkün kılacak en etkin yapıyı geliştirecektir.

3.3.3.1.3 Ticaret Noktalarının Etkinliği

Sadece kurumlara yönelik olarak kurulan ve Internet üzerinden endüstriyel pazarları(B2B) ön planda tutacak şekilde planlanan TN'nun etkin olmayacağı belirtilmektedir. TN'nun etkinliğini artırmak için bireysel ve karma hizmetlerin de eklenmesi gerekmektedir (Civelek, 2003).

TN'nun Internet üzerinden sadece alıcı ve satıcı arasında iletişim kurulmasına yardımcı olması yeterli olmamaktadır. İş süreçlerinin tümünün Internet'e uyumlu hale getirilmesi ile birlikte maliyetlerin düşmesi ve ürün kalitesinin artmasının sağlanması gerekmektedir (Civelek, 2003).

TN, ticari taraflara etkin iletişim olanağı sağlayan ve aynı zamanda elektronik noter fonksiyonunu yüklenmekle, taraflar üzerinde hukuki bağlayıcılığı olan elektronik belgelerin kullanılabilmesine olanak tanımaktadır.

Elektronik belgelerin kağıt belgelerin yerini alması ile birlikte operasyon maliyetleri en aza inecektir. Bu da firmaların pazarlama ve araştırma-geliştirme faaliyetlerine daha fazla kaynak ayrılması , sonucunda da daha kaliteli ürünlerin ortaya çıkması ve ticaretin kolaylaşmasıyla da tüm dünya genelinde ticaret hacminin ve refahın artması anlamına gelmektedir. Ticaret noktası kavramının arkasındaki temel felsefede budur.

Akıllı belgelerin Ticaret noktası sistemi üzerinden kullanılmaya başlanması ile birlikte, üretimin elektronik ortamda izlenmesi, iş anlaşmalarının elektronik ortamda yapılması, elektronik ortamda stok ve nakliyat kontrolü ve vergilendirme sağlanabilecektir.

Ticaret noktasının sağladığı avantajlar (Civelek, 2003):

- i. İç ve dış iş süreçlerinin entegrasyonu,

- ii. Tüm kurum ve kuruluşlar arasında tek belge ve tek referans sisteminin kullanılması ,
- iii. Bir ticari işlemin tüm taraflarının tek çatı altında toplanması.

3.3.3.1.4 Ticaret Noktalarının Sunmakta Olduğu Hizmetler

TN'nun sunmakta olduğu veya sunması planlanan hizmetler: ticari bilgi (pazar bilgileri, dış ticaret mevzuatı, firma profilleri, vb.), pazar araştırmaları, ETO ile bağlantılı hizmetleri de kapsayan ticari eşleme, firma ve ürün bilgilerinin izlenmesi, Web sayfası hazırlama ve hosting, tercüme, iş mektupları ve sözleşmeler hazırlanması, iş toplantıları ve gezi organizasyonları, gümrük işlemleri, ticari belge/sertifika tanzimi, finans ve sigorta, haberleşme, elektronik kimlik belgesi tanzimi ve Onay Kurumunu (CA), müşterileri için seminer, workshop ve eğitim programları, iş toplantıları ve ofis hizmetleri için teknik ve fiziki altyapı olanakları gibi hizmetler sayılabilir (UNCTAD, 1998)

3.3.3.1.5 Ticaret Noktalarının Genel Değerlendirmesi

TN konusunda anlatılanların ışığında; dış ticaret işlemlerinde önemli zaman ve maliyet tasarrufu olacağı sunduğu bir çok kesim tarafından kabul edilmektedir. Bu anlayışla dünyanın tüm kesimlerinin ortak prosedür ve uygulamalarla birleşebileceği, ticarete etkinliği sağlayacak ulusal/bölgesel altyapıların, özel sektör ve kamu kesimini iş birliği ile oluşturulması ve ticaretle ilgili her türlü bilginin ilgili herkesin ve her kurumun ulaşabileceği hale getirilmesi TN yaklaşımının temel unsurları olarak karşımıza çıkmaktadır.

TN programı'nın ulusal ve uluslararası dış ticaret pratiklerine yaklaşımında getirdiği iki önemli katkı vardır. Birincisi, dış ticaret işlemlerinde yer alan tüm uygulayıcı/hizmet sunucu kesimlerin fiziki veya sanal tek bir çatı altında toplanarak; dış ticaret firmalarına, entegre, basit ve hızlı işlem yapma fırsatını sunmaktadır. İkincisi ise, uluslararası standartlara uygun sistemlerin kurularak ve tüm ülkelerin

eşit erişimi ilkesi gözetilerek, ticaretle ilgili her türlü bilginin, yerli ve yabancı firmaların kullanımına sunulmasıdır (Ersoy,1999).

Kamu ve özel sektörün kaynaklarının ve tecrübelerinin birleştirilmesi ile TN'nun uluslar arası ticaretle ve e-ticaret uygulamalarında önemli bir tecrübe kazanma olanağı vermesi TN programının yararlarından birisidir. Ayrıca TN programı, uluslar arası ticaretle yer edinmek isteyen işletmelere ve özellikle de KOBİ'lere, önemli fırsatlar sunmaktadır. TN'nın önemli bir eksiği ise bu tür çalışmalar yürüten diğer uluslar arası ve özel sektör girişimleri ile işbirliğinin yeterli düzeyde olmamasıdır (Civelek, 2003).

3.3.3.2 Birleşmiş Milletler Uluslar arası Ticaret Hukuku Komisyonu

E-ticaretin çeşitli boyutları üzerinde çalışarak ulusal düzenlemelere yol gösteren uluslararası kuruluşlardan biri de UNCITRAL'dir. 1993 yılında başlatılan e-ticaret için, "UNCITRAL E-ticaret Model Yasası", hazırlanması çalışmasının ilk aşaması 1996 yılında tamamlanmıştır (UNCITRAL, 1997). Hazırlanan bu yasa bir çok ülkenin düzenlemelerine temel oluşturmaktadır. Model Yasa, uluslararası düzeyde anlaşılmış bir dizi kurallar oluşturarak, yasal engellerin üstesinden gelmek ve elektronik haberleşme yöntemlerinin kullanımını teşvik etmek üzere hazırlanmıştır. Model Yasa hazırlanırken karşılaşılan en önemli problem, farklı ülkelerin ticaretle ilgili yasalarının birleştirilmesi olmuştur (Takadi,1997). Yasanın bir çok açıdan öncülük etmesi, bu yaklaşımın doğruluğunu kanıtlamaktadır. Ancak, e-ticaretle, sadece yasal düzenlemeler yapılması, mevcut engellerin kaldırılması için yeterli olmamaktadır.

Model Yasanın temel amacı; e-ticaret için güvenli yasal bir çerçeve çizerek ülkeler arasında e-ticareti kolaylaştırmak; (uluslararası) ticaretle yeni bilgi teknolojilerinin uygulanmasını desteklemek; ülkelerin yasalarını uyumlulaştırmak; ve ticari uygulamaları desteklemektir (UNCITRAL, 1997).

Model Yasa, kağıda dayalı doküman sistemlerinde ki yazılı, ıslak imza ve orijinal kavramlarını, elektronik ortamda, veritabanı sistemleri ve/veya saklama

kapasiteleri ile ilişkilendirerek açıklanmaktadır. Ancak belgelerin yazılı olması ve ıslak imza aranması şartı, UNCITRAL gibi e-ticaretin gelişimi ve EDI sistemlerinin konularında araştırma yapan kurum/kuruluş ve komisyonların da kabul ettiği, en önemli engeller olarak tanımlanmaktadır (UNCITRAL, 1997; A European Initiative on Ecommerce, 1996).

Yazılı, imzalı ve orijinal şartları birbirleri ile sıkı sıkıya ilişkilidir. Orijinal belge, verinin değişmemiş olduğunu kanıtlamak için istenmektedir. Kıymetli evrak, konşimento veya hakların devrini gerçekleştiren diğer belgelerde mülkiyet ve haklar fiziki olarak bir belgeye sahip olmakla kanımlandığı için, orijinal belgenin iddia sahibinde olması gerekmektedir (Türk Ticaret Kanunu, 2003). Bu konu, e-ticaretin uluslararası ticaret dokümanlarına uygulanmasında en zor konulardan biridir ve tüm katılımcıların güvendiği merkezi bir kayıt/elektronik noter sistemi üzerinde çalışmalar yoğunlaşmaktadır.

3.3.3.3 Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonu

Birleşmiş Milletler Avrupa Ekonomik Komisyonunun (UNECE) Uluslar arası Ticaret Prosedürlerini Kolaylaştırma Grubu, 1991 yılında EDI'nin uluslararası ticarette kullanılmasının yasal yönlerini araştırarak bir çalışma programını gündemine almıştır. Programın hedefi, EDI'nin uluslar arası ticarette kullanımı ile ilgili bir model anlaşma geliştirmek ve uluslar arası ticarette ortaya çıkan engellerin kaldırılması konusunda çalışmak olarak belirlenmiştir.

Bu çalışmalar sonucunda UNECE, EDI mesajları için bir model anlaşma hazırlamıştır. İdari, ticari ve Ulaşım İlgili Uygulama ve Usulleri Kolaylaştırma Merkezi (CEFACT) olarak isim değişikliği yapılmış ve yeni çalışma konuları da aşağıdaki şekilde belirlenmiştir (UNEDIFACT, 1999).

- i. Mevcut Model Değişim Anlaşması'nı geliştirmek
- ii. Uluslararası ticarete engel ulusal yasaların ve ticari pratiklerin tespiti
- iii. Elektronik onaylama

- iv. Veri korunması için kullanıcılara pratik rehberlerin hazırlanması
- v. Özel uluslararası yasa; Internet'in gelişimi kapsamında yargılama ve sorun çözüm mekanizmalarının geliştirilmesi
- vi. Model Aracı Anlaşması
- vii. ICC Milletlerarası Ticaret Odası'nın sürdürdüğü çalışmaların izlenmesi
- viii. E-ticaretteki yasal konularda ilgilileri bilgilendirecek eğitim aktiviteleri (Web sayfası, video-konferans düzenlenmesi)
- ix. UN-EDIFACT mesajlarının yasal açılardan gözden geçirilmesi

3.3.3.4 Uluslar arası Ticaret Merkezi

Birleşmiş Milletlere bağlı bir diğer kuruluş olan TTC, gelişmekte olan ve dönüşüm sürecindeki ülkelerin ticari bilgi sistemlerini geliştirerek uluslar arası ticarete etkin katılımlarını sağlamak amacıyla programlar ve eğitim aktiviteleri düzenlemektedir. TTC, Ticarette Etkinlik Programı kapsamında sürekli bir ticari ve iş bilgisi sistemi kurulması, bu sistemler aracılığıyla mal, hizmetler ve pazarla ilgili her türlü bilginin başka ülkelerdeki kuruluşlara dağıtılması amacıyla ticareti destekleyici teknik danışmanlık hizmeti vermektedir. TN Programında UNCTAD ile birlikte çalışarak, GTP Net'te kullanılacak veri tabanı formatları ve standartları geliştirmeye çalışmaktadır. Aynı biçimde UNECE ile birlikte, TN ve diğer ticareti geliştirme kuruluşları tarafından kullanılmak üzere, firma bilgilerinin değişimi için UN-EDIFACT standardını kullanan COMREG' geliştirmiştir.

3.3.3.5 Dünya Ticaret Örgütü

1995 yılında kurulan Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ-WTO), özellikle haberleşme hizmetleri için piyasaların rekabete açılması ve yeniden düzenlenmesi

konusundaki çalışmaları gözetten uluslararası bir kuruluştur. 15 Şubat 1997 tarihli DT Anlaşması, tüm haberleşme biçimlerini kapsamakta ve haberleşme altyapısını İnternet'in gelişimi için önemli bir ölçüt olarak değerlendirmektedir. Tekelci uygulamaların ortadan kaldırılması ve yeniden düzenlenmesi ile artacak olan rekabet, doğrudan yabancı yatırımları hızlandıracak ve bilgi teknolojilerinin yayılarak mali hizmetler ve e-ticarete yeni uygulamaların kullanılmasını teşvik edecektir.

DTÖ' nün Hizmet Sektörlerinde Ticarete İlişkin Genel Anlaşması (GATS), ortaya konulan kural ve yükümlölükler, özel sektörlerde ve haberleşme hizmetlerindeki ek düzenlemeler ve piyasalara girişteki ulusal tarife ve düzenlemeler aracılığıyla da e-ticaretin altyapısını oluşturan haberleşme ve bilgi teknolojisi hizmetlerinde liberalleşmeyi ve düşük maliyetleri desteklemektedir. E-ticareti ilgilendiren bir diğer DT anlaşması da, Fikri Mülkiyet Haklarının Ticaretle İlgili Boyutlarıdır (TRIPS). TRIPS patentlerin, telif haklarının, ticari markaların, işlevici haklarının, ticari sırların, bilgisayar programları ve veri tabanlarının korunması için son derece gelişmiş standartlar belirlenmiştir. Bu anlaşmayı imzalayan devletler, düzenlemelerin ulusal yasalarla garanti altına alınması için yükümlölük altına girmiş olmaktadır (DT, 1997).

3.3.3.6 Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü

BM'e bağlı bu kuruluş iki temel anlaşma aracılığıyla fikri mülkiyet konusunu düzenlemektedir. Bunlar, Edebiyat ve Sanatsal Çalışmaları Koruyan Bern Anlaşması (1886) ve Sınai Mülkiyeti Koruyan Paris Anlaşması'dır (1883). Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO) Genel Kurulu, kuruluşun Uluslararası Bürosu'nu yeni küresel bilgi altyapısının ve İnternet'in uluslararası fikri mülkiyete etkisini araştırmakla görevlendirmiştir. Bu çalışmada ilk hedef, ticari markalarla İnternet alan adları arasındaki ilişkiyi bulmak olacaktır. WIPO 1996 yılında iki önemli anlaşma daha hazırlanmıştır: Online sayısal materyalleri, veri tabanlarını ve bilgisayar programlarını koruyan Telif Hakları Sözleşmesi ve sayısallaştırılarak online ortama aktarılan müzik eserleri, sanatsal ürünleri ve video eserlerini koruma altına alan

İçerici Sanatçı ve Fonogram Yapımcıları Anlaşması. Her iki anlaşma da, online sayısallaştırılmış haberleşmelerin İnternet üzerinden ticari uygulamalarını kolaylaştıracaktır.

3.4 ÇEŞİTLİ ÜLKE ÇALIŞMALARI

E-ticaret konusunda çalışmalar yapan ülkeler fazla olmasına karşın bunlardan bazıları diğer ülkeler göre biraz daha ileridedir. Bu ülkeler: ABD, Japonya, Malezya ülkeleri sayılabilir. Bu ülkelerden ABD ve Japonya zaten teknolojik açıdan dünyanın en önde gelen ülkeleridir. Malezya ise e-ticaret konusunda dünyada örnek sayılabilecek uluslar arası ticaret işlemlerinde tamamen otomasyona geçmiş ve bürokrasi yok denecek kadar azaltılmıştır. ABD ve Japonya'ya ise ayrıca değinmek gerekmektedir (UNCTAD, 1995).

3.4.1 Amerika Birleşik Devletleri

ABD e-ticaret konusunda en etkin ve kapsamlı çalışan, bu konuda dünyaya liderlik yapan ülkelerin başında gelmektedir. ABD'de bilim ve teknolojiye verilen önem ve ayrılan kaynak, İnternet'in bu ülkede doğmasına ve yaygın kullanılmasına yol açmıştır. Bunun doğal bir sonucu olarak ABD, E-ticarette İnternet'i en çok kullanan ülke konumuna gelmiştir. ABD, ekonomisinin dünyanın en büyük ekonomisi olmasının, son yıllarda beklentilerin ötesinde bir büyüme gerçekleştirmesinin arkasında yatan temel etkenlerden bazıları hiç kuşkusuz, bilgi ve iletişim teknolojilerinde ulaşıtlıkları seviye, bilgisayarla çalışma eğiliminde yaşanan gelişme ve İnternet'in her alanda yaygın kullanılmasıdır. En fazla sayıda bilgisayar, İnternet ve yüksek seviyede İnternet bağlantısı bu ülkede bulunmakta ve bu ülke devleti e-ticareti teşvik etmekte ve desteklemektedir (Allen ve diğ., 1994) Gerçekte bilgi teknolojilerinin ekonomik etkileri tam olarak ölçülemese de etkinin çok büyük olduğu kabul edilmekte ve bilgi teknolojilerinin ABD ekonomisindeki diğer sektörlerin iki katından büyük bir hızla büyüdüğü belirtilmektedir.

ABD genel yaklaşımını, “Küresel E-ticaret İçin Bir Çerçeve” (A Framework for Global Electronic Commerce, 1997) ile açıklamıştır. Haberleşme sektörü ve e-ticaret konusunda yapılması gerekenler;

- i. Özel sektör yatırımlarının, devlet tarafından kontrol edilen haberleşme firmaların özelleştirilmesi yoluyla teşviki
- ii. Tekelci telefon piyasalarında rekabetin teşvik edilmesi ve devamlılığının sağlanması, haberleşmede adil fiyatlarla bağlanmanın sağlanması, yabancı yatırımlara açılması ve anti-tröst uygulamalarının güçlendirilmesi
- iii. Networklere ayırım-gözetimeme temelinde açık erişimin garanti altına alınarak, Küresel Bilgi Altyapısı kullanıcılarının en geniş bilgiye ve hizmete ulaşmalarını sağlamak
- iv. Teknolojik gelişmeleri izleyen ve bağımsız bir organ denetiminde, esnek ve rekabetçi bir düzenleme uygulanmak şeklinde belirlenmiştir.

