

T.C
SELÇUK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI

ELEKTRONİK TİCARETİN KALKINMA ÜZERİNE ETKİLERİ

(Doktora Tezi)

147405

DANIŞMAN
Prof. Dr. Orhan GÖKÇE

HAZIRLAYAN
Birol AKGÜL

Konya, 2004

ELKTRONİK TİCARETİN KALKINMA ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

(THE EFFECTS ON DEVELOPMENT OF THE ELECTRONIC COMMERCE)

İÇİNDEKİLER	i
ŞEKİLLER	vi
TABLolar	vii

GİRİŞ	1
1. ÇALIŞMANIN KONUSU	8
2. ÇALIŞMANIN AMACI	8
3. ÇALIŞMANIN ÖNEMİ.....	8
4. ÇALIŞMANIN SINIRLARI.....	9
5. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ.....	10

BİRİNCİ BÖLÜM KAVRAMSAL VE TEORİK ÇERÇEVE

1. ELEKTRONİK TİCARETİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ	12
1.1. Elektronik Ticaret Kavramı	12
1.2. Elektronik Ticaretin Tanımı	16
1.3. Elektronik Ticaretin Kapsamı	20
1.4. Elektronik Ticaretin Gelişimi	25
1.5. Elektronik Ticaretin Bilgi ve İletişim Teknolojileri ile ilişkisi	29
1.6. Elektronik Ticaretin Araçları	30
1.7. Elektronik Ticaretin Tarafları	41
1.7.1 Elektronik Ticaretin ‘İlgili’ Tarafları	41
1.7.2 Elektronik Ticaretin ‘Dolaylı’ Tarafları	43
2. KALKINMA KAVRAMININ ÇERÇEVESİ	45
2.1. Kalkınma Kavramı	46
2.2. Kalkınmanın Tanımı	47
2.3. Kalkınma Kavramının Kapsamı	49

2.4. Kalkınma Modelleri	51
2.5. Elektronik Ticaret Kullanımına Dayalı Kalkınma Modelinin Teorisi	52

İKİNCİ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARET KULLANIMINA DAYALI KALKINMA MODELİ

1. MAKRO ÖLÇEKTE STRATEJİK PLANLARIN HAZIRLANMASI	58
1.1. Siyasi İradenin Modeli Benimsemesi ve Uygulama Kararlılığı Göstermesi	60
1.2. Elektronik Ticaret Kullanımına Yönelik Stratejik Planların Hazırlanması	62
1.2.1 Stratejik Planların Hazırlanma Nedenleri (Mevcut sorunların Tespiti)	63
1.2.2 Stratejik Kalkınma Planının Hedefleri	64
1.2.3 Stratejik Kalkınma Planlarının Türleri	65
1.2.4 Elektronik Ticaret Kullanımına Yönelik Stratejik Planların Kapsamı	66
1.2.5 Elektronik Ticaret kullanımına Dayalı Stratejik Kalkınma Planının Aşamaları	67
1.2.6 Stratejik Planların Uygulanması	69
2. ALTYAPI ÇALIŞMALARININ TAMAMLANMASI	70
2.1. Elektronik Ticaretin Teknolojik Altyapısının Sağlanması	72
2.2.E-Ticarete Dayalı Ekonomik Sistemin Yasal ve Hukuki Altyapısının Tamamlanması	74
2.3.Toplumsal Altyapının Oluşturulması.....	77
3. ELEKTRONİK TİCARETE GEÇİŞTE TOPLUMSAL EĞİTİM	82
3.1 . Elitist Eğitim Yaklaşımından Global Eğitim Yaklaşımına Geçiş	84
3.2 .Global Eğitim Yaklaşımının Hedefleri	85
3.3 . Bilgi Toplumuna Dönüşümde Global Eğitim Yaklaşımının Kapsamı ve Uygulanması	86
4. ELEKTRONİK DEVLETE GEÇİŞ	94
4.1. E-Devletin Kapsamı	95
4.2. Elektronik Devlet Yapılanması	95
4.3. Elektronik Devlet Yapılanmasının Amaçları	97
4.4. Elektronik Devlete Sunulan Hizmetler	98
4.5. Elektronik Devlet Yapılanmasının Sağladığı Yararlar ve E-Demokrasi Oluşumu.....	99
4.6. Elektronik Devlete Geçişin Elektronik Ticarete Katkıları	101
5. MİKRO ÖLÇEKTE ELEKTRONİK TİCARET SİSTEMİNİN OLUŞTURULMASI.....	102
6. E-TİCARET KULLANIM YÖNTEMLERİNİN BELİRLENMESİ VE UYGULANMASI (ELEKTRONİK ORTAMDA BÜTÜNLEŞME)	105