3.4.2 Japonya

Japonya da e-ticaret konusunda kurumsal düzeyde sağladığı örgütlenme modelleri ile yoğun çalışan, çok sayıda pilot proje yürüten ülkelerin başında gelmektedir. 1995'te E-ticaret Ortamını Geliştirme Komitesi, 1996 başında da (Electronic Commerce Promotion Council of Japan) ECOM kurulmuştur.

ECOM bir uluslararası iş birliği, beşi kurumlar ve sekizi teknoloji üzerine olan 14 çalışma grubu ile çalışmalarını sürdürmektedir. ECOM' un pilot projeleri gerçek aktörlerin katılımı ile e-ticaretin her yönü üzerine uygulamalar geliştirmekte, sorunları ve olası çözüm yollarını araştırmaktadır (UNCTAD, 1995).

Japonya, e-ticarete devlet müdahalesinin en alt düzeyde olmasını ama e-ticarete özgü çözümlerin mevcut sistemlerle uyumlu olmasını savunmaktadır. Japonya, sayısallaştırılmış içeriğin uluslararası dağıtımının “uluslararası haberleşme” kategorisinde ele alınması gerektiğini ama bu içeriğin miktarının

artması ve biçimlerinin farklılaşması durumunda sorunlar doğduğunu belirtmektedir. İçeriğin ölçülmesi en ciddi sorunlardan biridir. Uluslararası İş Çalışma Grubu'nun raporunda, tüketicilerin satın alma eğilimlerinin ve sanal mağazaların uluslar arasılaşması ve kişisel bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ile gelişen uluslararası (firma-tüketicici) e-ticaret işlemlerinde öncelikli olarak ele alınması gereken konular şöyle belirlenmiştir:

- i. Malın dağıtımını (gümrük işlemleri, geri iade ve satış sonrası hizmetler).
- ii. Fikri Mülkiyet Hakları.
- iii. Vergilendirme (uluslararası e-ticaret işlemlerindeki standartlar; kaynak yeri ve yerleşim yeri tanımını).
- iv. İşletmenin yönetimini (zaman, firma kodu, elektronik doküman, elektronik menkul kıymetler, sanal işletme, iş ahlakı).

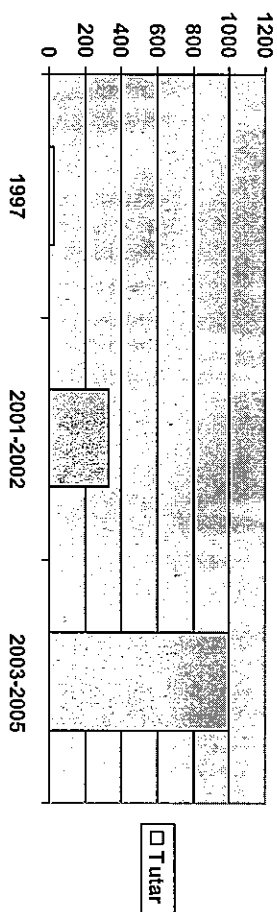
3.5 TÜRKİYE'DE DURUM

OECD'nin yapmış olduğu tahminlere göre ülkemiz e-ticaret konusunda büyük potansiyel arz etmektedir. Bu durumu Tablo 3.1 ve Şekil 3.1'de görmek mümkündür. Tablo 3.1 ve Şekil 3.1'de görüldüğü üzere OECD'nin yapmış olduğu tahminlerde Türkiye'de 1997 yılında e-ticaret miktarı sadece yirmi beş milyon ABD Doları iken, 2001-2002 döneminde bu miktar üç yüz milyon ABD Dolarına yani yaklaşık 12 katına çıkmaktadır. 2002-2005 döneminde artış oranı azalmakla birlikte e-ticaret miktarı yaklaşık bir milyar ABD Dolarına çıkacağı tahmin edilmektedir. Bu miktarlar dünya e-ticaret rakamlarına göre oldukça düşük kalmakla birlikte artış oranı dikkate alındığında Türkiye'nin e-ticaret potansiyelinin büyüklüğü anlaşılmaktadır.

Tablo 1. Türkiye’de İnternet Üzerinde Yapılan Ticaret Tutarı

YILLAR	Ticaret Tutarı (Milyon \$)
1997	25
2001-2002	300
2003-2005	1000

Kaynak:OECD tahmini http://www.tb.d.org.tr/e_turkiye/elektronik_ticaret

Şekil 1. Türkiye’de İnternet Üzerinden Yapılan Ticaret Tutarı (Milyon \$)

Kaynak: OECD tahmini http://www.tb.d.org.tr/e_turkiye/elektronik_ticaret

3.5.1 Türkiye’de Ticaret Noktaları

Türkiye’de TN kurulması ve yürütülmesi görevi İhracatı Geliştirme ve Etüt Merkezi (İGEME)’ne verilmiştir. İGEME programa katıldığı ilk dönemde verilen koordinasyon işlevine ek olarak Ankara Ticaret Noktasını (ATN) kurma görevini de üstlenmiştir.

3.5.1.1 İhracatı Geliştirme Etitüt Merkezi ve Ticaret Noktaları Programı

İGEME ihracatın geliştirilmesi alanında ve Ticari Bilgi Sistemleri yapılması ile, Bilgi teknolojilerinde (BT) yaşanan gelişmelerin işletmelerimizin yararına uyarlanması ve kullanımının teşvik edilmesine yönelik deneyimlerini verimli olarak kullanmaktadır. Günümüzde bilgi ve haberleşme ağlarının çok önemli olması nedeniyle TN konusu, ülkelerin dış ticareti destekleme kuruluşlarının en önemli ortak çalışma gündemlerinden biri haline gelmiştir (UNCTAD, 1995).

TN Projesi, UNCTAD'ın projeyi TEG kapsamında uluslar arası arenaya sunduğu 1994 yılından itibaren Türkiye'de de büyük ilgi görmüş ve imzaya açılan Bakanlar Deklarasyonu imzalanmıştır. Türkiye, UNCTAD'ın TN kuruluşunda belirlediği ilkelere ilk başından itibaren büyük özen göstermiştir. Yapılan resmi başvurusu sonrasında Mart 1997'de davet edilen UNCTAD heyeti TN kurmak için aday olan kuruluşlarda inceleme yapmış, İGEME ATN kuruluş çalışmalarını başlatmıştır. UNCTAD TN'nın ayrı bir tüzel kişiliğe sahip olarak veya ev sahipliği yapacak kuruluşun yasasına yapılacak bir ekleme ile kurulması ilkesine sadık kalarak, ATN kuruluş ve iş birliği alternatiflerinin araştırılması ise iki yıl sürmüştür. 1999 tarihinde İGEME'nin ev sahibi kurum olarak, işlevsel bir TN'da aranan teknik, idari özellikler, insan kaynakları, haberleşme altyapısı ve diğer kriterlere uygunluğu UNCTAD tarafından tescil edilmiş ve ATN işlevsel bir TN olarak GTP Net'te yer alma hakkını elde etmiştir (Ersoy, 1999).

3.5.1.2 Ticaret Noktası Çalışmaları ve Yaratılan Sinerji

ATN ve bazı kuruluşların yaptığı çalışmaları sonucunda e-ticarete olumlu yönde bir sinerji oluşmuştur. Bu çalışmalardan bazıları şunlardır;

Dış Ticaret İçin Yapılan Projeler;

Dış ticaret işlemlerinde yer alan kuruluşların ilişkileri, belgelerin izlediği sıra ve onay aşamaları, hangi belgelerin elektronik ortama aktarılacağı, e-imzanın hangi aşamalarda kabul edilebileceği ve uygulama yönünden hangi sorunların yaşanabileceği gibi konular düşünüldüğünde kurumların mevcut veya

planlanan projelerinin hepsinde ortak bazı sorunlar ortaya çıkmıştır. Bu sorunların bir çoğu elektronik belgeler ve elektronik imzamanın yasal kabulü ile çözümlenmiştir (Kalaycı, 2004).

DTM adına Orta Anadolu İhracatçı Birlikleri koordinasyonunda oluşturulan “İHRACAT-NET” Bilgi Sistemi ile İhracatçı Birlikleri ve DTM Geniş Alan Bilgisayar Ağı (WAN) ile birbirine bağlanmıştır. Birliklerin, gümrük beyannamelerinin elektronik ortamda doldurularak gümrük idarelerine sunulması ihracatçılar için büyük bir önem arz etmektedir. Yedi gün 24 saat kesintisiz hizmet veren bu sistem ile program dağıtımı ve hata düzeltmeleri online yapılmaktadır. Türkiye geneli ihracat kayıt rakamları günlük olarak izlenebilmekte ve DTM Yerel Bilgisayar Ağı'na (LAN) eş zamanlı olarak aktarılmaktadır. Konsolide edilen firma, ürün, ülke ayrımında bilgi "İhracatçılar Rehberi" adı altında, ticaret müşavirlikleri'nden alınan tüm alım, satım ve işbirliği talepleri de "Dış Talepler Bülteni ve Duyurular" adı altında DTM Web sitesinde yayımlanmaktadır (Kalaycı, 2004).

Türkiye İçin E-ticarete Geçiş Durum Değerlendirmesi ve Pilot Uygulama Projesi;

TN projesi son aşamada e-ticaret uygulamalarını bütün unsurlarıyla içermesi planlanan bir çalışmadır. UNCTAD ticaret noktası kurmak isteyen ülkelere, üniversiteler ve bilimsel/teknik araştırma kuruluşları ile sıkı iş birliği yapılmasını önermektedir. Bu kapsamda İGEME ve TÜBİTAK-BİLTEN ile birlikte TTGV'ce yürütülen 'Stratejik Odak Konuları Sermaye Desteği'nden yararlanabilmek için ortak bir proje hazırlanmıştır. "Türkiye için E-ticarete Geçiş Durum Değerlendirmesi ve Pilot Uygulama Projesi" TTGV tarafından onaylanmış ve 1998 yılından itibaren faaliyete geçirilmiştir. E-ticaretin altyapısının oluşturulmasında son derece önemli görülen bu çalışma TUENA kapsamında da ele alınmış ve örnek olarak gösterilmiştir (TUENA, 1998).

Proje kapsamında, Türkiye'de e-ticaret ve TN konusunda Türk kamu ve özel sektöründe bilinç ve harekete geçirme isteği yaratılması için bilgilendirme toplantıları düzenlenmesi, dünyadaki uygulamaların ve gelişmelerin incelenmesi

amaçlanmıştır. Projenin en önemli bölümü ise, elektronik imza, sertifikasyon ve smartcard uygulamalarını kapsayan bir Onay Kurumu çalışmasının başlatılması ve kurulması olmuştur (TUENA, 1998).

E-ticaret Koordinasyon Kurulu;

Ülkemizde e-ticaretin yaygınlaştırılması için dünyada yaşanan gelişmelere paralel olarak ulusal bir strateji belirlenmesi amacıyla Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu'nun (BTYK) 1997 yılında aldığı bir karar gereğince DTM'nin koordinasyonunda ve TÜBİTAK'ın sekreterliğinde, ilgili kurumların katılımı ile Türkiye'de ve dünyada e-ticaretin durumunu, bu konuda kamuda ve özel sektörde yapılan çalışmaları ve hukuki-teknik düzeyde yapılması gereken çalışmaları ve yatırımları incelemek üzere bir E-ticaret Koordinasyon Kurulu-ETKK toplanması ve kurulun çalışmalarının sonuçlarını BTYK'ya sunması kararlaştırılmıştır.

BTYK yukarıda değinilen kararda, 1998 yılında ETKK ilk toplantısını yapmış ve çalışmaların verimli bir şekilde sürdürülebilmesi için, "Teknik", "Hukuk" ve "Finans" adı altında üç ayrı çalışma grubu oluşturulmuştur.

ETKK alt çalışma grupları Internet üzerinde bilginin gizliliği, bütünlüğü ve kimin tarafından gönderildiğinin doğrulanması sağlanarak bir güven ortamı oluşturulması ve bu gerçek ortamda e-ticaretin finansal, yasal ve teknik boyutlarının belirlenerek sinanması hedeflemektedir (Atabay, 1999).

ETKK'nın 1998 ilk raporunda devletin öncelikli olarak yerine getirmesi gerekli konular şu şekilde belirlenmiştir (www.e-ticaret.gov.tr):

- i. Gerekli teknik ve idari alt yapının kurulmasını sağlamak,
- ii. Hukuki yapıyı oluşturmak,
- iii. E-ticareti özendirerek önlemleri almak,
- iv. Ulusal politika ve uygulamaların uluslararası politikalar ve uygulamalarla uyumunu sağlamak.

ETKK'nın e-ticaretin özendirilmesi konusundaki görüşleri de şunlardır (ETKK Raporu, 1999; www.tpankara.org.tr):

- i. Hedef kitle KOBİ'ler olmak üzere, e-ticaretle ilgilenen kişi ve kuruluşlar için, ilgili merciler tarafından, e-ticareti tanıtıcı eğitim programlarının hazırlanarak uygulanması,
- ii. E-ticaretin gerektirdiği bilgisayar yazılım ve donanımı edinmek isteyen kişi ve kuruluşlara, KOBİ'ler öncelikli olmak koşuluyla, gerekli finansman desteğinin sağlanması,
- iii. Sunulan iletişim hizmetleri için alınan ücretlerin olabildiğince düşük seviyede tutulması ile ilgili ilkelerin gözden geçirilmesi
- iv. Servis sağlayıcılara rekabet kuralları gözetilerek özendirici olanakların sağlanması
- v. Belirlenecek bir geçiş dönemi içinde, kamu kuruluşlarında gerekli teknik ve idari düzenlemeler yapılarak, kamu alım ve satım işlemlerinin elektronik ortamda gerçekleştirilmesi ve böylece devletin her konuda olduğu gibi gerekli teknik ve idari alt yapının kurulmasının sağlanması
- vi. Hukuki yapının oluşturulması
- vii. E-ticareti özendirecek önlemlerin alınması almak
- viii. Ulusal politika ve uygulamaların uluslararası politikalar ve uygulamalarla uyumunun sağlanması.
- ix. ETKK'nın, gerekli teknik ve idari alt yapının kurulması, hukuki yapının oluşturulması ve ulusal politika ve uygulamalar ile uluslararası politikalar ve uygulamalar arasında uyum sağlanmasıdır.

3.5.2 TTNNet Projesi

Türk Telekom AŞ. tarafından başlatılan ve 1999 yılı itibarıyla açılmış olan TTNNet projesi, Türkiye'nin haberleşme altyapısına çok önemli katkıda bulunan bir çalışmadır. TTNNet yurt dışı bağlantıları, gelişkin omurgası, kullanılan teknoloji ve

servisleri ile ülkemizi BT uygulamalarında ileri noktalara taşıma hedefinin ilk adımları olmuştur. Sistem ses, görüntü, veri ve çoklu-ortam uygulamalarına uygun olarak hazırlanmıştır (TTNet Projesi, 1999).

3.5.3 Gümrük İdareleri Modernizasyon Projesi ve Bilgisayarlı Gümrük Etkinlikleri Sistemi

Gümrük İşlemleri Modernizasyon Projesi (GİMOP), Gümrük Müsteşarlığı tarafından yürütülen ve özellikle Türkiye'nin 1996 yılında Gümrük Birliğine katılmasının ardından hız kazanarak tamamlanmış önemli e-devlet projelerinden birisidir. Dünya Bankası kredisi ile gerçekleştirilen bu proje kapsamında Fransa'dan alınan Sofix yazılımının, Türk Gümrük Mevzuatı ve kullanıcı istekleri doğrultusunda, Türk gümrüklerine adaptasyonu yapılmış ve yazılım Bilgisayarlı Gümrük Etkinlikleri (BİLGE) adını almıştır (Kara, 2002).

Projenin tamamlanması ile yüzde 98'ten fazla ihracat, ithalat ve transit işlemlerinin online ve gerçek zamanlı olarak çalışmaktadır. Ağ; özellikle ithalat ve ihracat beyannamelerindeki verileri saklamak ve işlemek amacıyla geniş ölçüde harici sistemlerle etkileşimli olarak çalışmaktadır (Kuran, 2005).

BİLGE Sisteminin yararları şu şekilde sıralanabilir (Özyazıcı, 1999; Kara, 2002):

- i. Gümrüklü sahaya eşyaların gelişi ile ithalatçı ve ihracatçılar beyanlarını hızlı bir şekilde gümrük idaresine verebilmekte, gümrük idaresi ise, beyanı ve gerekirse eşyayı en az gecikme ile kontrol edebilmektedir,
- ii. Gümrük beyannameleri, gümrük idaresinin bilgisayarlarına yeniden veri girişi yapılmadan aktarılmakta ve vergiler sistem tarafından hesaplandıktan sonra rahatlıkla kontrol edilebilmektedir,
- iii. Daha gerçekçi ve daha hızlı bir şekilde istatistikler alınabilmektedir,
- iv. İşlemler basitleşmektedir,

v. Gümrük müdürlüklerinde her gün iş takip eden yüzlerce komisyoncu ve firma görevlisi sayısı EDI uygulaması ile süratle azalmış ve gümrük personeli üzerindeki iş yükü en az seviyeye inmiştir.

Yükümlüden başlayan süreçte girilen bir veri gümrük işlemlerinin bütün süreçlerinde kullanılmakta, böylece her işlem yapının tekrar veri girilmesi gibi zaman kaybettirici bir süreç yaşanmamaktadır (Gökçelik, 2002)

Sisteme ithalatçı, ihracatçı veya taşıyıcı firmalar tarafından beyan bilgileri girilince sistem her beyanname için otomatik olarak bir tescil numarası vermektedir ve böylece beyannamenin tescilli online olarak yapılmaktadır (Kalaycı, 2004).

3.5.4 Dış Ticaret Müsteşarlığı – Dahilde İşleme Rejimi Projesi

DTM'nın DİR projesi, Türkiye çapında 13 İhracatçı Birliği'ne mensup 5000'den fazla işletmenin, birlik kullanıcılarının, gümrük kapılarındaki kullanıcıların ve DTM uzmanlarının kullanıcı olduğu bir sistem olarak hayata geçirilmiştir. Bu proje ile, DİİB'nin DTM'ye ulaştırılması ve onaylarının alınması sürecinde yaşanan bürokratik gecikmeler en aza indirilmiştir. Proje ile, belge başvurusunda bulunacak olan firma başvurusunu İnternet aracılığı ile elektronik ortamdan yapabilmekte ve başvuru sonucunu yine elektronik ortamda takip edebilmektedir. Ayrıca firmanın başvurusundan sonra DTM içerisindeki iş akışı da yine elektronik ortamda gerçekleştirilmektedir. Elektronik ortamdaki bu iş akışına katılan firma ve DTM kullanıcıları, kimliklerini güçlü bir şekilde doğrulayarak sisteme girmek için kendileri için özel olarak kişiselleştirilen akıllı kartlarını kullanmaktadırlar. Ayrıca elektronik işlemlerde bütünlük ve inkâr edememe hizmetlerini vermek amacıyla elektronik imza işlevleri uygulamaya dahil edilmiştir. Bu amaçla TÜBİTAK Bilten tarafından geliştirilen Zeugma AAA yazılımı kullanılmıştır(TBD,2005;www.dtm.gov.tr).

BÖLÜM IV

İR EMNİYET VE GÜVENLİK SİSTEMLERİ A.Ş. (İR) (İTO KİLT) FİRMASININ DIŞ PAZARA YÖNELİK ELEKTRONİK TİCARETE GEÇİŞ NEDENLERİ VE BİR UYGULAMA

4.1 SEKTÖR VE MEVCUT DURUM

21. yüzyılda uluslar arası ticarete daha fazla yer almanın, ekonomik gelişme için bir önkoşul olduğu genel kabul gören bir gerçektir. Bu merkezde dinamik ve sağlıklı bir uluslar arası ticaretin varlığı ve gelişimi, tüm ülkeler açısından, ekonomik büyüme ve sürdürülebilir kalkınmanın sağlanması noktasında büyük önem taşımaktadır.

İnşaat sektörünün yavaşlamasıyla iç pazar satışları azalmaktadır. Çin gibi düşük maliyetli ve düşük kaliteli mal üreten ülkeler dünya pazarlarına girmektedirler. Sektör; iç pazarda yerli üretimin fazla, kar marjının düşük ve emek yoğun bir sektör olması dolayısıyla işletmeler rakiplerinden daha ileride olma ihtiyacı hissetmektedirler. Bunun yanında hammadde fiyatları artmaktadır.

Tüm bu olumsuz şartların bir sonucu olarak işletmeler verimlilik ve etkinlik artırma çabası faaliyetleri sonucunda e-ticaret sistemlerine adapte olma gereği duymaktadırlar.

Gelişimi boyunca bir çok hizmet verdiği pazarlara yenilikçi çözümler sunan Ingersoll Rand Ltd. (IR) beş ana sektörde faaliyet gösteren bir çokuluslu firmadır. Faaliyet alanları aşağıda sıralanmıştır;

İklim Kontrol Teknolojileri; Isıya hassas ürünlerin taşınması, saklanması ve teşhirine yönelik çözümler sunan bu sektörde IR dünyanın önden gelen markaları olan Hussmann ve Thermo King'e sahiptir.

Endüstriyel Teknolojiler; IR bu alanda sanayi müşterilerinin işletme verimliliklerini arttırmaya yönelik geniş bir yelpaze içinde bir çok ürünü sunmaktadır. Bunlardan bazıları hava kompresörleri, havalı el aletleri, pompalar, enerji çevrim üniteleri ve mikro türbinlerdir.

Altyapı Teknolojileri; Altyapı inşası ve özellikle golf sporu alanında hizmet veren bu sektörde Bobcat, ABG, Blaw-Knox gibi yol/asfaltlama araçları ve Club Car markalı golf arabaları ürünler arasındadır.

Güvenlik Teknolojileri; Ticari yapılar ve konutlardaki her türlü emniyet ve güvenliğin sağlanmasına yönelik mekanik kilitler, elektronik ve biometrik erişim kontrol sistemleri ana ürün gruplarıdır. Bu alanda IR dünyanın önde gelen markalarına sahiptir. Bu güçlü markalardan bazıları; Dor-O-Matic, Von Duprin, LCN (kapı hidrolikleri, panik çıkış kilitleri), Schlage (her türlü kilit/kol gibi hırdavat ürünleri), Steelcraft (çelik kapı sistemleri), Locknetics (elektronik güvenlik sistemleri), Kryptonite (dünyanın en gelişmiş taşınabilir kablolu kilitleme sistemleri).

Küçük Araç Teknolojileri; BobCat ve Club Car markası ile dünyanın dört bir yanına küçük iş makinesi ve golf aracı üreten ve pazarlayan sektördür.

4.1.1 IR Emniyet ve Güvenlik Sistemleri A.Ş. (IR) (ITO Kilit) Firmasına İlişkin Genel Bilgiler

Araştırma kapsamında yer alan ITO Kilit firması Ingersoll Rand Ltd. Güvenlik Teknolojileri sektöründe tedarikçi firma konumundadır ve ana firmanın markaları için fason üretim yapmaktadır. ITO Kilit firmasının Ingersoll Rand Ltd. ile olan ortaklığı (2001) sonrasında e-ticaret uygulamalarına ağırlık verilmektedir. Ortaklık

öncesinde ITO Kilit, kendi olanakları ile ihracat yapmaya çalışan, iç piyasa ağırlıklı satış yapan bir firmadır. E-ticaret uygulamalarına, Ingersoll Rand Ltd. firmasının global ölçekli çalışmaları ve ticaret anlayışı nedeniyle başlamıştır. Dünya çapında farklı üretim ve satış noktalarını elektronik sınır sistemleri ile birbirine bağlamıştır. Bu sayede maliyet avantajını korumayı hedeflemektedir. Ayrıca Ingersoll Rand Ltd. grubu firma satın almaları ile hızlı bir büyüme stratejisi benimsediğinden, gruba yeni katılan firmaların e-ticaret uygulamasına hızla uyum sağlaması gerekmektedir. Bu uyumu sağlayacak teknolojik altyapı hızla kurulmakta ve çalışan eğitimleri verilmektedir. Türkiye genelinde bakılacak olursa yapılan uygulamalar oldukça yeni ve örnek olacak niteliktedir.

Ingersoll Rand Ltd. 1871 yılında Amerika Birleşik Devletleri'nde Simon Ingersoll'un ilk buharlı kaya delicisinin patentini alması ile kurulmuş olan bir firmadır. O tarihten bu yana özellikle madencilik ve altyapı inşaat alanlarında gelişim çizgisini sürdürerek 20.yüzyıl boyunca bir çok kuruluş ve markayı bünyesine katmış, bugün itibarı ile 10 milyar ABD Dolarlık cirosu, 45.000 çalışanı ve dünya üzerinde 100'den fazla üretim tesisi ile dev bir global firma haline gelmiştir.

Firma hedeflerine paralel olarak gelişen küreselleşme planları içinde, Türkiye'de de yatırım kararı almış ve 2001 yılı Haziran ayında Emniyet ve Güvenlik Sistemleri alanında Türkiye'nin önde gelen kilit üreticisi olan ITO ile stratejik bir ortaklık anlaşması yapmıştır.

IR (ITO Kilit firmasının alınından sonra IR Emniyet ve Güvenlik Sistemleri A.Ş. olarak unvan değişikliği yapılmıştır), Düzce'deki üretim tesisinde faaliyet göstermektedir. İnsana ve çevreye saygılı, modern işletme, verimlilik ve kalite ilkeleri göz önünde tutularak tasarlanan tesis, konusunda sadece Türkiye'de değil Avrupa'da da örnek gösterilecek bir konumdadır. Ana ürün grupları kilitler, silindirler, kapı hidrolikleri ve panik çıkış kilitleridir. Pazarının ihtiyaçlarına yönelik ürünlerin tasarımı, geliştirme ve entegre üretim olanaklarına sahip tesis aynı zamanda IR Grubu içinde tüm dünyaya hizmet verebilecek bir "üretim üssü" olarak yapılandırılmış bulunmaktadır. Bunun sonucunda üretiminin yarısını dünya pazarlarına ihraç etmekte olan IR Emniyet ve Güvenlik sağladığı istihdam ve destek aldığı yan sanayi ile Türkiye için önemli bir yatırımcı haline gelmiştir.

Ürün geliştirme ve test laboratuvarları, ürün dayanıklılığına doğrudan etki eden Türkiye'nin en modern ve gelişmiş tam otomatik Klimyasal Kaplama tesisi, TSE ve BSI (İngiliz Standartları Enstitüsü) normlarına uygun ürün yelpazesi ve Kalite Sistemi ile IR Türkiye tüketicinin gelişen ihtiyaçlarına uygun çözümleri sunmaktadır.

New York metrosu inşaatı, Rushmore Dağı Başkan Rölyefleri, Panama Kanalı inşaatı, Hoover Barajı inşaatı firmanın ürünleri ile gerçekleştirilmiş büyük projelerden bazılarıdır.

4.2 ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Çalışmada nitel araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Nitel araştırma; gözlem, görüşme ve doküman analizi gibi nitel veri toplama yöntemlerinin kullanıldığı, algıların ve olguların doğal ortamda gerçekçi ve bütüncül bir biçimde ortaya konmasına yönelik nitel bir sürecin izlendiği araştırma olarak tanımlanmak mümkündür. Başka bir deyişle nitel araştırma, kuram oluşturmaya temel alan bir anlayışla sosyal olguları bağlı bulundukları çevre içerisinde araştırmayı ve anlamayı ön plana alan bir yaklaşımdır. Bu anlamda “kuram oluşturma” toplanan verilerden yola çıkarak daha önceden bilinmeyen bir takım sonuçları bir biri ile ilişkisi içinde açıklayan bir modelleme çalışması anlamına gelmektedir (Yıldırım ve Şimşek, 2003).

Bu uygulamada seçtiğimiz nitel araştırma yöntemi ile öncelikle gözlem yöntemi kullanılarak, görüşme yapılacak olan kişiler ve uzmanlıklarına göre sorulacak sorular tespit edilmiştir, ardından yarı yapılandırılmış görüşmelere geçilmiştir. Son olarak araştırmanın güvenilirliğini artırmak için doküman inceleme yapılarak araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliği sağlanmıştır.

4.3 ARAŞTIRMA SORULARI

İşletmelerin dış pazara yönelik e-ticaret sistemlerine yönelik yaklaşımlarını anlama, tanımlama ve işletmelerin geleceğin ticaret sistemine hazırlık durumlarının

değerlendirilmesi, araştırma sorularının hazırlanmasındaki temel amacı oluşturmaktadır.

“İR emniyet firmasının dış pazara yönelik e-ticarete geçiş nedeni nedir? Neden öncü firmalardan biri olarak dış pazara yönelik e-ticarete geçme gereği duymuştur?” noktasından hareketle araştırma soruları aşağıdaki gibi oluşturulmuştur.

Araştırma Sorusu 1: İR firmasının dış pazara yönelik e-ticaret faaliyetleri ile maliyetlerin (iş gören, hammadde, iletişim, e-faks, e-posta, kağıtsız ofs... vb.) azalması arasında ilişki var mıdır?

Araştırma Sorusu 2: İR firmasının dış pazara yönelik e-ticaret faaliyetleri gerçekleştirilmeleri ile zaman tasarrufu arasında (müşteri ilişkileri, tedarik süreleri) bir ilişki var mıdır?

Araştırma Sorusu 3: Devletin dış pazara yönelik e-ticareti teşvik programları ile e-ticaretin gelişmesi arasında bir ilişki var mıdır?

Belirtilen araştırma soruları çerçevesinde hazırlanan görüşme formları Ek-1’de verilmiştir.

4.4 ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu araştırmanın verileri görüşme tekniği ile elde edilmiştir. Bu görüşmelerin esas amacı; katılımcıların bilgilerini, deneyimlerini, konuyla ilgili görüşlerini belirlemektir. Hazırlanan görüşme formları, katılımcıların farklı uzmanlık alanlarından olmalarından dolayı, farklı konu ve sayıda sorudan oluşmaktadır. Görüşme formunun anlaşılır olması ve gereksiz tekrarlara yol açmaması için gözlem yöntemi kullanılarak görüşülecek kişiler ve sorulacak sorular tespit edilip görüşme formuna son şekli verilmiştir. Görüşme sonrasında doküman incelenmesi yapılarak araştırmanın güvenilirliği sağlanmıştır. Görüşme formunda yer alan sorular ana hatlarıyla, işletmenin temel görüşlerini, işletmenin Internet destekli dış pazara yönelik e- ticaret sistemine bakış açılarını, Internet’i kullanma ve yararlanma düzeylerini kapsamaktadır.

Kullanılacak görüşme tekniği yarı yapılandırılmış görüşme tarzında yürütülmüştür. Görüşme sırasında önceden hazırlanan, yapılaşmış ve cevap

kategorilerini de içeren bir soru formu kullanılmamaktadır. Bunun yerine araştırmacının, araştırma konusu çerçevesinde ve konuyu belli noktalarda yürütmek üzere hazırlanan açık uçlu sorular kullanılmıştır. Bu sayede görüşme katılımcılarına kendilerini daha fazla ifade etme, bilgi ve deneyimlerini, ve düşüncelerini araştırmacıyla paylaşma olanağı tanınmaktadır.

Araştırma kapsamında görüşülen Tedarik Zinciri Md., Malzeme Md., Kalite Güvence Md., İhracat Md., İthalat Uzmanı, IT Sorumlusu ile görüşülmüştür. Görüşme kayıtları öncelikle kullandıkları temel ifadeler bazında incelenerek; alt temalara dönüştürülmüş, son olarak da ana temalar ortaya konulmuştur. Görüşmeciler; talepleri üzerine görüşme sırasına göre (K1,K2.....K6 olarak) kodlanmış ve verdikleri yanıtlar Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Firma Yöneticilerinin Dış Pazara Yönelik E-Ticarete Geçme Görüşlerine İlişkin Ana/Alt Temalar ve Temalarda Kullanılan İfadeler