6.1. Donanımlı ve Eğitilmiş Personel Temini	106
6.2. İmalatın Planlanması ve Üretim Geliştirme	107
6.3. Envanter Kontrolü, Gerçek Zamanlı Denetim ve Doğruya Yakın Kestirim	108
6.4. Outsourcing (Dış Kaynak Kullanımı)	110
6.5. İnternet Ortamında Faaliyet (Elektronik Pazarda Olma ve Pazara Yayılma).....	110
6.6. Elektronik Ortamda Tanıtım ve Reklam	112
6.7. Farklı Sektörlerde Elektronik Ticaret Kullanımı	114
7. ELEKTRONİK TİCARETİN TARAFLARI ARASINDA OLUŞAN ELEKTRONİK TİCARET İŞLEYİŞ TÜRLERİ	115
7.1 İşletme – İşletme Arasındaki Elektronik Ticaret (B2B)	115
7.2 İşletme – Tüketici Arasındaki Elektronik Ticaret (B2C)	116
7.3 İşletme - Devlet Arasındaki Elektronik Ticaret (B2G)	116
7.4 Devlet - Tüketici Arasındaki Elektronik Ticaret (G2C)	116
7.5 Tüketici - Tüketici Arasındaki Elektronik Ticaret (C2C)	117

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARET KULLANIMININ KALKINMA ÜZERİNE ETKİLERİ

1. E-TİCARETİN KALKINMA ÜZERİNDEKİ EKONOMİK ETKİLERİ	119
1.1. ELEKTRONİK TİCARETİN PAZAR YERLERİNİ DEĞİŞTİRME ETKİSİ.....	119
1.1.1. E-ticaret ile Pazar Yerlerinin Nesnel Bir Pazardan Sanal Bir Pazara Taşınması	120
1.1.2. Mübadele Araçları ve Yöntemlerinin Değişmesi	121
1.1.3. Geleneksel Ticaret Yönteminin Elektronik Ticaret Biçiminde Yeniden Planlanması ve Örgütlenmesi	123
1.2. ELEKTRONİK TİCARETİN REKABETİ GÜÇLENDİRME ETKİSİ	126
1.2.1 E-Ticaretin Maliyetleri Azaltıcı ve Karlılığı Artırıcı Etkisi	127
1.2.2 E-Ticaretin İnsan kaynaklarındaki Verimliliği Artırıcı Etkisi	131
1.2.3 Sektörlerdeki Verimliliği Artırıcı Etkisi	133
1.2.4 Sektörlere Daha Uygun Kaynak Ve Girdi Sağlayıcı Etkisi	135
1.2.5 E-Ticaret ile Sürekli Rekabet Edebilme Yeteneğini Kazanım	136
1.3. ELEKTRONİK TİCARETİN İSTİHDAM VE MESLEK YAPILARINA ETKİSİ	137
1.3.1. E-Ticaretin İstihdama Etkisi	138