Ana Tema-1	Ana Tema-2	Ana Tema-Hepsi	Alt Tema	Kullanılan Temel İfadeler	İfadeyi Kullanan
IR e-ticaret noktası	maliyet	IR e-ticaret noktası+maliyet	bilgi paylaşımı	Tüm satınalma faaliyetleri küresel ölçekli takip edilmektedir. Başka bir ülkedeki Ingersoll Rand Ltd. firmasının tedarikçisi ile bizde anlaşma yapabiliyoruz. Bu sistemle farklı ülkelerdeki tedarikçilerin çalışma koşullarından (fiyat, garanti, iskonto yüzdeleri gibi) bilgilere anında ulaşabilmekteyiz.	K3
IR e-ticaret noktası	maliyet	IR e-ticaret noktası+maliyet	bilgi paylaşımı	E-ticaret ve bilgi paylaşımı aracılığıyla bir tedarikçi başka bir ülkedeki Ingersoll Rand Ltd. firmasının tedarikçisi olabiliyor. Bunun için güçlü bir network sistemi mevcuttur.	K3
iletişim		iletişim	bilgi paylaşımı	Yeni tedarikçi arayışlarında klasik internet ortamını, mevcut tedarikçi bağlantılarını ve Ingersoll Rand Ltd.'nin tüm dünyadaki beş değişik sektör ve 47 farklı iş birimi arasındaki bilgi ağlarını kullanabiliyoruz. Gerekğinde ilgili ülkenin resmi makamlarıyla direk temasa geçilmektedir. Ayrıca kendi bulduğumuz tedarikçileri başka ülkelerdeki grup firmalarına öneriyoruz.	K4
zaman	iletişim	iletişim+zaman	bilgi paylaşımı	Tüm dünyadaki Ingersoll Rand Ltd. firmalarının satınalma cirolarını; hammadde grupları bazında, tedarikçi bazında, organizasyon bazında, coğrafya bazında ve masraf merkezi bazında raporlayabiliyoruz.	K3
zaman	devlet uygulamaları	devlet uygulamaları+zaman	bilgi paylaşımı	İşlemlerin farklı dış ticaret mevzuatlarına uygun yürütülmesini sağlamak için; Ingersoll Rand Ltd. firması faaliyette bulunduğu her ülkede dış ticaretten sorumlu olan bir kişiyi "Compliance" sistemine (uyumluluk sistemi) dahil etmektedir. O kişi çalıştığı ülke mevzuatı ile ilgili bir tür danışman olarak tüm IR grup şirketlerine yardımcı olmaktadır.	K1
güvenlik		güvenlik	bilgi paylaşımı	Ürünü satacağımız firmaların datasını web ortamında bir alana giriyoruz ve o ülke yada firma ile ilgili bir yasaklama olup olmadığı (mesela finans açısından), anında sorgulanıyor. Büyük ve geniş bir coğrafyada faaliyet gösteren şirket olmanın avantajını kullanıyoruz.	K1
güvenlik		güvenlik	bilgi paylaşımı	Tedarikçilerimizin rakiplerimizle çalışmasını istemeyiz. Teknik çizimlerimiz rakiplerimizin eline geçebilir.	K4
IR e-ticaret noktası	iletişim	IR e-ticaret noktası+iletişim	bilgi paylaşımı	İhaleyi kazanan firma ile sözleşme imzalanarak sözleşmenin bir kopyası e-ticaret portalının sözleşme yönetimi kısmına kaydedilir. Bu sözleşme tüm Ingersoll Rand Ltd. grup firmalarınca görülebilmektedir. küresel tedarikçilerle farklı ülkelerdeki Ingersoll Rand Ltd. grup firmaları aynı avantajlı koşullarla ticaret yapabilir.	K3
IR e-ticaret noktası	maliyet	IR e-ticaret noktası+maliyet	bilgi paylaşımı	IR'da kullanılan e-ticaret sistemi aracılığıyla aynı ana firmaya bağlı tüm uydu şirketlerin tamamının ticaret hacimleri tespit edilebiliyor. Ana firma ile yapılan pazarlıklarda toplam ciro üzerinden hareket ediliyor.	K3
iletişim	zaman	iletişim+zaman	bilgi paylaşımı	Tedarikçi performans karneleri hazırlanarak e-mail yolu ile gönderilir. Tedarikçi karneleri bitmiş ürün kalitesini etkileyen firmalar için hazırlanır.	K5
iletişim		iletişim	bilgişim altyapısı	Firmanın yönetici konumundaki kişilerinin dünyanın her yerinden IR intranet ortamına bağlantı sağlayabilmesi için notebooklarına uzaktan bağlantı programı (VPN) yüklenmiştir.	K2
zaman	iletişim	iletişim+zaman	bilgişim altyapısı	Ingersoll Rand Ltd. grup firmaları birbirlerinin ERP sistemlerini görerek daha hızlı kararlar alabiliyorlar.	K2
güvenlik		güvenlik	bilgişim altyapısı	Firmanın sisteminde tutulan tüm verilerin hergün yedekleri alınmakta ve 1 hafta süresince saklanmaktadır.	K2
güvenlik		güvenlik	bilgişim altyapısı	Firma sistemine internet ortamından gelecek saldırılara karşı filtreleme programları (fire wall ve anti virus yazılımları) kullanılmaktadır.	K2
güvenlik		güvenlik	bilgişim altyapısı	E-posta ve ERP sistemlerine giriş şifreleri belirli aralıklarla değiştirilmek zorundadır. Bunun için sistem uyarı vermektedir.	K2
iletişim	maliyet	iletişim+maliyet	bilgişim altyapısı	Firmada toplam 70 PC 25 printer çok fonksiyonlu 3 fotokopi 1 plotter vardır.	K2

Tablo 2. Firma Yöneticilerinin Dış Pazara Yönelik E-Ticarete Geçme Görüşlerine İlişkin Ana/Alt Temalar ve Temalarda Kullanılan İfadeler (devam)

Ana Tema-1	Ana Tema-2	Ana Tema-Hepsi	Alt Tema	Kullanılan Temel İfadeler	İfadeyi Kullanan
iletişim	maliyet	iletişim+maliyet	bilişim altyapısı	Türkiye'den İstanbul ve Düzce ayrı ayrı İrlanda'daki Ingersoll Rand Ltd. bilgi işlem merkezine kiralık hatlarla (her biri 1 Mega byte) bağlıdır. Sistemin yedeği olarak hem Düzceden hem İstanbuldan iki adet ADSL (her biri 2 Megabyte) bağlantısı mevcuttur.	K2
iletişim	maliyet	iletişim+maliyet	bilişim altyapısı	Firmada toplam 5 adet sunucu mevcuttur. Bunlardan 3 tanesi Düzce'de 2 tanesi İstanbuldadır. Birbirlerine kiralık hat ile (lease line) bağlıdır.	K2
maliyet	devlet uygulamaları	devlet uygulamaları+maliyet	dahilde işleme rejimi (DİR)	İtalyadaki üretimin Türkiye'ye kaydırılması sonrasında gümrük müsteşarlığından alınan 1 yıl süreli DİİB kullanılmaktadır. 1 yıl içinde o malzemeler işlenerek tekrar ihraç ediliyor. İhracat taahhüdü ile ithalat yapıyoruz.	K1
devlet uygulamaları	zaman	devlet uygulamaları+zaman	dahilde işleme rejimi (DİR)	Dahilde işleme kapsamında ihracat yapan işletmeler bu sistemi uygulamak durumunda, ama uygulama yeni olduğu için bir takım sorunlar var.	K1
devlet uygulamaları	zaman	devlet uygulamaları+zaman	dahilde işleme rejimi (DİR)	Firmaların kağıtçılığı azalmamış olacak ama Dış Ticaret Müsteşarlığındaki (DTM) ve İhracatçılar Birliğindeki (İB) kağıtçılık azalacak	K1
devlet uygulamaları	zaman	devlet uygulamaları+zaman	dahilde işleme rejimi (DİR)	DİİB, ihracatçı veya üretici firmaların nakit akışını kolaylaştıran bir sistemdir.	K1
devlet uygulamaları	zaman	devlet uygulamaları+zaman	dahilde işleme rejimi (DİR)	E-ticaretin yaygınlaşması ile gümrükten alınan DİİB azalacak; firmalar internet üzerinden takibi yapılan Dış Ticaret Müsteşarlığından alınan DİİB ile e-imza kullanarak çalışmayı tercih edecektir.	K1
zaman	devlet uygulamaları	devlet uygulamaları+zaman	dahilde işleme rejimi (DİR)	Dahilde işleme rejimi'nde amaç işlemleri kolaylaştırmak	K1
zaman	devlet uygulamaları	devlet uygulamaları+zaman	dahilde işleme rejimi (DİR)	2-3 haftalık bir süre kısalması olmaktadır	K1
güvenlik	maliyet	güvenlik+maliyet	e-imza	2 firmaya yetki verilmiş onlarda güvenlik önlemlerini almışlar	K1
güvenlik	devlet uygulamaları	devlet uygulamaları+güvenlik	e-imza	E-imza kullanan firmaların ilk başta korkusu güvenlikti	K1
güvenlik	devlet uygulamaları	devlet uygulamaları+güvenlik	e-imza	E-imza uygulamaları azdır, o nedenle kullanım şu an az	K1
devlet uygulamaları		devlet uygulamaları	gümrük uygulamaları	Her ülke kendi üreticilerini korumak için önlemler ve kotalar koymaktadır.	K1
güvenlik	devlet uygulamaları	devlet uygulamaları+güvenlik	gümrük uygulamaları	ERP sisteminin olması da büyük fayda sağlamaktadır. Gümrükçüye bir malı tarif ederken MRP sistemine daha önce girilen gümrük tarife istatistik pozisyon numaraları kullanılmaktadır.	K1
devlet uygulamaları	maliyet	devlet uygulamaları+maliyet	gümrük uygulamaları	Uygulamada genellikle ithalat evrak sayısı ihracata göre daha fazladır ve vergi oranı yüksektir.	K1
devlet uygulamaları	güvenlik	devlet uygulamaları+güvenlik	gümrük uygulamaları	Şu an ihracat belgelerinin tamamını elektronik ortama taşıyamıyoruz, bazı yerlerde orijinal belge isteniyor. Mevzuatımıza göre belgelerde ıslak imza şartı kalmadı ama orijinal fatura olması gerekiyor.	K1
devlet uygulamaları	zaman	devlet uygulamaları+zaman	gümrük uygulamaları	Amerikada NAFTA üyesi ülkelerde yada Avrupa Birliği üyesi ülkelerde ülkelerin gümrük kanunlarına uyum sağladığı sürece bir çok işlem online yürütülebiliyor.	K1
zaman		zaman	gümrük uygulamaları	Ülkelerin gümrük kanunları farklılık gösterdiği için tamamen bir bütünlük sağlanması mümkün değildir.	K1
devlet uygulamaları		devlet uygulamaları	idari-teknik altyapı	İrlanda IT merkezle olan veri alışverişlerimizin yapılması için Türk Telekom altyapısı üzerinde kiralanan direk hatlar (lease line) kullanılmaktadır.	K2

Tablo 2. Firma Yöneticilerinin Dış Pazara Yönelik E-Ticarete Geçme Görüşlerine İlişkin Ana/Alt Temalar ve Temalarda Kullanılan İfadeler (devam)

Ana Tema-1	Ana Tema-2	Ana Tema-Hepsi	Alt Tema	Kullanılan Temel İfadeler	İfadeyi Kullanan
güvenlik	zaman	güvenlik+zaman	idari-teknik altyapı	İhracat yapılacak ülkelerle ilgili Ingersoll Rand Ltd. uyumluluk sisteminden onay alınır ve ticarete başlanır.	K6
IR e-ticaret noktası	maliyet	IR e-ticaret noktası+maliyet	idari-teknik altyapı	İhalelerde açık eksiltme ve açık artırma yöntemleri kullanılır. Stok fazlası ve değerli hurda malzemelerin satışı açık artırma yöntemiyle yapılmaktadır. Tedarik işlemleri ise açık eksiltme ile yapılmaktadır.	K3
IR e-ticaret noktası	maliyet	IR e-ticaret noktası+maliyet	idari-teknik altyapı	Online web ortamında yapılan ihalede katılımcı firmalar kendi ekranlarında kendi verdikleri fiyatı ve en düşük fiyatı görürler. Bu şekilde psikolojik bir baskı ortamında daha yüksek bir iskonto oranlarına ulaşırlar.	K3
maliyet	iletişim	iletişim+maliyet	idari-teknik altyapı	Belirli konularda periyodik olarak yada proje çalışmalarında farklı ülkelerdeki çalışanlar arasında telekonferanslar yapılmaktadır.	K4
zaman	iletişim	iletişim+zaman	idari-teknik altyapı	ERP sisteminin gelişmesi müşteri istek karşılama sürelerini azaltmaktadır.	K1
maliyet		maliyet	idari-teknik altyapı	Bu gelişen bir yapı, karşı tarafında buna uygun altyapısı olması gerekiyor.	K1
güvenlik	maliyet	güvenlik+maliyet	mal ve hizmet kalitesi	E- ticaretin yaygınlaşması ve mal/hizmet kalitesinin güvence altına alınması için uluslar arası kabul görmüş kalite belgeleri tercih edilmektedir. Özellikle yeni tedarikçilerle çalışma başlatırken kullanılmaktadır.	K5
IR e-ticaret noktası	güvenlik	IR e-ticaret noktası+güvenlik	mal ve hizmet kalitesi	İhale öncesi firmalardan banka teminat mektubu alınır. Böylece IR ihalelerin daha sağlıklı olmasını sağlamış olur.	K3
IR e-ticaret noktası	maliyet	IR e-ticaret noktası+maliyet	mal ve hizmet kalitesi	İhaleye katılacak firmalar IR tarafından davet edilmekte buda kalitenin korunmasını sağlamaktadır.	K3
iletişim		iletişim	mal ve hizmet kalitesi	Üretilen ürünlerin kaliteleri, müşteri sözleşmeleri gereği oluşturulan kalite planları çerçevesinde izlenmektedir.	K5
IR e-ticaret noktası	güvenlik	IR e-ticaret noktası+güvenlik	mal ve hizmet kalitesi	IR e-ticaret portalına tedarikçi bilgileri kaydedilir. IR olarak bu portalda ihaleye katılacak tedarikçileri biz seçer ihale bilgilerini ve giriş şifrelerini göndeririz.	K3
maliyet	zaman	maliyet+zaman	mal ve hizmet kalitesi	Yerleşirme çalışmalarında potansiyel hata etki analizi (FMEA) çalışması yapılmaktadır. Bu çalışma ile kontrol planları ve çalışma kriterleri tespit edilmektedir.	K5
maliyet	zaman	maliyet+zaman	mal ve hizmet kalitesi	FMEA 2 aşamalı yapılır. İlk olarak Dizayn ikinci olarak Süreç FMEA uygulaması; böylece üretime başlanmadan önce potansiyel hata riskleri tespit edilmekte ve süreçlerin etkinliği sağlanmaktadır.	K5
zaman	güvenlik	güvenlik+zaman	pazarlama politikaları	Bölge müdürlüklerinde ve merkez ofiste POS makinesi kullanılarak satış yapılabilir.	K6
iletişim		iletişim	pazarlama politikaları	Ürünümüzün doğası gereği web ortamında satışına uygun olmadığından ve bayiler aracılığıyla satış yapıldığından internette online perakende satış yapılmamaktadır.	K6
zaman	iletişim	iletişim+zaman	pazarlama politikaları	Yeni müşterilere ait detaylı bilgilere firmaların web sitelerinden yada ticaret ateşeliklerinden ulaşılır.	K6
maliyet		maliyet	pazarlama politikaları	Önümüzdeki 5 yıl için ihracat hedefimiz yıllık %10 büyümektir (Ingersoll Rand Ltd. grup firmalarına yapılan satışlar hariç).	K6
maliyet		maliyet	pazarlama politikaları	İhracat hedeflerine ulaşmak için pazar çeşitlendirmesi yapılırak; ülkelere göre farklı pazarlama politikaları üzerinde çalışmalar yapılmaktadır.	K6
maliyet		maliyet	pazarlama politikaları	Küresel anlamda IR (ITO Kilit) Ingersoll Rand Ltd. grup firmalarının tedarikçi firması konumundadır. Grup firmaları için yapılan üretim ve satışlar (intercompany sales) ihracatın büyük bir kısmını oluşturmaktadır.	K6
zaman		zaman	pazarlama politikaları	İhracat büyüme stratejimiz ağırlıklı olarak AB ne yeni girmiş ülkeler ve Azerbaycan, kazakistan, türkmenistan, mısır ve suudi arabistandır.	K6
maliyet		maliyet	personel	İhracat operasyonlarının elektronik ortamda yürütülmesinden dolayı personel sayısında artış planlamıyoruz.	K6

Tablo 2. Firma Yöneticilerinin Dış Pazara Yönelik E-Ticarete Geçme Görüşlerine İlişkin Ana/Alt Temalar ve Temalarda Kullanılan İfadeler (devam)

Ana Tema-1	Ana Tema-2	Ana Tema-Hepsi	Alt Tema	Kullanılan Temel İfadeler	İfadeyi Kullanan
maliyet		maliyet	personel	IT sistemi için gereken teknik personel İrlanda'daki IT merkezde istihdam edildiğinden, tasarruf sağlanmaktadır.	K2
maliyet	zaman	maliyet+zaman	personel	İşlemler kolaylaştığı için personel sayısı azalacak, nitelikleri artacaktır.	K1
maliyet	zaman	maliyet+zaman	personel	4 kişi yerine 1 kişi ile işleri yürütebiliyorsak bunda e-ticaret yöntemlerini kullanmamızın etkisi büyüktür.	K1
maliyet		maliyet	personel	Düzce'de dış ticaret konusunda tecrübeli, yabancı dil bilen, hızla adapte olabilecek personel aradık, henüz uygun şartlarda birisini bulamadık.	K1
IR e-ticaret noktası	zaman	IR e-ticaret noktası+zaman	veri analizi	Tüm toplanan teklifler ile ihale kayıtları IR e-ticaret veri tabanında ileride kullanılmak amacıyla saklanmaktadır.	K3
iletişim		iletişim	veri analizi	Tedarikçi performansları tedarikçilerin gönderdikleri malzemelerin kalitesi ve zamanında teslimat kriterleri dikkate alınarak değerlendirilmektedir. Fiyat analizleri zaten sipariş verilmeden tedarik zinciri departmanı tarafından yapıldığından ayrıca analiz edilmez.	K5
zaman	iletişim	iletişim+zaman	veri analizi	Bu veritabanındaki veriler Ingersoll Rand Ltd. bünyesindeki firmaların ERP sistemlerinden online olarak alınmaktadır.	K3
zaman		zaman	veri analizi	IR intranet ortamında tüm küresel satınalma takiplerini bir veritabanı üzerinden yapıyoruz. Tedarikçilerle hangi kategorilerde hangi cirolarla çalışıldığı bu veritabanında kayıtlıdır.	K3
zaman		zaman	veri analizi	Direkt ve indirekt kullanılan malzeme alımları ve Ingersoll Rand Ltd. grup firmalarının birbirlerinden yaptığı alımlar gruplanarak raporlanabilmektedir.	K3
zaman		zaman	veri analizi	Firma içinde kurulan raporlama sistemi ile günlük, haftalık, aylık, müşteri bazında kalite raporları oluşturularak modern problem çözme teknikleri kullanılmaktadır.	K5
IR e-ticaret noktası	iletişim	IR e-ticaret noktası+iletişim	verimlilik	E-pazar yerinde tedarikçi bilgileri bir defa girilmekte ve tüm grup şirketlerince kullanılmaktadır.	K3
IR e-ticaret noktası	zaman	IR e-ticaret noktası+zaman	verimlilik	Tedarikçilerden alınan tekliflerin aynı detayları içermesi ve objektif olması için IR e-ticaret portalında standart bir form kullanılmaktadır. Değerlendirme bu form üzerinden yapılır.	K3
iletişim	maliyet	iletişim+maliyet	verimlilik	Ingersoll Rand Ltd. bünyesine satınalmalarla katılan birçok yeni firmanın ortak bir veri tabanı kullanması için oracle sistemine geçiş çalışmaları başlatılmıştır.	K2
zaman	iletişim	iletişim+zaman	verimlilik	E-posta ile zaman kullanımı etkinleşmektedir.	K1
iletişim	zaman	iletişim+zaman	verimlilik	Ingersoll Rand Ltd. grup firmalarının tamamı tüm dünyada online olarak birbirlerine bağlıdır.	K2
maliyet		maliyet	verimlilik	İthal malzemelerin yerli tedarikçilere ürettirilmesi için (yerileştirme) çalışmaları yapılmaktadır.	K5
zaman	maliyet	maliyet+zaman	verimlilik	ERP sistemine henüz geçmemiş olan firmalarda raporlar bu veritabanına manuel girilmektedir.	K3
IR e-ticaret noktası	maliyet	IR e-ticaret noktası+maliyet	yeni teknolojilerin kullanımı	İlk yatırım maliyeti oldukça yüksek olmasına rağmen; kendi e-ticaret sisteminin kullanım maliyeti yok denecek kadar azdır.	K3
IR e-ticaret noktası	zaman	IR e-ticaret noktası+zaman	yeni teknolojilerin kullanımı	IR e-ticaret portalı kullanılarak tedarikçilerden firma bilgileri ve fiyat teklifleri alınmakta gerektiğinde elektronik ihaleler yapılabilmektedir.	K3
iletişim		iletişim	yeni teknolojilerin kullanımı	Web sayfamız üzerinde ürün bilgilerimiz, iletişim bilgilerimiz duyurulmaktadır. Web sayfamızda e-katalog sistemi henüz yoktur.	K6
maliyet	iletişim	iletişim+maliyet	yeni teknolojilerin kullanımı	Teknik resimlerin 3 boyutlu olarak dolaşımı kalite kontrol giderlerini azaltmaktadır.	K1
IR e-ticaret noktası	maliyet	IR e-ticaret noktası+maliyet	yeni teknolojilerin kullanımı	Bu veritabanı kullanılarak toplam iş hacmi üzerinden tedarikçi firmalarla fiyat pazarlığı yapılması kolaylaşmaktadır.	K3