1.3.2	Sektörel ve Mesleki Yapıları Geliştirici ve Değiştirici Etkisi	139
1.3.3	E-Ticaretin Yeni İş Alanları Yaratma Etkisi	141
1.4.	ELEKTRONİK TİCARETİN EKONOMİK AÇIKLIK (ŞEFFAFLIK) ÜZERİNE ETKİLERİ	143
1.4.1.	İşletmelerin Elektronik Ticaret Aracılığı ile İş Yaptığı Diğer İşletmelere ve Tüketicilere Şeffaf Olması	143
1.4.2.	Elektronik Ticaretin Ürün ve Hizmetlerle İlgili Bilgilere Kolay Ulaşım İmkânı Vermesi	144
1.4.3.	Elektronik Ticarete İşlemlerin Ekonomik Şeffaflığı Sağlayacak Şekilde Belirli İlke ve Standartlara Bağlanması (Elektronik Sözleşmeler)	145
1.5.	E-TİCARETİN “ZAMAN” KAVRAMININ GÖRELİ ÖNEMİNİ DEĞİŞTİRMESİ	145
1.5.1.	Elektronik Ticaretin, Ticari İşlem Süresini Minimize Etmesi	146
1.5.2.	E-ticaretin Üretim ve İş Süresini Minimize Etmesi	148
2.	ELEKTRONİK TİCARETİN SOSYAL VE KÜLTÜREL ETKİLERİ	149
2.1	Elektronik Ticaretin Devletin Sosyal Politikalarına Etkileri	151
2.2	E-Ticaretin Neden Olduğu Toplumsal Değişikliklerin Firmalara Etkileri	153
2.3	Elektronik Ticaretin Firma Çalışanları Üzerindeki Etkileri	154
2.4	Elektronik Ticaret Kullanımının Etik İlkelerine (Ticaret Ahlakına) Etkileri	156
2.5	Elektronik Ticaret Kullanımının İnsan İlişkilerine Etkisi	159
3.	ELEKTRONİK TİCARETİN SİYASAL ETKİLERİ	161
3.1.	Elektronik Devlet Yapılanma ve Dönüşümü Hızlandırması	162
3.2.	Yönetimde Şeffaflaşmayı Mümkün Kılması	162
3.3.	Bürokrasinin Olumsuzluklarını Ortadan Kaldırması	163
3.4.	E-Demokrasiyi Geliştirmesi	164
4.	ELEKTRONİK TİCARETİN TEKNOLOJİ ÜZERİNE ETKİLERİ	165

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARETİN ÜLKE EKONOMİLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

.....	170
1. DÜNYADA İNTERNETİN KULLANIMI VE YAYGINLAŞMASI	171
2. ELEKTRONİK TİCARET UYGULAMASININ ÖNCEDEN GELİŞMİŞ ÜLKELERE ETKİLERİ	177

2.1. Elektronik Ticaretin Ülke Ekonomilerine Etkilerini Değerlendirmede	
Faydalanılan Araç ve Yöntemler	177
2.2. Elektronik Ticaret uygulamasının ABD'ye Etkilerinin İncelenmesi	180
3. ELEKTRONİK TİCARET KULLANIMININ GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERE ETKİLERİ ..	186
3.1 Elektronik Ticaret Uygulamasından Etkilenen Ülkelerin Gruplandırılması	186
3.2. Örnek Ülke Olarak İrlanda'nın İncelenmesi	187

BEŞİNCİ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARET KULLANIMININ TÜRKİYE'NİN KALKINMASINA ETKİSİ

.....	195
1. Türkiye'de Bilim ve Teknoloji Politikalarının Gelişimi	196
2. Türkiye'de Bilim ve Teknolojileri Kullanım Düzeyi	199
3. Türkiye'de Bilim ve Teknoloji Politikaları Çerçevesinde İşletmelere Sağlanan Destekler	201
3.1. Ar-Ge Yardımı	202
3.2. KOBİ Teknoloji Geliştirme Destekleri	203
4. Türkiye'de Elektronik Ticaret Altyapısının Durumu	204
5. Türkiye'de Elektronik Ticarete Geçiş Çalışmaları	208
6. Türkiye'de Elektronik Ticaretle İlgili Kuruluşlar	210
7. Elektronik Ticaret Kullanımına İlişkin Yasal Düzenlemelerin Durumu	213
8. Elektronik Ticaret Kullanımının Türkiye'nin Kalkınmasına Sağlayacağı Katkılar	215