Tablo 2. Firma Yöneticilerinin Dış Pazara Yönelik E-Ticarete Geçme Görüşlerine İlişkin Ana/Alt Temalar ve Temalarda Kullanılan İfadeler (devam)

Ana Tema-1	Ana Tema-2	Ana Tema-Hepsi	Alt Tema	Kullanılan Temel İfadeler	İfadeyi Kullanan
maliyet	iletişim	iletişim+maliyet	yeni teknolojilerin kullanımı	İR içinde; sipariş takibi, nakliye, sigorta ve gümrük işlemleri e-mail yada messenger tarzı programlarla yürütülmektedir.	K1
maliyet	iletişim	iletişim+maliyet	yeni teknolojilerin kullanımı	Hiç tanımadığımız bir malzeme alımı yaparsak, ürün grup bilgisi ışığında destek aldığımız internet mevzuat sitesinden istatistik numarasına, tarife bilgisine, vergi oran bilgilerine ...vb ulaşabiliyoruz. Bu yöntemle malzemeleri en uygun maliyetle alıyoruz.	K1
maliyet	iletişim	iletişim+maliyet	yeni teknolojilerin kullanımı	E-ticaret yapan tedarikçi firmalar ellerinde stok tutmadığı için hammadde fiyat artışlarını anında bize e-mail ile yansıtmaktadır. Bu e-ticaretin tedarikçi açısından avantajı; ancak alıcı açısından dezavantajıdır.	K4
maliyet	iletişim	iletişim+maliyet	yeni teknolojilerin kullanımı	Grup firmalarından gelen siparişler sanal faks numarasına gönderilerek pdf formatına çevrilir ve ilgili tüm birimlere posta ile anında ulaştırılır. Bunun için dış kaynak kullanılmaktadır.	K4
zaman	iletişim	iletişim+zaman	yeni teknolojilerin kullanımı	İç ve dış piyasa tedarikçi firmalara maille daha kolay sipariş teyiti verebiliyoruz.	K1
zaman	iletişim	iletişim+zaman	yeni teknolojilerin kullanımı	Mevzuat değişikliklerini abone olduğumuz bir mevzuat sitesinden şifre karşılığı takip ediyoruz.	K1
zaman	iletişim	iletişim+zaman	yeni teknolojilerin kullanımı	Aday tedarikçi firmaya e-mail ile bir anket formu gönderilir, firmaya ait tüm bilgiler talep edilir.	K3
zaman	iletişim	iletişim+zaman	yeni teknolojilerin kullanımı	www.alibaba.com, www.yellowpages.com ... gibi ticaret portalları ve www.kazakistan.org gibi ülke bilgi kaynakları kullanılarak yeni müşteriler araştırılmaktadır.	K6
zaman	iletişim	iletişim+zaman	yeni teknolojilerin kullanımı	Önceden kağıt alışverişi ve posta gecikmeleri nedeniyle sorunlar olabiliyordu	K1
zaman	maliyet	maliyet+zaman	yeni teknolojilerin kullanımı	Sonuçta; her şey bilgiye dayalı ve e-ticaret sistemi de bilgiye daha kolay ulaşım sağladığından çok kolay ve hızlı karar alıp işlemleri daha rahat yürütebiliyoruz.	K1
maliyet	zaman	maliyet+zaman	yeni teknolojilerin kullanımı	Firmada kullanılan e posta, telekonferans ve sametime (anında mesajlaşma) yazılımları sayesinde hem zaman hemde maliyet tasarrufu sağlanmaktadır.	K2
zaman	maliyet	maliyet+zaman	yeni teknolojilerin kullanımı	QPR yazılımında 2 temel bölüm vardır. Bunlar dengelenmiş skor kartı (şirket yönetim sistemi için kullanılır) ve proses kılavuzu (kalite sistem dokümanlarının takip edildiği modül) modülleridir.	K5
zaman	maliyet	maliyet+zaman	yeni teknolojilerin kullanımı	Dengelenmiş Skor Kartları (Balanced Score Card) uygulamasında firmanın önceden belirlenmiş proses hedefleri takip edilir. Bunun için web tabanlı olarak çalışan QPR yazılımı kullanılır.	K5
İR e-ticaret noktası	zaman	İR e-ticaret noktası+zaman	yeni teknolojilerin kullanımı	Sistem web tabanlı çalışmaktadır. 4 kategoriden oluşmaktadır. Standartlar, kurumsal kaynak yönetimi, sözleşme yönetimi, tedarikçi yönetimi.	K3

4.5 ARAşTIRMA BULGULARI VE YORUM

Firma yöneticilerinin dış pazara yönelik e-ticarete geçme yönünde kullanmış oldukları ifadeler, belirli ana ve alt temalar çevresinde toplanmıştır (Tablo 2). Aynı alt temalar birden fazla ana tema ve katılımcı ile bağlantılıdır. Kullanılan ifadelere işkin ana ve alt temaların bütünsel ele alınışını kolaylaştırabilecek dağılım ve frekans tabloları da Tablo 3 ve Tablo 4 de verilmiştir. Bu nedenle alt temalar odak noktası olarak belirlenip ilgili ana temalar ve katılımcı görüşleri aşağıda irdelenmiştir. Bu kapsamda incelemeye alınan alt temalar; gnrk uygulamaları, e-imza, DİR, mal ve hizmet kalitesi, bilgi paylaşımı, bilişim altyapısı, yeni teknolojilerin kullanımı, idari ve teknik altyapı, pazarlama politikaları, personel ve verimliliktir.

Tablo 3- Ana Ve Alt Tema Düzeyinde Kullanılan İfadelere İlişkin Dağılım Tablosu

ANA-TEMA-HEPSİ	İFADEYİ KULLANAN	ALT-TEMA											
		bilgi paylaşımı	bilişim altyapısı	dahilde işleme rejimi (DİR)	e-imza	gümrük uygulamaları	idari-teknik altyapı	mal ve hizmet kalitesi	pazarlama politikaları	personel	veri analizi	verimlilik	yeni teknolojilerin kullanımı
devlet uygulamaları	K1												
	K2												
devlet uygulamaları+güvenlik	K1												
devlet uygulamaları+maliyet	K1												
devlet uygulamaları+zaman	K1												
güvenlik	K1												
	K2												
	K4												
güvenlik+maliyet	K1												
güvenlik+zaman	K5												
	K6												
IR e-ticaret noktası+güvenlik	K3												
IR e-ticaret noktası+iletişim	K3												
IR e-ticaret noktası+maliyet	K3												
IR e-ticaret noktası+zaman	K3												
iletişim	K2												
	K4												
	K5												
	K6												
	K1												
iletişim+maliyet	K2												

Tablo 3- Ana Ve Alt Tema Düzeyinde Kullanılan İfadelere İlişkin Dağılım Tablosu (devam)

ANA-TEMA-HEPSİ	İFADEYİ KULLANAN	ALT-TEMA											
		bilgi paylaşımı	bilgişim altyapısı	dahilde işleme rejimi (DİR)	e-imza	gümrük uygulamaları	idari-teknik altyapı	mal ve hizmet kalitesi	pazarlama politikaları	personel	veri analizi	verimlilik	yeni teknolojilerin kullanımı
	K4												
iletişim+zaman	K1												
	K2												
	K3												
	K5												
	K6												
	K4												
maliyet	K1												
	K2												
	K5												
	K6												
maliyet+zaman	K1												
	K2												
	K3												
	K5												
zaman	K1												
	K3												
	K5												
	K6												

Tablo 4. Ana Ve Alt Tema Düzeyinde Kullanılan İfadelere İlişkin Frekans Tablosu

ANA-TEMA-HEPSİ	İFADEYİ KULLANAN	ALT-TEMA												Toplam
		bilgi paylaşımı	bitişim altyapısı	dahilde işleme rejimi (DİR)	e-imza	gümrük uygulamaları	idari-teknik altyapı	mal ve hizmet kalitesi	pazarlama politikaları	personel	veri analizi	verimlilik	yeni teknolojilerin kullanımı	
devlet uygulamaları	K1					1,1%								1,1%
	K2						1,1%							1,1%
devlet uygulamaları+güvenlik	K1				2,2%	2,2%								4,3%
devlet uygulamaları+maliyet	K1			1,1%		1,1%								2,2%
devlet uygulamaları+zaman	K1	1,1%		6,5%		1,1%								8,7%
güvenlik	K1	1,1%												1,1%
	K2		3,3%											3,3%
	K4	1,1%												1,1%
güvenlik+maliyet	K1				1,1%									1,1%
	K5							1,1%						1,1%
güvenlik+zaman	K6						1,1%		1,1%					2,2%
IR e-ticaret noktası+güvenlik	K3							2,2%						2,2%
IR e-ticaret noktası+iletişim	K3	1,1%										1,1%		2,2%
IR e-ticaret noktası+maliyet	K3	3,3%					2,2%	1,1%					2,2%	8,7%
IR e-ticaret noktası+zaman	K3										1,1%	1,1%	2,2%	4,3%
iletişim	K2		1,1%											1,1%
	K4	1,1%												1,1%
	K5							1,1%			1,1%			2,2%
	K6								1,1%				1,1%	2,2%
iletişim+maliyet	K1												3,3%	3,3%
	K2		3,3%									1,1%		4,3%
	K4						1,1%						2,2%	3,3%
	K1						1,1%					1,1%	3,3%	5,4%

Tablo 4. Ana Ve Alt Tema Düzeyinde Kullanılan İfadelere İlişkin Frekans Tablosu (devam)

ANA-TEMA-HEPSİ	İFADEYİ KULLANAN	ALT-TEMA												Toplam
		bilgi paylaşımı	bilgi altyapısı	dahilde işleme rejimi (DİR)	e-imza	gümrük uygulamaları	idari-teknik altyapı	mal ve hizmet kalitesi	pazarlama politikaları	personel	veri analizi	verimlilik	yeni teknolojilerin kullanımı	
iletişim+zaman	K2		1,1%									1,1%		2,2%
	K3	1,1%									1,1%		1,1%	3,3%
	K5	1,1%												1,1%
	K6								1,1%				1,1%	2,2%
maliyet	K1						1,1%			1,1%				2,2%
	K2									1,1%				1,1%
	K5											1,1%		1,1%
	K6								3,3%	1,1%				4,3%
maliyet+zaman	K1									2,2%			1,1%	3,3%
	K2												1,1%	1,1%
	K3											1,1%		1,1%
	K5							2,2%					2,2%	4,3%
zaman	K1					1,1%								1,1%
	K3										2,2%			2,2%
	K5										1,1%			1,1%
	K6								1,1%					1,1%
Toplam		10,9%	8,7%	7,6%	3,3%	6,5%	7,6%	7,6%	7,6%	5,4%	6,5%	7,6%	20,7%	100,0%

Devlet uygulamaları, güvenlik ve zaman ana temalarıyla bağlantılı; gümrük uygulamaları alt teması için K1 katılımcısı, Civelek (2003), Kara (2002) ve Gökçek (2002)'nin de desteklediği üzere, belgelerde ıslak imza şartının kaldırıldığını, fakat TBD (2005)'de bahsedildiği gibi tüm dokümanların henüz elektronik ortama taşınmadığını, bazı yerlerde orijinal fatura gibi asıl belgelerin istendiğini belirtmektedir. Yine K1 katılımcısı; Amerika'da NAFTA üyesi ya da Avrupa'da AB üyesi ülkelerin gümrük kanunlarına uyduğu sürece bir çok işlemi online olarak yürütmekte olduklarını belirtmiştir. Allen ve diğ. (1994), A Framework for Global Electronic Commerce (1997), A European Initiative in Electronic Commerce (1997) kaynağında "AB Komisyonu 1997 tarihli raporunda, birliğin temel hedefinin e-ticaretin Avrupa'da hızla gelişmesini sağlamak olduğu belirtilmiş ve e-ticaretle ilgili çalışmalarda birbirini tamamlayıcı iki hedef belirlenmiştir. Bunlar, e-ticarete güveni oluşturmak ve tek pazara tam olarak girilmesini sağlamaktır" denilmektedir ve Directive, 21, EC (2002)'de ise "AB, e-ticarette tek pazara tam olarak girilmesini sağlamayı ikinci hedefi olarak koymuştur. E-ticarette üye ülkelerin değişik çözümler ve uygulamalar geliştirmeleri etkin olmayan bir yol olarak görülmekte ve tek pazarın bütünlüğünü bozacak bir yaklaşım olarak değerlendirilmektedir. Üye ülkelerin farklı uygulamalar yapmasını engellemek amacıyla "Transparency Mechanism Directive" hazırlanmıştır şeklinde katılımcı görüşünü destekler nitelikte ifadeler kullanılmaktadır.

Devlet uygulamaları, güvenlik ve maliyet ana temalarıyla bağlantılı; e-imza alt teması için K1 katılımcısı, 5070 S.K.(2004), TBD1 (2005), Erol (2003), Lloyd (2001) ve Entrust (2000) kaynağında ".....e-imzanın temel özelliklerinden birisi güvenliktir" görüşüne paralel, e-imza kullanımında en önemli konunun güvenlik olduğunu ve ayrıca e-imza kullanımıyla birlikte gümrük işlem süreçlerinin iki üç hafta kısaldığını vurgulamaktadır.

Devlet uygulamaları, zaman ve maliyet ana temalarıyla bağlantılı; DİR alt teması için K1 katılımcısı, TBD1 (2005) ve www.dtm.gov.tr kaynaklarında "Bu proje ile, DİB'nin DTM'ye ulaştırılması ve onaylarının alınması sürecinde yaşanan bürokratik gecikmeler en aza indirilmiştir. Proje ile, belge başvurusunda bulunacak

firma başvurusunu Internet aracılığı ile elektronik ortamdan yapabilmekte ve başvuru sonucunu yine elektronik ortamda takip edebilmektedir” şeklinde ifade edildiği üzere, bu belge kullanımı ile firmaların zaman kazandığını ve maliyetlerini düşürerek dış pazarlarda rekabet avantajı sağladığını belirtmiştir. Gümrük ve dış ticaret müsteşarlıklarından bir yıl süre ile alınan DİİB ile; ihracat taahhüdü ile ithalatın yapılması kolaylaşmakta ve üretici veya ihracatçı firmaların nakit akışları rahatlamaktadır. Fakat K1 katılımcısı, TBD1 (2005)’teki ifadelerin aksine, DTM ve İB’deki evrak bürokrasisinin azalmasına karşın firmanın hazırladığı evrak sayısının azalmadığını sadece zaman tasarrufu sağlandığını belirtmiştir.

Zaman, güvenlik, IR e-ticaret noktası, iletişim, maliyet ve devlet uygulamaları ana temalarıyla bağlantılı; bilgi paylaşımı alt teması için K3 katılımcısı, Ersoy (1999) ve Civelek (2003)’in TN ile ilgili çalışmalarında vurguladıkları amaç olan “Ulusallararası ticareti engelleyici aşırı düzenleme ve bürokrasiden kaynaklanan ticari işlem maliyetlerini azaltmak” ifadesine paralel zaman ve maliyet tasarrufu faydalarının, IR e-ticaret noktası için de geçerli olduğunu; firma içi ve dışı iletişime katkı sağladığını belirtmiştir. Katılımcı K3; özellikle tedarikçi yönetiminde kullanılan IR e-ticaret noktası sisteminin, küresel ölçekli ve Web tabanlı uygulamaları sayesinde tedarikçi yönetiminde çalışma şartları, fiyat, garanti, indirim oranları gibi bilgileri izlediğimiz, hammaddenin grubu, tedarikçi, coğrafya ve masraf merkezi bazında raporlama olanakları sunan bir sistem olduğunu vurgulamıştır.

Zaman ve iletişim ana temalarıyla bağlantılı; bilişim altyapısı alt teması için K2 katılımcısı, A European Initiative in Electronic Commerce (1997) ve Özgener (2004)’in “Internet’in gelişimiyle birlikte, yeni ekonomik sistemde ihtiyaç duyulan nitelikli personelin sağlanmasında, fiziki mekan sınırlamaları da eski önemini yitirmektedir. Bu sayede dünyanın herhangi bir yerindeki uzmandan yararlanmak mümkün hale gelmektedir” sözlerine paralel olarak, Internet bağlantısı olan her yerden e-ticaret yapılmasının mümkün olduğunu, farklı ülkelerdeki Ingersoll Rand Ltd. grup firmalarının birbirlerinin ERP sistemlerini götürek daha hızlı kararlar alabildiğini ve bunun zaman tasarrufu sağladığını, firma yöneticilerinin dünyanın her yerinden IR Intranet ortamına uzaktan bağlantı programı (VPN) yüklü

dizüstü bilgisayarlar kullanarak bağlantı sağlayabildiklerini, bunun da iletişimi artırdığını vurgulamıştır.

Maliyet ve iletişim ana temalarıyla bağlantılı; idari ve teknik altyapı alt teması için K4 katılımcısı, Özgener (2004)'in “.....dünyanın herhangi bir yerindeki uzmandan yararlanmak mümkün hale gelmektedir” sözlerine paralel olarak, özellikle proje çalışmaları kapsamında farklı ülkelerdeki çalışanların telekonferans aracılığıyla birbirleriyle iletişim kurabildiklerini ve bunun da iletişim maliyetlerini azaltan bir unsur olduğunu belirtmiştir. Telekonferans uygulamaları Internet altyapısını kullandığından e-ticaret kapsamında değerlendirilmektedir.

IR e-ticaret noktası ve güvenlik ana temalarıyla bağlantılı; mal ve hizmet kalitesi alt teması için K3 katılımcısı, BM TN olan WTPF (www.wtpf.org) sitesindeki uygulamalara benzer, IR e-ticaret portalına kaydedilmiş tedarikçilerin de kendilerine verilen şifreler aracılığıyla sisteme girip teklif bırakabildiğini belirtmiştir.

İletişim ve zaman ana temalarıyla bağlantılı; pazarlama politikaları alt teması için K6 katılımcısı, Bozkurt (2000)'ün “İşletmelerin bayileri, dağıtıcıları ve tedarikçileri arasında veya işletmenin başka bir işletmeyle yaptığı ticarete işletmeler arası ‘B2B’ e-ticaret denir. İşletmeler arası e-ticaret özellikle iletişim teknolojilerinin satışında (yönlendiriciler, bilgisayarlar ve yazılımlar) ve seyahat hizmetlerinde etkin bir şekilde yapılmaktadır” ifadeleriyle vurguladığı e-ticaret yöntemlerinden olan endüstriyel pazarlara (B2B) örnek oluşturabilecek bir yapının IR firması içinde kullanıldığını, yeni müşteri arayışlarında firmaların Web sitelerinden ya da ticaret ateşeliklerinden bilgi topladıklarını belirtmiştir. Satılan ürünün doğası gereği, Web ortamında satışa uygun olmadığını ve bu nedenle Internet ten online perakende satış yapılmadığını vurgulayarak sadece bayiler aracılığıyla satış yapıldığını belirtmiştir.

Maliyet ve zaman ana temalarıyla bağlantılı; personel alt teması için, Özgener (2004) ve Civelek (2003) “Internet bir taraftan kendisi için istihdam kapıları açarken diğer taraftan da bağlantılı olduğu ve etkilediği sektörlerde teknoloji eğitimi almış personel ihtiyacını da en üst düzeye çıkarmaktadır” şeklinde ifade kullanarak personel profilindeki değişim konusunda K1, K2 ve K6 katılımcılarını

desteklemektedirler. Katılımcılar, e-ticaret yöntemlerinin kullanılması ile işlemlerin kolaylaştığını, personel sayısının azalarak niteliklerinin arttığını hatta teknik bazı konularda yurt dışında bulunan IT merkezinden destek alındığını, bunun da maliyet ve zaman tasarrufu sağladığını ifade etmişlerdir. Özellikle ihracat uygulamalarında e-ticaret yöntemlerinin giderek yaygınlaşmasından ötürü, ihracat miktarının artmasına karşın, personel sayısında artış görülmeyişi belirtmektedirler.

İletişim ve zaman ana temalarıyla bağlantılı; veri analizi ve verimlilik alt temaları için K1, K2 ve K3 katılımcıları, Hald ve Konsynski (1993)'nin görüşleri ile paralellik arz ederek, IR Intranet ortamında tutulan verilerin firmaların ERP sistemlerinden online olarak alınarak analizinin yapılabildiğini ve elde edilen sonuçların tüm dünyada birbirlerine e-posta ortamında bağlı Ingersoll Rand Ltd. grup firmalarının kullanılabildiğini ifade etmektedirler.

IR e-ticaret noktası, maliyet, iletişim ve zaman ana temalarıyla bağlantılı; yeni teknolojilerin kullanımı alt teması için;

K3 katılımcısı, Biçkes (2000), Bozkurt (2000) ve Civelek(2003)'in “E-ticareti tedarik ve bayi zincirlerine bütünleşen işletmeler, işlem ve idari maliyetlerini azaltıp, insandan kaynaklanan hataları ve gecikmeleri önleyip, telefon, faks ödemelerinden ve zamandan tasarruf sağlayarak, hızlı ve doğru bilgi paylaşımı sonucunda üretim artışında ve dolayısıyla da kurum gelirlerinde bir artış olmaktadır” sözlerine paralel bir ifadeyle; sözleşme yönetiminden, tedarikçi yönetimine, kurumsal kaynak yönetimine ve firma standartlarının takibine kadar kullanılan IR e-ticaret sisteminin ilk yatırım maliyetinin yüksek olmasına karşın kullanım maliyetinin yok denecek kadar az olduğunu ve bu veri tabanı kullanılarak tedarikçilerin iş hacimlerinin analiz edilebildiğini belirtmektedir.

K1 katılımcısı, Erdağ ve Batuman (2006) ve Kepenek (1999) kaynaklarında da vurgulanan, dış ticaret için gerekli olan mevzuat bilgilerine Internet üzerinden ulaşıldığını, müşteri ve tedarikçilerle sipariş teyidinden teknik resim alış verişine kadar her türlü iletişimin e-posta aracılığıyla yürütüldüğünü, böylece maliyetlerin düşürüldüğünü, kolay ve hızlı kararlar alınabildiğini, kağıt alışverişi kalite kontrol giderlerinin azaldığını ve posta gecikmelerinin önlendiğini vurgulamaktadır.

K2 katılımcısı, Erdağ ve Batuman (2006) ve Kepenek (1999) kaynaklarında vurgulanan ifadelerinde yer aldığı gibi ve K1 katılımcısına paralel bir şekilde, e-posta sisteminin önemini vurgulamaktadır. Ayrıca telekonferans ve anlık mesajlaşma (samtetime) uygulamalarının avantajları üzerinde de durmaktadır.

K4 katılımcısı, Hamsioğlu (2001), Özgener (2004), Biçkes (2000) ve Anbar (2001) kaynaklarında e-ticaretin avantaj ve dezavantajları konusunda bahsedilen, e-ticaret yapan tedarikçi firmaların hammaddede fiyat artışlarını anında müşterilerine e-posta ile yansıtmasının müşteri açısından dezavantaj yaşattığını vurgulamaktadır. K4 katılımcısı bunu; e-ticaretin satıcı (tedarikçi) açısından avantajı, alıcı açısından dezavantajı olarak değerlendirmektedir. Ayrıca dış kaynak kullanımı ile faaliyete geçirilen sanal faks numarası üzerinden siparişlerin gönderildiğini; bu sistem üzerinden ilgili birimlere e-posta ile pdf formatında, gelen siparişlerin anında ulaştırıldığını da vurgulamaktadır.

K5 katılımcısı, dengelenmiş skor kart uygulamasına olanak veren Web tabanlı QPR yazılımı ile önceden belirlenmiş süreç hedeflerinin taktibinin sağlandığını belirtmektedir. Katılımcıya göre; aynı yazılım tedarikçi firmaların kendi performanslarını takip etmesine de olanak sağlamaktadır. Keser (2000)'de teknolojik gelişmeler kapsamında, "Teknolojik gelişmelerin desteklediği ve yönlendirdiği ticari faaliyetler, e-ticaretin gelişmesine olanak tanımıştır. Teknolojik gelişmelerle birlikte, telekomünikasyon sistemlerinin kullanımındaki artış, e-ticaretin gelişmesini sağlayan bir diğer etkidir. Maliyetinin düşük olması, tüm işletmelerin e-ticarete katılmalarına olanak tanımaktadır" sözleriyle konuya paralel görüş bildirmiştir.

K6 katılımcısı, yeni müşteri arayışlarında ülke bilgi kaynakları ve e-ticaret noktalarının kullanıldığını vurgulamaktadır. Ersoy (1999) ve Civelek (2003)'de TN bulunan bütün ülkelerin bu noktalarda ülke bilgisi, temel ülke profili (basic country profile) ve gelişmiş ülke profili bilgilerinin bulunduğunu bildirmektedir. Ayrıca K6 katılımcısı, IR firmasının Web sayfasında ürün ve iletişim bilgilerinin olduğunu henüz e-katalog sisteminin olmadığını belirtmektedir.

BÖLÜM V

SONUÇ VE ÖNERİLER

CISCO dünya başkanı John Chamber'in 2006 yılı Şubat ayında CAPITAL dergisinde yayınlanan röportajından alınan "Ayakta Kalacak Firmaları İnternet Belirtileyecek" sözleri, firmanın 3 milyar \$'lık yıllık arge yatırımını açıklamaktadır. Firma; e-ticaretin tüm altyapı çözümlerini (İnternet telefonu, servis sağlayıcı ses, güvenlik, kablosuz, kablolu, tümleşik paket ağları- CPN, metro optik, depolama ağları ve sanal özel ağlar- VPN...gibi) sunmakta ve daha da geliştirmeye çalışmaktadır.

CAPITAL dergisine göre; günümüz dünyasında hala görüşleri büyük itibar gören yönetim gurusu Theodore Levitt'e göre ise;

"Yeni rekabet, firmaların fabrikalarında ürettikleri arasında değil; ambalaj, hizmet, reklam, müşteri önerisi, finansman, teslimat süresi, depolama ve insanların itibar ettiği diğer şeyler gibi, fabrikadan çıkan mala sonradan eklenenler arasında olacaktır"

Bu değerlendirmeler ışığında firmaların geleceklerini e-ticaret uygulamaları ve ticaretin yeni boyutunu ne düzeyde uyguladıkları belirtileyecektir. Artık kaliteyi, ucuz üretim yapmak firmaları ve markaları günümüz koşullarında rakiplerine göre

öne geçiren temel unsur değildir. Önemli olan firmaların kuvvetli yönlerini ne şekilde, hangi iletişim kanallarını kullanarak, hangi hedef kitlelere ve ne zaman ulaştıracağını önceden tespit edebilmesinde gizlidir. Doğru yapılandırılmış e-ticaret uygulamaları, mal ve hizmetlerin tüketiciler tarafından fark edilmesinde en önemli unsurlardan bir tanesidir. Bu nedenle önemi her geçen gün artmaktadır.

Günümüzde, ticari ürünler küresel kabul gören standartlar çerçevesinde üretilmekte ve aynı teknik özellikleri taşıyan birçok marka aynı rafta karşınıza çıkmaktadır.

Bu durumda tüketici tercihini artık fiyat, müşteri isteklerine göre yapılan tasarım, servis, teslimat hızı, esnek müşteri ilişkileri, esnek ödeme koşulları, nakliye kolaylıkları..... gibi tamamlayıcı mal ve hizmet özellikleri belirlemektedir.

Bu tez kapsamında yapılan araştırmada incelenen IR firmasının Türkiye işletmesinde üretilen ürünler standart ve küresel rekabete açık ürünlerdir. Bu nedenle firma; tüketici beklentilerini karşılamak için hız, esneklik, küresel düşünüp yerel hareket edebilme gibi farklılaştırıcı özelliklerini e-ticaret uygulamaları ile desteklemektedir. Artık her işletme sermaye karlılık analizi yapmak zorundadır. İşletmeleri destekleyen yatırımcılar yatırımları paranın getirisini alternatif yatırım araçlarını göre sürekli takip etmekte ve sorgulamaktadırlar.

Elde edilen net kar (işletmenin verimlilik sorunları yoksa), pazar koşullarına bağlıdır

IR (ITO Kilit) firmasında e-ticaretin gelişmesi ve karlılık oranının artırılması için yapılabilecekler şu şekilde sıralanabilir;

IR Emniyet ve Güvenlik A.Ş. (IR) (ITO Kilit) firması;

- a- Mal ve hizmetlerini tanıtmak için, klasik yöntemler yerine elektronik iletişim kanallarını kullanmalıdır (e-posta, elektronik bülten uygulamaları, elektronik ortamda dağıtılan kısa reklam filmleri.... gibi).
- b- Tüketicileri ile iletişimlerini doğrudan sağlamak için Internet günlükleri (bloglar) kurmalı ya da mevcutları takip etmelidir. Büyük bütçeli pazar

araştırmaları ile elde edilebilecek kimi bilgilere bu yolla çok ucuza ulaşmak ve potansiyel müşterilerine ulaşmayı sağlayacak yaklaşımları keşfetmek mümkündür. şu an Fortune 500 firmaların yüzde 10-20'si kendi bloguna sahiptir. (General Motors, Microsoft, Boing, Disney..... gibi)

- c- Tedarikçi ve müşteri ilişkileri için kurulacak sanal ofisler aracılığı ile etkin bir iletişim yöntemi kurmak mümkün olacaktır. Böylece; veri ve doküman paylaşımları kolaylaşacak, kalite problemleri anında ilgililere aktarılmış olacak ve müşteri isteklerinin ürüne yansımına süreci azalacaktır. Örneğin teknik resimlerin müşteriden alınıp, tedarikçiye verilme süreçleri de kısılacaktır.

- d- Elektronik ortamda sipariş yönetimi yapmalı, Web tabanlı uygulamalar kullanılmalıdır. Bu uygulamaların ERP sistemine entegre edilmesi için çalışmalar yapılmalıdır.

- e- Nakliye firması seçiminde entegre bilişim altyapısına sahip firmalar seçmelidir. Bu durumda müşteri tarafından talep edilen yönetsel raporlar (zamanında teslimat oranı, teslimat süreleri, nakliye aracının GPRS sistemi ile takibi.....gibi) nakliye firması tarafından çıkarılacaktır.

IR Emniyet ve Güvenlik A.ř. (IR) (ITO Kilit) firmasında e-ticaret konusunda yapılan örnek uygulamalardan bazıları ise şu şekilde sıralanabilir;

- a- ITO Kilit firmasında kullanılan sanal faks uygulaması ile tüm faks mesajları dünyanın neresinde olursanız olun e-posta kutusuna pdf formatında gelmektedir. Web ortamında e-faks kutusuna ulaşarak faks göndermek mümkündür. Bu sayede ofis giderleri azalmakta, işlerin ofisten bağımsız yürütülmesi mümkün olmaktadır.

- b- İşletmenin kurumsal dokümanlarını elektronik ortama alması (QPR programı kullanarak) hem zaman, hem de maliyet tasarrufu sağlamaktadır.

- c- IR ticaret noktasının oluşturulması ve aktif kullanılması.
- d- Global ölçekli tedarikçi olma avantajını kullanmaları.
- e- ERP sistemini aktif olarak kullanmaları ve grup firmaları arasındaki etkin veri alışverişi.

Dış pazara yönelik e-ticaret konusunda genel olarak devletin ve işletmelerin yapması gereken iyileştirmelerden bazıları ise şu temel başlıklarda sıralanabilir;

- a- Devletin e-ticaret altyapısını oluşturan Internet hizmetlerini, uydu bağlantı sistemlerini, kiralık hat ücretlerini ucuzlatması ve IP telefon bağlantısını desteklemesi ve telefon hatlarından görüntü gönderilebilmesine olanak veren sistemleri kullanma açmasıyla e-ticaret ivme kazanacaktır.
- b- İşletmelerin bilişim departmanlarını gider merkezi değil, kar merkezi olarak görmeleri sağlanmalıdır. Bunun için tüm üniversitelerde yönetim bilgi sistemleri ve avantajları ders olarak okutulmalı, gelecek nesillerin bu konuya bakış açıları genişletilmelidir.
- c- Yerli yazılım firmaları devlet/özel sektör kuruluşlarınca ve üniversitelerce desteklenmeli, gerekirse desteklemeyi özendirici teşvik kanunları çıkarılmalıdır. Bu konu milli bir politika olmalıdır.
- d- Özellikle okullarda bazı dersler Internet ortamında sunulmalı ve yeni kuşakların bu konulardaki farkındalıkları artırılmalıdır.