SONUÇ: GENEL BİR DEĞERLENDİRME	217
---	------------

ELEKTRONİK TİCARET TERİMLERİ SÖZLÜĞÜ	225
---	------------

KAYNAKÇA	238
-----------------------	------------

ÖZET	264
-------------------	------------

ABSTRACT	266
-----------------------	------------

ŞEKİLLER

ŞEKİL 1: İnternet Ve Elektronik Ticaretin Gelişim Şeması	28
ŞEKİL 2: Elektronik Ticaretin ‘İlgili’ Tarafları	42
ŞEKİL 3: Elektronik Ticarete Dayalı Kalkınma Modeli Uygulaması	54
ŞEKİL 4: Makro Ölçekte Stratejik Planların Hazırlanması	59
ŞEKİL 5: Gerekli Altyapı Çalışmalarının Tamamlanması	71
ŞEKİL 6: Yeniden Yapılanma ile Eğitim-Öğretim Arasındaki İlişkiler	87
ŞEKİL 7: Teknoloji Destekli Global Eğitim Sistemi İle Değişen Öğrenme Fonksiyonları.....	89
ŞEKİL 8: Teknoloji Destekli Global Eğitim Sisteminin Uygulanması (İşleyişi).....	92
ŞEKİL 9: Elektronik Devlet Yapılanmasındaki Temel Unsurlar	96

TABLÖLER

TABLO 1: 1995'ten Günümüze İnternet Kullanıcı Sayısı 172

TABLO 2: Dünya İnternet Kullanımı Ve Nüfus İstatistikleri 173

TABLO 3: Dünyada İnternet Kullanım Yaygınlığının En Çok Olduğu İlk 20 Ülke.....175



GİRİŞ

XIX. ve XX. Yüzyılda bilimsel metot ve teknikler ile icat edilen araç gereçlerin üretimde kullanılması ve toplu üretimde kullanılan araç gereçlerin yaygınlaşması ile sanayileşme gerçekleşmiştir. Sanayileşme sonucu ise bilimsel çalışmalara daha da ağırlık verilmiştir. Bilimsel çalışmalardaki gelişmeler hem kalkınmayı sağlamış hem de toplumsal dönüşümü, yani, “tarım toplumu”ndan “sanayi toplumu”na dönüşümü gerçekleştirmiştir. Sanayi toplumuna geçişte en çarpıcı unsur; bilimsel ve teknik araştırmalara ağırlık verilmesi sonucu sanayileşmenin gerçekleşmesi ve toplumsal kalkınmanın sağlanması olarak belirtilebilir.

Sanayileşerek kalkınma tüm ülkelerin hedefi olmuştur. Bu hedef doğrultusunda geçen yüzyılda “merkez ülkeler” dediğimiz ülkeler bu hedefi gerçekleştirebilirken, “çevre ülkeler” olarak adlandırılan ülkeler ise kalkınma hedefine ulaşamamışlardır.

Merkez ülkelerin karşılaştıkları sorunların başında, kalkınmanın sürekliliği olarak nitelendirilebilecek sürdürülebilir büyümenin sağlanması gelirken, çevre ülkelerin karşılaştıkları ana sorun ise; öncelikle kalkınmanın sağlanması, sonra sürdürülebilir büyüme önlemlerinin alınmasıdır.

“sanayileşme” ve “sanayi toplumu” olmanın özellikleri olan “mal ve hizmet üretimi” ile “mal ve hizmet ticareti” kalkınmanın da temel araçlarını oluşturmaktadır. Ancak mal ve hizmet üretimi ile geleneksel yöntemlerle yapılan mal ve hizmet ticaretinin günümüzde ikinci dereceye düşmek üzere olduğu kanaati yaygınlık kazanmaya başlamıştır. Bunun nedenleri arasında; sanayi toplumundan bilgi toplumuna dönüşüm için bütün şartların oluştuğu, bilgi ve iletişim teknolojilerinde büyük bir değişimin yaşandığı, bilginin üretilmesinde, kullanımında ve yaygınlaşmasında büyük mesafelerin kaydedildiği, bütün bu gelişmelere bağlı olarak da bilgi ve iletişim teknolojilerine dayalı kalkınma için yeni bir ekonomik işleyiş ve yapılanmanın oluşum aşamasında olduğu gibi temel nedenler gösterilebilir.