Dış pazara yönelik e-ticaretle ilgili değerlendirmenin yeniden hatırlanmasında yarar vardır. Bu değerlendirme, dış pazara yönelik e-ticaretin her anlamda yeni bir ticari yöntemi ifade ediyor olmasına ilişkindir. Dış pazara yönelik e-ticaret kuşkusuz yenidir, ancak geçerli olan esaslar ve ilkeleer bakımından geleneksel ticari yöntemlerle benzerlikler içermekte, zaman zaman aynı yöntemleri kullanmaktadır. Dolayısıyla dış pazara yönelik e-ticaret, her anlamda, yeni ve geleneksel ticarete alternatif bir ticari usuller seti değil, iliştişim ve bilgi işleme

teknolojilerinin gelişimine paralel olarak ortaya çıkan ve ticareti kolaylaştıran bir yeniliklerdir.

Dış pazara yönelik e-ticaret, dünya ticaretinin küreselleşmesi açısından gelinen en son noktayı ifade etmektedir. Daha ileri bir görüşle dış pazara yönelik e-ticaret; OECD, UNCTAD ve DTÖ gibi birçok uluslararası organizasyonun uzun zamandan beri sağlamaya çalıştığı daha kolay, uygunlu, ucuz ve hızlı bir uluslararası ticari prosedür için bir çıkış noktasıdır.

Tüm bu ve benzeri tedbirlerle e-ticaretin gelişimi garanti altına alınacaktır.

EKLER

Ek 1. Araştırmada Kullanılan Görüşme Formları.

- Ek 1-A İthalat Uzmanı İçin Kullanılan Görüşme Formu
- Ek 1-B: IT Sorumlusu İçin Kullanılan Görüşme Formu
- Ek 1-C: Malzeme Müdürü İçin Kullanılan Görüşme Formu
- Ek 1-D: Tedarik Zinciri Müdürü İçin Kullanılan Görüşme Formu
- Ek 1-E: İhracat Müdürü İçin Kullanılan Görüşme Formu
- Ek 1-F: Kalite Müdürü İçin Kullanılan Görüşme Formu

Ek 1-Araştırmada Kullanılan Görüşme Formları

Ek 1-A İthalat Uzmanı İçin Kullanılan Görüşme Formu

Araştırma Sorusu : “TR Emniyet Firmasının Dış Pazara Yönelik E-Ticarete Geçiş Nedeni Nedir?” “Neden Öncü Firmalardan Biri Olarak Dış Pazara Yönelik E-Ticarete Geçme Gereği Duymuştur?”

Görüşme Tarihi : 07/04/2006

Merhaba ben Ferruh Kurnoğlu, Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nde yüksek lisans öğrencisiyim. “TR Emniyet firmasının e-ticarete geçiş nedeni ve neden öncü firmalardan biri olarak e-ticarete geçme gereği duyduğu konusunda bir araştırma yapıyorum. Bu görüşmede amacım, IR Emniyet firmasının yöneticilerinin, e-ticaret uygulamalarının çeşitli boyutları ile ilgili ne düşündüklerini ortaya çıkarmaktır. Görüşmelerimi yöneticilerle gerçekleştirmemin nedeni, firmanın e-ticaret faaliyetlerini detaylı olarak bilen ve uygulayan bireyler olmalarıdır. Bu araştırmada ortaya çıkacak sonuçların, bundan sonra yapılacak e-ticaret geliştirme faaliyetlerinin niteliğinin artırılmasına katkıda bulunacağım ümit ediyorum. Bu nedenle sizin araştırma konusu ile ilgili düşüncelerinizi öğrenmek istiyorum.

Bu görüşme sürecinde söyleyeceklerinizin tümü gizlidir. Bu bilgiler sadece bilimsel bir araştırma için kullanılacak ve araştırmacıların dışında herhangi bir kimsenin görmesi mümkün olmayacaktır. Ayrıca araştırmaya katılan yöneticilerin isimleri kesinlikle rapora yansıtılmayacaktır.

Görüşmemiz yaklaşık bir saat sürecektir. Eğer izin verirseniz görüşmemizi kaydetmek istiyorum.

SORULAR

- 1 E-imza uygulamalarında devletin ve işletmelerin üzerine düşen sorumluluklar ve sistemin genel yapısı nasıldır?
.....
- 2 Dahilde İşleme Rejimi ile devletin ve işletmelerin üzerine düşen sorumluluklar ve sistemin işleyişi nasıldır?
.....
- 3 Dış Pazara Yönelik E-ticarette birlikte önemi artan nakliye ve e-gümrük uygulamalarından bahsedermisiniz ?
.....
- 4 Dış Pazara Yönelik E-ticaret uygulamaları ile birlikte beyaz yakalı personel sayısında bir değişim yaşandı mı?
.....
- 5 Dış Pazara Yönelik E-ticaretin gelişmesinde teknolojik ar-ge faaliyetlerinin etkisi nedir? IR Emniyet ve Güvenlik Sistemleri A.Ş. tecrübelerinizi aktarır mısınız?
.....
- 6 IR Emniyet ve Güvenlik Sistemleri A.Ş. firmasındaki dış pazara yönelik e-ticaret uygulamaları ve genel olarak sizin yaşadığınız aksaklıklar nelerdir?
.....
- 7 Dahilde İşleme İzin Belgesinin (DİİB) avantajları nelerdir? Neden tercih ediliyor?
.....
- 8 Sizce Gümrük İdareleri Modernizasyon Projesi (GİMOP) ve Bilgisayarlı Gümrük Etkinlikleri (BİLGE) sistemi e-ticarete ne gibi katkılar sağlamıştır?
.....
- 9 Sizce hükümetler ne tür teşviklerle e-ticaretin gelişimine katkı sağlamaktadır?
.....

Araştırma Sorusu :

“İR Emniyet Firmasının Dış Pazara Yönelik E-Ticarete Geçiş Nedeni Nedir?”

“Neden Öncü Firmalardan Biri Olarak Dış Pazara Yönelik E-Ticarete Geçme Gereği Duymuştur?”

Görüşme Tarihi : 10/04/2006

Merhaba ben Ferruh Kurnoğlu, Abant İzzet Baysal Üniversitesi’nde yüksek lisans öğrencisiyim. “İR Emniyet firmasının e-ticarete geçiş nedeni ve neden öncü firmalardan biri olarak e-ticarete geçme gereği duyduğu konusunda bir araştırma yapıyorum. Bu görüşmede amacım, İR Emniyet firmasının yöneticilerinin, e-ticaret uygulamalarının çeşitli boyutları ile ilgili ne düşündüklerini ortaya çıkarmaktır. Görüşmelerimi yöneticilerle gerçekleştirmemin nedeni, firmanın e-ticaret faaliyetlerini detaylı olarak bilen ve uygulayan bireyler olmalarıdır. Bu araştırmada ortaya çıkacak sonuçların, bundan sonra yapılacak e-ticaret geliştirme faaliyetlerinin niteliğinin artırılmasına katkıda bulunacağımı ümit ediyorum. Bu nedenle sizin araştırma konusu ile ilgili düşüncelerinizi öğrenmek istiyorum.

Bu görüşme sürecinde söyleyeceklerinizin tümü gizlidir. Bu bilgiler sadece bilimsel bir araştırma için kullanılacak ve araştırmacıların dışında herhangi bir kimseyle görüşmesi mümkün olmayacaktır. Ayrıca araştırmaya katılan yöneticilerin isimleri kesinlikle rapora yansıtılmayacaktır.

Görüşmemiz yaklaşık bir saat sürecektir. Eğer izin vererseniz görüşmemizi kaydetmek istiyorum.

SORULAR

- 1 Elektronik altyapı, veri güvenliği ve veri yedekleme uygulamaları nelerdir?
.....
- 2 Sizce hükümetler ne tür teşviklerle dış pazara yönelik e-ticaretin gelişmesine katkı sağlamaktadır?
.....
- 3 IR Emniyet ve Güvenlik Sistemleri A.Ş. (IR) (İTO Kilit) Web sayfasını ne amaçla kullanıyorsunuz? Ne sıklıkla güncellenmektedir?
.....
- 4 Global Network nasıl oluşturulmuş ve firma bu ağa nasıl bağlanıyor?
.....
- 5 E-mail sistemi, telekonferans sistemi, sanetime (Lotus Notes'a ait mesajlaşma programı) uygulamaları hakkında bilgi verir misiniz?
.....
- 6 Firma yöneticilerinin ofis dışından global firma ağına (Intranet) bağlanmasını sağlayan Küresel Ağ'a Uzaktan Erişim (Virtual Private Network -VPN) sistemi hakkında bilgi verir misiniz?
.....

Ek 1-C: Malzeme Müdürü İçin Kullanılan Görüşme Formu

Araştırma Sorusu :

“TR Emniyet Firmasının Dış Pazara Yönelik E-Ticarete Geçiş Nedeni Nedir?”

“Neden Öncü Firmalardan Biri Olarak Dış Pazara Yönelik E-Ticarete Geçme Gereği Duymuştur?”

Görüşme Tarihi : 11/04/2006

Merhaba ben Ferruh Kuruoğlu, Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nde yüksek lisans öğrencisiyim. “TR Emniyet firmasının e-ticarete geçiş nedeni ve neden öncü firmalardan biri olarak e-ticarete geçme gereği duyduğu konusunda bir araştırma yapıyorum. Bu görüşmede amacım, IR Emniyet firmasının yöneticilerini, e-ticaret uygulamalarının çeşitli boyutları ile ilgili ne düşündüklerini ortaya çıkarmaktır. Görüşmelerimi yöneticilerle gerçekleştirmemin nedeni, firmanın e-ticaret faaliyetlerini detaylı olarak bilen ve uygulayan bireyler olmalarıdır. Bu araştırmada ortaya çıkacak sonuçların, bundan sonra yapılacak e-ticaret geliştirme faaliyetlerinin niteliğinin artırılmasına katkıda bulunacağımı ümit ediyorum. Bu nedenle sizin araştırma konusu ile ilgili düşüncelerinizi öğrenmek istiyorum.

Bu görüşme sürecinde söyleyeceklerinizin tümü gizlidir. Bu bilgiler sadece bilimsel bir araştırma için kullanılacak ve araştırmacıların dışında herhangi bir kimseyle görüşmesi mümkün olmayacaktır. Ayrıca araştırmaya katılan yöneticilerin isimleri kesinlikle rapora yansıtılmayacaktır.

Görüşmemiz yaklaşık bir saat sürecektir. Eğer izin verirseniz görüşmemizi kaydetmek istiyorum.

SORULAR

- 1 Malzeme Müdürlüğünün görevi ana hatlarıyla nedir?
.....
- 2 İR firmasına ait e-ticaret noktasından bahseder misiniz? Bu sistem ne amaçla kullanılmaktadır? Kullanılan SRM yazılımı hakkında bilgi verebilir misiniz?
.....
- 3 Bu sistem sadece Güvenlik Sektörü (Security Sector) tarafından mı kullanılmaktadır?
.....
- 4 Yurtdışından yeni tedarikçi ararken nasıl bir yöntem izlemektesiniz ?
.....
- 5 Yurtdışından bulunan yeni tedarikçi ile çalışma kararı vermeden önce izlediğiniz yöntem nedir?
.....
- 6 Neden İR firması kendi e-ticaret noktasını oluşturmuştur?
.....
- 7 E-ihale uygulamalarınız ve yararlarından bahseder misiniz? Alım maliyetlerine etkisi nedir?
.....
- 8 Satın alınan malzemelerin maliyetine e-ticaretin etkisi nedir?
.....

Araştırma Sorusu :

“TR Emniyet Firmasının Dış Pazara Yönelik E-Ticarete Geçiş Nedeni Nedir?”

“Neden Öncü Firmalardan Biri Olarak Dış Pazara Yönelik E-Ticarete Geçme Gereği Duymuştur?”

Görüşme Tarihi : 12/04/2006

Merhaba ben Ferruh Kurnoğlu, Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nde yüksek lisans öğrencisiyim. “TR Emniyet firmasının e-ticarete geçiş nedeni ve neden öncü firmalardan biri olarak e-ticarete geçme gereği duyduğu konusunda bir araştırma yapıyorum. Bu görüşmede amacım, IR Emniyet firmasının yöneticilerinin, e-ticaret uygulamalarının çeşitli boyutları ile ilgili ne düşündüklerini ortaya çıkarmaktır. Görüşmelerimi yöneticilerle gerçekleştirmemin nedeni, firmanın e-ticaret faaliyetlerini detaylı olarak bilen ve uygulayan bireyler olmalarıdır. Bu araştırmada ortaya çıkacak sonuçların, bundan sonra yapılacak e-ticaret geliştirme faaliyetlerinin niteliğinin artırılmasına katkıda bulunacağımı ümit ediyorum. Bu nedenle sizin araştırma konusu ile ilgili düşüncelerinizi öğrenmek istiyorum.

Bu görüşme sürecinde söyleyeceklerinizin tümü gizlidir. Bu bilgiler sadece bilimsel bir araştırma için kullanılacak ve araştırmacıların dışında herhangi bir kimseyle görüşmesi mümkün olmayacaktır. Ayrıca araştırmaya katılan yöneticilerin isimleri kesinlikle rapora yansıtılmayacaktır.

Görüşmemiz yaklaşık bir saat sürecektir. Eğer izin verirseniz görüşmemizi kaydetmek istiyorum.

SORULAR

- 1 Hammaddede ve parça malzeme tedarik maliyetleri ve e-ticaretin etkisi nedir?
.....
- 2 İR firmasının tım dnyada ki işletmelerinde yuritilen projeleri izlediği tasarruf ve maliyet artışlarını irdedeğiği “Productivity Database” programı hakkında bilgi verir misiniz?
.....
- 3 Dış pazara yonelik e-ticarete ERP sisteminin sağladığı katkılar nelerdir? Firmaların birbirlerinin ERP sistemlerine ulaşmasının avantajları nelerdir?
.....
- 4 E-faks sisteminin kullanılmasının nedeni nedir?
.....
- 5 İthal malzemelerin yerli tedarikçi alternatiflerinin bulunması (yerlileştirme) alışmasından bahseder misiniz? Bu süreçte kullandığımız e-ticaret yöntemleri nelerdir?
.....
- 6 Satın alınan malzemelerin güncel teknik özelliklerini tedarikçilere nasıl ulaştırıyorsunuz?
.....

Araştırma Sorusu :

“İR Emniyet Firmasının Dış Pazara Yönelik E-Ticarete Geçiş Nedeni Nedir?”

“Neden Öncü Firmalardan Biri Olarak Dış Pazara Yönelik E-Ticarete Geçme Gereği Duymuştur?”

Görüşme Tarihi : 13/04/2006

Merhaba ben Ferruh Kurnoğlu, Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nde yüksek lisans öğrencisiyim. “İR Emniyet firmasının e-ticarete geçiş nedeni ve neden öncü firmalardan biri olarak e-ticarete geçme gereği duyduğu konusunda bir araştırma yapıyorum. Bu görüşmede amacım, İR Emniyet firmasının yöneticilerinin, e-ticaret uygulamalarının çeşitli boyutları ile ilgili ne düşündüklerini ortaya çıkarmaktır. Görüşmelerimi yöneticilerle gerçekleştirmemin nedeni, firmanın e-ticaret faaliyetlerini detaylı olarak bilen ve uygulayan bireyler olmalarıdır. Bu araştırmada ortaya çıkacak sonuçların, bundan sonra yapılacak e-ticaret geliştirme faaliyetlerinin niteliğinin artırılmasına katkıda bulunacağını ümit ediyorum. Bu nedenle sizin araştırma konusu ile ilgili düşüncelerinizi öğrenmek istiyorum.

Bu görüşme sürecinde söyleyeceklerinizin tümü gizlidir. Bu bilgiler sadece bilimsel bir araştırma için kullanılacak ve araştırmacıların dışında herhangi bir kimseyle görüşmesi mümkün olmayacaktır. Ayrıca araştırmaya katılan yöneticilerin isimleri kesinlikle rapora yansıtılmayacaktır.

Görüşmemiz yaklaşık bir saat sürecektir. Eğer izin vererseniz görüşmemizi kaydetmek istiyorum.

SORULAR

1. Elektronik tanıtım ve reklam uygulamalarınız var mı?
.....
2. E-katalog yapılmış mı? E-posta bültenleri var mı?
.....
3. İnternet üzerinden satış yapılıyor mu?
.....
4. Web adresi tüm şirket dokümanlarına yazılmış mı?
.....
5. Yeni müşteriler aradığınızda İnternet'i nasıl kullanıyorsunuz?
.....
6. İhracat büyüme hedefleri belirlenmiş mi?
.....

EK 1-F: Kalite Müdürü İçin Kullanılan Görüşme Formu

Araştırma Sorusu :

“TR Emniyet Firmasının Dış Pazara Yönelik E-Ticarete Geçiş Nedeni Nedir?”

“Neden Öncü Firmalardan Biri Olarak Dış Pazara Yönelik E-Ticarete Geçme Gereği Duymuştur?”

Görüşme Tarihi : 14/04/2006

Merhaba ben Ferruh Kurnoğlu, Abant İzzet Baysal Üniversitesi'nde yüksek lisans öğrencisiyim. “TR Emniyet firmasının e-ticarete geçiş nedeni ve neden öncü firmalardan biri olarak e-ticarete geçme gereği duyduğu konusunda bir araştırma yapıyorum. Bu görüşmede amacım, IR Emniyet firmasının yöneticilerini, e-ticaret uygulamalarının çeşitli boyutları ile ilgili ne düşündüklerini ortaya çıkarmaktır. Görüşmelerimi yöneticilerle gerçekleştirmemin nedeni, firmanın e-ticaret faaliyetlerini detaylı olarak bilen ve uygulayan bireyler olmalarıdır. Bu araştırmada ortaya çıkacak sonuçların, bundan sonra yapılacak e-ticaret geliştirme faaliyetlerinin niteliğinin artırılmasına katkıda bulunacağım ümit ediyorum. Bu nedenle sizin araştırma konusu ile ilgili düşüncelerinizi öğrenmek istiyorum.