“Bilgi ve iletişim teknolojilerine dayalı kalkınma aşamasına geçmek için önce sanayileşmek mi gerekmektedir, yoksa sanayileşmeden de bilgi toplumuna geçilebilir mi? Ya da sanayileşme ve sanayi toplumu olma aşamasını kısa bir süreçte geçmenin imkanı var mıdır?” gibi temel sorularla karşılaşılmaktadır.

Sanayileşme ve sanayi toplumu olma aşamasını hızlı ve kısa bir süreçte geçmenin imkanlarını araştırmak mümkün iken, bu dönemi tamamen atlamak mümkün görünmemektedir. Sanayileşmeden bilgi ve iletişim teknolojilerinin imkanlarına dayalı olarak kalkınmak ve tarım toplumundan bilgi toplumuna dönüşüm için bol bilgi ve haber akışına kavuşmak yeterli değildir. Bilgi toplumuna dönüşümde belirli bir altyapıya ihtiyaç duyulmaktadır. Bu da ancak sanayileşme ve sanayileşmenin sağladığı alt yapı imkanları ile gerçekleştirilebilir. Bu alt yapı imkanları ise; bilgiyi oluşturmak, kullanılır hale getirmek ve yerinde kullanabilmek amacıyla bir sistem içinde işletebilmeyi kapsamaktadır. Bu çerçevede ise bilgi ve iletişim teknolojilerinin anlam ve içeriği büyük önem taşımaktadır.

Son otuz yılda klasik iletişim teknolojileri (haberleşme, sesli iletişim, görsel yayın) alanlarına elektronik, internet ve bilgisayarların bir arada uygulanması sonucu “yeni bilgi ve iletişim teknolojileri” olarak isimlendirilen teknolojik gelişme, tüm klasik-geleneksel ekonomik, siyasal ve toplumsal yapıları kökünden

değiştirmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojileri alanında yaşanan bu olağanüstü gelişmelerde bir çok teknolojik buluşun rolü olsa da; lokomotif görevini gören ana faktör, bilgiye ulaşımı, bilginin yaygınlaşmasını, bilgiden bilgi üretilmesini kolaylaştıran ve imkan yaratan bilgisayarın icadı ve kullanımı ile internet kullanımının yaygınlaşmasıdır. Bilgi ve iletişim teknolojileri alanında yaşanan bu olağanüstü gelişmeler ve bu teknolojilerin kullanımının yaygınlaşması ülkelerin kalkınmaları üzerinde büyük oranlarda rol oynamıştır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kalkınma üzerindeki etkileri, ekonomik sistemleri temellerinden sarsmış, yeni bir ekonomik örgütlenme ve ekonomik sistem oluşturulmasını zorlamaya başlamıştır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucu oluşan yeni ekonomik sistem “yeni ekonomi”, “dijital ekonomi” “e-ekonomi”, “bilgi ekonomisi”, “bilgi destekli ekonomi”, “küresel bilgi ekonomisi” gibi kavramlarla ifade edilirken; eski ekonomik yapı (sistem) ise “eski ekonomi”, “geleneksel ekonomi” ve/veya “geleneksel ticaret” gibi kavramlarla tanımlanmıştır.

Aslında yeni ekonomi eski (geleneksel) ekonomiden tamamen farklı olmayıp, eski ekonominin bazı boyutlarının ya da araçlarının yenilenerek ve/veya geliştirilerek, oluşturulmuş yenilenen bir şeklidir. Bu çerçevede yeni ekonomi, eski ekonomide de kullanılan “bilgi”, “insan” ve “bilgi teknolojileri” öğelerinin eskiye nazaran daha çok önem kazandığı ve ön plana çıktığı daha doğrusu bütün oluşumunu bu üç öğenin birlikteliği çerçevesinde oluşturulmuş bir prizmadır.

Bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) adı verilen; klasik iletişim teknolojileriyle birlikte bilgisayar donanım ve yazılımları, internet, elektronik, uydu iletişim ve yayın araçları, mobil iletişim araçları son otuz yılda çok büyük bir hızla gelişmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojileri bu süreç içerisinde birkaç kez değişim evresi geçirerek günümüzde 3. - 4. faz (akım) teknolojileri temsil etmektedir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin bu gelişim sürecinde; ilk aşamalarda kullanılan teleks, yerini faksa bırakmış; teleks kullanımı ağırlığını kaybetmiştir.

Daha sonraki aşamada ise faks kullanım yoğunluğu telefon kullanım yoğunluğunun artması ile ağırlığını kaybetmiştir. Son aşamalarda ise internet ve bilgisayar kullanımının artması sonucu telefon kullanım yoğunluğu yerini mobil telefona, internet ve bilgisayar kullanım yoğunluğuna bırakmıştır. Bunun temel nedeni ise, bilgi ve iletişim teknolojileri alanındaki hızlı gelişmedir. Bu alandaki tüm gelişmeler; bilgiye erişimi, iletişimi, veri işlemeyi, bilgi saklamayı son derece kolaylaştırmış ve yaygınlaştırmıştır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin ekonomik sistemi etkilemesinin yanı sıra; devlet yapılarını, toplumsal yapıları, eğitim yapılanmalarını ve siyasal yapıları da temelinden etkilemiş ve köklü değişimler yaşanmasını gerekli kılmıştır. Geleneksel devlet yapılanmasından elektronik devlet yapılanmasına, dolayısıyla “elektronik demokrasiye” geçilmesi ile devlet işlerindeki işlemlerin hızı, verimliliği ve etkinliği artmıştır.

Toplumsal yapılardaki başat değişim ise; vatandaşların aldığı kararlarda gerekli olan bilgiye gerekli zamanda, hızla, doğrulukta ulaşabilmeye, sahip olabilmeye ve kullanımına olanak sağlayarak, bireyin gelişimine önemli katkılarda bulunmasıdır. Bu tür gelişmeler, aynı zamanda, bireyin daha fazla gelişimini ve eğitimini de ön plana çıkarmaktadır. Böylece toplumsal kalkınmada ve toplumsal gelişimde en önemli faktörün “insan faktörü” olduğu olgusu, genel kabul görmeye başlamıştır. Son yıllarda eğitime, insan kaynaklarını geliştirmeye, bireylerin bilgi ve yeteneklerini artırmaya yönelik yatırım ve faaliyetlerin temelinde de “insan faktörüne verilen değerin artması” gelmektedir.

İnsan faktörüne verilen değerin artması ve insan kaynaklarındaki verimliliğin artırılmasına yönelik faaliyetler, eğitim kurumlarının yapılarını etkilemiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerden etkilenen eğitim kurum yapıları bilgi ve iletişim teknolojilerinin sağladığı imkanlar çerçevesinde yeniden yapılandırılmaya başlanmıştır.

Ayrıca eğitim sistemleri (metotları) de bu gelişmelerden etkilenmiştir. Genel olarak yaygın olan “elitist eğitim sistemi”nden “global eğitim sistemi”ne geçilmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler seçkin olan elitist eğitim sisteminin etkinliğini azaltarak, tüm toplumu kapsayan, global eğitim sistemi’nin yaygınlaşmasını sağlamıştır.

Bilgisayar kullanımının yaygınlaşması ve internet’in tüm dünyada kabul görmesi ekonomik alanda bir çok yeni gelişmeleri de beraberinde getirmiştir. Bu gelişmeler neticesinde, 1994 yılında sanal şirketlerin ortaya çıkması ile bilgi ve iletişim teknolojilerinden faydalanılarak, internet üzerinden yeni bir ticaret şekli olan “elektronik ticaret kullanımı” ortaya çıkmıştır.