Bu görüşme sürecinde söyleyeceklerinizin tümü gizlidir. Bu bilgiler sadece bilimsel bir araştırma için kullanılacak ve araştırmacıların dışında herhangi bir kimseyle görüşmesi mümkün olmayacaktır. Ayrıca araştırmaya katılan yöneticilerin isimleri kesinlikle rapora yansıtılmayacaktır.

Görüşmemiz yaklaşık bir saat sürecektir. Eğer izin verirseniz görüşmemizi kaydetmek istiyorum.

SORULAR

1. Dış pazara yönelik e-ticaretin önemli bir unsuru mal ve hizmet kalitesinin sürekliliği ve müşteri taleplerinin izlenmesi olduğunu göre; bu konuda ne tür çalışmalar yapılmaktadır?
.....
2. Tedarikçi ilişkileri ve tedarikçi performans takibinde elektronik ortamdan yararlanıyor musunuz?
.....
3. Kalite güvence sisteminin uygulanması ve geliştirilmesinde geliştirilmesin de kullandığınız QPR yazılımından bahseder misiniz?
.....
4. Dış pazara yönelik e-ticaretin gelişmesinde ürün ve sistem belgelerinin (TSE, CE, ISO 9001, vb. gibi) önemi nedir?
.....
5. İthal malzemelerin yerli tedarikçi alternatiflerinin bulunması (yerileştirme) çalışmasından bahseder misiniz? Bu süreçte kullandığınız e-ticaret yöntemleri nelerdir?
.....

KAYNAKÇA

- “Elektronik İmzanın Düzenlenmesi Hakkında Kanun (5070 s.k.)”. **Resmi Gazete**, 25355: 23 Ocak 2004.
- “Türk Ticaret Kanunu (4884 s.k.)”, **Resmi Gazete**, 25141: 11 Haziran 2003.
- A European Initiative in Electronic Commerce*, Communication to the European Parliament, the Council, the Economic and Social Committee and the Commission of the Regions, COM (97)157,1570471997, <http://www.cordis.lu/esprit/src/ecomcom.htm>.
- A Framework for Global Electronic Commerce, A Global Issues , vol. 2 Num. 4, 1997, The White House, July1, <http://www.ecommerce.gov/Framework.htm>.
- ALLEN, Thomas J., MORTON, Michael, Scott**, *Information Technology and the Corporations of 1990s*, Oxford University Press, Oxford, 1994.
- ALTAŞ, Yasin**, Elektronik Veri Değişimi, Tekofaks, (www.tekofaks.com.tr), 2005.
- Altyapı Planlaması, Sonuçlar Özeti, TÜENA, Haziran 1998.
- ANBAR, Adem**, “E-Ticarette Karşılaşılan Sorunlar Ve Çözüm Önerileri” *Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* (2) 2001, 18-32.
- ATABAY, Varol**, “Elektronik Ticaret” *İGEME'den Bakış Dergisi*, Ocak-Mart 1999.

- ATKINSON, Robert D., ve COURT, Randolph H.**, “Progressive Policy Institute Technology, Innovation, and New Economy Project”, *The New Economy Index*, November 1998.
- Australia, Electronic Commerce:Building the Legal Framework, Report of the Electronic Commerce Expert Group to the Attorney General*, 31 March 1998, <http://www.law.gov.au/agnome/advisory/ececegregreport.html>.
- BİÇKES, Mehmet**, “Elektronik Ticaret” *Pazarlama Dünyası Dergisi*, Mart-Nisan: 2000.
- BOGDAN, R.C., ve BILKEN, S.K.**, Qualitative research for education: an introduction to theory and methods, Boston, Ally and Bacon, 1992. (Aktaran: Yıldırım ve Şimşek, 2003).
- BOZKURT, Vessel**, *Elektronik Ticaret (Ekonomik , Toplumsal , Teknik ve Yasal Yönleriyle)*, Alfa Yayınları, İstanbul, 2000.
- CAPITAL**, “Ayakta Kalacak İşletmeleri İnternet Belirleyecek”, Sayı 2006/2, Şubat 2006, ISSN 1300-5960.
- CASH, James**, *Building the Information Age Organization: Structure, Control and Information Technologies*, The Irwin Case Book Series in Information Systems Management, Third Edition, Boston, 1994.
- CHAN, Caroline, SWATMAN, Paula, M.C.**, “Management and Bussiness Issues for B2B eCommerce Implementation”, *Computer Society, Proceedings of The 35 th Hawaii International Conference on System Science*, Hawaii, 2002.
- CİVELİK, M.Emre, SÖZER, Edin Güçlü**, *İnternet Ticareti Yeni Ekososyal Sistem ve Ticaret Noktaları*, Beta Yayınları, İstanbul, 2003.
- De ZWART, Melissa**. “Electronic Commerce: Promises, Potential and Proposals”, University of NSW, s. 1-7, <http://www.austlii.edu/au/other/unswlj/thematic/1998/vol21no2/dezwart.htm>, 10/02/2001.

- DÖNMEZ, Recai**, “Vergi Hukuku Açısından Küreselleşme ve Elektronik Ticaret”, *Anadolu Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 1999, s.432-438.
- E_İmzanın Toplumsal Boyutu*, Türkiye Bilişim Derneği, E-Dönüşüm Eylem Planı, 2005.
- E-imza, Nitelikli Sertifikasyon Altyapısı ve Yetkilendirme*, 1. Çalışma Grubu Raporu, Türkiye Bilişim Derneği, Kamu-BİB, Kamu Bilişim Platformu VII, Antalya, 26-29 Mayıs 2005.
- EKİN, Nusret**, *Bilgi Ekonomisinde Elektronik Ticaret*, İTO Yayınları, No:1998-61, İstanbul, 1998.
- Electronic Commerce*, Commission Of The European Communities , Official Journal of the European Communities, Directive 21, 2002.
- Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu, Finans Çalışma Grubu Raporu 1999, www.igeme.org.tr/tur/etrade/etkk/finans/ilkelcer.htm.
- ENTRUST**, “The Concept of Trust in Network Security”, *Entrust Security Digital Identities&Information*, 2000.
- ERDAĞ, Nevzat - BATUMAN, Emel**, *Elektronik Ticaret*: Arkan Yayınları, İstanbul, 2006.
- ERKAN, Hüseyin**, *Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme*, Türkiye İş Bankası Yayınları, İstanbul, 1994.
- EROL, H. Tarık**, Electronic Signatures in EU and Turkish Law, Beta Yayınları, İstanbul, 2003.
- ERSOY, Zeynep**, *Elektronik Ticaretin Ekonomik ve Sosyal Etkileri*, “Görüş Dergisi”, Ankara, 2000.
- ERSOY, Zeynep**, *Elektronik Ticaret ve Ticaret Noktaları*, İGEME uzmanlık tezi, İstanbul, 1999.
- E-Ticaret Raporu: Türkiye’de ve Dünyadaki Durum*, 1999, www.igeme.org.tr

- Final UN/EDIFACT Message Design Rules For EDI, UN Economic And Social Council*, (http://www.unece.org/trade/untdid/sessdocs/ewg_0598.htm), UNEDIFACT, 1999.
- GÖKÇELİK, Cahit**, *Dış Ticarete Bilgisayarlı Gümrük İşlemleri*, Gümrük Müfettişleri Derneği Yayını, Ankara, 2002.
- GÜNGÖR, Müberra, EVREN, Gökhan**, *İnternet Sektörü ve Türkiye İncelemeleri*, Türk Telekomünikasyon Kurumu Tarifeler Dairesi Başkanlığı, 2002.
- HALD, Alan, - KONSYSNSKI, Benn R.** *Seven Technologies to Watch in Globalization*, Globalization, Technology and Competition, Edited by Bradley, Stephen P., Hausman, Jerry A., Harvard Business School Press, Boston, 1993
- HAMSİOĞLU, A.Buğra**, *2002 Yılına Doğru Yeni Ekonomi Kavramı Üzerine Genel Bir Değerlendirme ve Elektronik Ticaret Kavramı*, Kafkas Üniversitesi İ.İ.B.F, 2001, (http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=188).
- How to Provide, Structure, and Exchange Information in the Global Trade Point Network* (GTPN), Draft, UNCTAD, 16 August 1995.
- İNCE, Murat**, *Elektronik Ticaret Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar*, Devlet Planlama Teşkilatı Raporu, Mart, 1999.
- İYİBOZKURT, Erol**, “Küreselleşme ve Elektronik Ticaret” (Edit.: VeySEL BOZKURT). *Elektronik Ticaret*, İstanbul, Alfa Yayınları, 2000.
- KALAYCI, Cemalettin**, *Ticareti Kolaylaştırma Çalışmaları ve Etkileri*, (www.dtm.gov.tr), 2004.
- KAMI, Taholo**, *IT for Decision Makers*, “e-commerce SME Web Strategy (e-commerce-A Web Presence For Your Business), UNESCO, (www.tongaonline.com), 2006.
- KARA, Oğuz**, *Elektronik Ticaretin Dış Ticaret İşlemlerinde Uygulanması ve Bilgisayarlı Gümrük Etkinlikleri (BİLGİ) Sisteminin Verimliliğinin*

Değerlendirilmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya, 2002.

KEMER, Osman Barbaros, Dış Ticaret Teknikleri, Teori-Uygulama, Alfa Aktüel Yayınları, İstanbul, 2005.

KEPENEK, Yakup, “Ekonomik Yönleriyle Elektronik Ticaret” (Edit.: VeySEL BOZKURT). **Elektronik Ticaret**, İstanbul, Alfa Yayınları, 2000.

KESER, Aşkın, “Küreselleşen Dünyanın Yeni Gerçeği Elektronik Ticaret”, (Edit.: VeySEL BOZKURT) **Elektronik Ticaret**. İstanbul: Alfa yayımları, 2000.

KIRÇOVA, İbrahim, İnternet’te Pazarlama, İstanbul, Beta Yayınları, Mart, 2002.

KIRÇOVA, İbrahim, İşletmeler Arası Elektronik Ticaret, İstanbul, İTO Yayınları, Yayın No:32, 2001.

KRISTULA, Dave, The History Of İnternet, www.davesite.com, 1997.

KURAN, N.Hüseyin, Türkiye için E-Devlet Modeli-Analiz ve Model Önerisi, Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 2005.

KÜÇÜKGÖRKEY,Aslı, Yeni Ekonomi ve Elektronik Ticaret, www.bilgiyonetimi.org, 2002.

LLOYD, Steve ve diğerleri, “CA-CA Interoperability”, PKIforum white paper, 2001

Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment, UNCTRAL, UN, New York, 1997

Model Law on Electronic Commerce, General Assembly Resolution, UNCTRAL, 51/162 of 16 December 1996

OECD, Electronic Commerce: Taxation Framework Conditions, Directorate for Financial, Fiscal and Enterprise Affairs Committee on Fiscal Affairs, 8 Oct. 1998. www.oecd.org.

Online Brokerage: Keeping Apache of Cyberspace, Special Study (1999) <http://www.sec.gov/studies/cybexum.htm>, 22/04/2000.

- ÖZDEMİR Fatoş, BÜKE, Ahmet**, İnternet ve Elektronik Ticaret İstatistikleri, (Bilgi Teknolojileri ve e-Türkiye Zirve Toplantısı), **İTO** Yayınları, İzmir, 2001.
- ÖZGENER, Şevki** , “KOBİ’lerin E-Ticarette Karşılıklı Sorunların Çözümüne Yönelik Alternatif Stratejiler” **Öneri**, cilt:6; Sayı: 22, Haziran 2004, ss. 167-181, ISSN: 1300-0845.
- ÖZMEN, Şule**, Ağ Ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu , E-Ticaret, İstanbul, Bilgi Üniversitesi. Yayınları, 2003.
- ÖZYAZICI, Nürcan**, “Gümrüklerde EDI Projesi ve E-ticaret Alanında Türkiye’deki Çalışmalar”, Gümrük Dünyası, Sayı:23, 1999.
- PATTON, M.,Q.**, How to Use Qualitative Methods in Evaluation. Newbury, Park, CA, Sage, 1987. (Aktaran: Yıldırım ve Şimşek, 2003).
- Planning of Future Work on Electronic Commerce: Digital Signatures, Certification Authorities and Related Legal Issues*, UNCTRAL, A/CN.9/WG.IV/WP.71, 31 December 1996
- RANDLE, William M.**, Building an Infrastructure for Global Electronic Commerce, Forum on Globalizing Electronic Commerce, 21-23 Nisan 1998, Şangay
- SARIHAN, Halime İnceler**, *Rekabette Başarının Yolu Teknoloji Yönetimi*, Desnet Yayınları, 1998.
- Services Infrastructure for Development and Trade Efficiency Assessment, Trade and Development Board, Commission on Enterprise, Business Facilitation and Development*, UNCTAD, 11 November 1996.
- SPITZER, Eliot** “Protecting Your Privacy Online” <http://home.oag.state.ny.us/search?NS=.nts&NS-docs-matched=31&NSdoc-No=13>, 2001.
- TAKADİ, Uchida**, “The Development of an Institutional Environment for Electronic Commerce”, The Economics of the Information Society, (Ed.) Alain Dumort&John Dryden, OECD ve European Communities, 1997

- TTNet (Today and Tomorrow Network)-Yeni Teknolojiler ve Uygulamalar*, Türk Telekomünikasyon A.Ş., Bilişim Ağları Dairesi Başkanlığı, Nisan 1999.
- TURNBULL, Jim** “Cross-Certification and PKI Policy Networking”, Entrust Securing Digital Identities&Information, 2000.
- TÜBİTAK-BİLTEN ve İGEME**, Türkiye İçin Elektronik Ticarete Geçiş Durum Değerlendirmesi ve Pilot Uygulama Projesi Sonuç Raporu, Ankara, 1999.
- URGANCI, Tülay**, Bilgi ve İletişim Teknolojileri Işığında Dış Ticari İlişkilerin Kolaylaştırılması, Dış Ticaret Müsteşarlığı, (<http://www.dtn.gov.tr>) 2005.
- ÜNVER, Alparslan**, Impact of E-Commerce On Retailing, Coventry University Mathematical and Information Sciences Information Technology for Management 2002.
- WATSON, Richard, T.BERTEN, Pierre, PITT, Leyland, ZINKHAN, George M.**, Electronic Commerce, HarcoutCollage Publishers, www.Harcoutcollage.com. Orlando Florida, USA, 2000.
- WOLCOTT, H.F.** Transforming Qualitative Data, Description, Analysis and Interpretation. Newbury Park, CA, Sage, 1994. (Aktaran: Yıldırım ve Şimşek, 2003).
- YAHYAGİL, Mehmet Y.**, *KOBİ lerde Bilgisayar Teknoloji Uygulamaları*, İstanbul: İTO Yayınları, Yay.No:2001-26, 2001.
- YILDIRIM, Ali, ŞİMŞEK, Hasan**, Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri, Seçkin Yayınları, Ankara, 2003.
- YÜKSEL, Mustafa, ERASLAN, Ergün, ASAL, Ömer**, “Elektronik Ticaret”, Gazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Bilgi Sistemleri Araştırma Projesi, Ankara, 2001.

Yararlanılan İnternet Siteleri:

- <http://www.bilgiyonetimi.org>
<http://www.ceteriparibus.com>
<http://www.cordis.lu/esprit/src/ecomcom.htm>
<http://www.dtm.gov.tr>
<http://www.ecommerce.gov>
<http://www.e-imza.gen.tr>
<http://www.e-ticaret.gov.tr>
<http://www.gümrük.gov.tr>
<http://www.ispo.cec.ce/fiwg>
<http://www.kobiline.com>
<http://www.law.gov.au/aghome/advisory/eceg/ecegreport.html>
<http://www.law.gov.au/aghome/advisory/eceg/ecegreport.html>
<http://www.oecd.org>
<http://www.uib.org.tr/konular/E-Birlık.html>
<http://www.unicef.org/unece/cefact/intro/intro.htm>
<http://www.wa.gov:80/dis/sb/sitp/sp4.pdf>
<http://www.wa.gov:80/DIS/ISB/SITP/sp4.pdf>
<http://www.yorktrade.com.tr>
<http://www.uib.org.tr/konular/e-birlık.html>
<http://www.oaib.gov.tr, 2004.>

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Ferruh KURUOĞLU

Sürekli Adresi : IR Emniyet ve Güvenlik A.Ş. Merkez / DÜZCE

E-mail : fkurnuoglu@hotmail.com

Doğum Yeri ve Yılı : Kastamonu, 1970

Yabancı Dil : İngilizce

İlköğretim : Abdülhakhamit İlkokulu, Kastamonu

Ortaöğretim : Merkez Ortaokulu, Kastamonu

Lise : Abdurrahmanpaşa Lisesi, Kastamonu

Lisans : Gıda Mühendisliği Bölümü, Hacettepe Üniversitesi, Ankara

Yüksek Lisans : İşletme Bölümü, AİBÜ, Bolu

Ana Bilim Dalı : İşletme

Bilim Dalı : İşletme