“Elektronik Ticaret” kavramının temel araçları bilgi ve iletişim teknolojileri olurken geleneksel ticaretin araçlarından da yararlanılmaktadır. Elektronik ticaretin gerçekleştirildiği alanlar ise, geleneksel ticaretin gerçekleştirildiği pazar yapısından sanal ortamda oluşturulan pazar yapısına taşınarak icra edilmektedir. Yine elektronik ticaretin tarafları da geleneksel ticaretteki üretici - tüketici ilişkisinden biraz daha farklılıklar göstermekte, elektronik ticaret pazar alanını biraz daha genişletmektedir.

Elektronik ticaret kullanımı; maliyetleri düşürmesi, ticaret kapasitesini büyütmesi, üretim ve kullanım verimini, kârlılığı, haberleşme kapasitesini ve etkinliğini, iletişim hızını artırması gibi makro ekonomik ölçekte birçok avantajlar sağlamaktadır. Bu avantajlar ise elektronik ticaret kullanımının daha da yaygınlaşmasına neden olmaktadır.

İnternetin uygulama alanının ve elektronik ticaretin yaygınlaşmasıyla birlikte meydana gelen gelişmeler, mikro ekonomi alanında (firmalar bazında) kendini gösterdiği gibi bir algılama olsa da, bu gelişmelerin makro ekonomi ve makro ekonomik politikalar konusunda etkili olacağı genel kabul görmektedir. Elektronik ticaretin hızla yaygınlaşması, ticaret kapasitesinin artmasına neden olarak makro ekonomik dengeleri etkilemekte; dolayısıyla kalkınmayı sağlayıcı atmosfer

oluşturmaktadır. Bu nedenle, elektronik ticaret, ülkelerin kalkınmalarını gerçekleştirmek üzere hazırladıkları planlarında ve uygulamalarında dikkate alınan temel unsurlar arasında yer almaya başlamıştır.

Bu çerçevede, ülke kalkınmasında elektronik ticaretin sağladığı pozitif etkiden faydalanmak için makro düzeyde planlama yapma ve program oluşturma aşamalarında, yeni kurullar ve yeni bakanlıklar kurulması gereksinimi ülkelerin gündemlerini işgal etmekte ve tartışılmaktadır.

Bu tartışmaların ana nedeni ise; elektronik ticaretin, (bilgi ve iletişim teknolojilerinin tüm fonksiyonlarının, araçlarının ve imkanlarının kullanımını kapsayan bir elektronik ticaretin) üretim aşamasından başlayıp tüketiciye ulaşmaya kadar geçen süreçte çok yaygın ve etkin kullanılmasıdır. Bu süreçte gerçekleşen elektronik ticaret kullanımının sağladığı sinerji ise, kalkınmayı sağlayıcı ve kalkınma-büyüme hızını artırıcı etkiler meydana getirmektedir.

Bu çalışmada elektronik ticaret kullanımının kalkınmayı sağlayıcı ve büyüme hızını artırıcı pozitif yönlü etkilerinin olduğu iddia edilmekte ve savunulmaktadır. Bu çerçevede incelendiğinde görülmektedir ki; artık günümüzde, elektronik ticaret kullanımının ülkelerin kalkınmalarını sağlayacak bir rol oynayabileceği, uygulamalar sonucu elde edilen istatistiksel verilerle net bir şekilde ortaya konabilmektedir. Yapılan araştırmalarda da yeni ekonominin ve elektronik ticaretin ilk etkileri; verimliliğin artması, ekonomik büyüme oranlarının yükselmesi ve hızlı kalkınmaya olanak yaratması olarak tespit edilmektedir (Coppel, 2000:23).

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucu dünyada makro ölçekte olağanüstü bir şekilde yaşanan gelişim ve dönüşümleri takip etmek, izlemek, uyum sağlamak tüm ülkeler açısından ciddi bir önem taşımaktadır. Çünkü ülkelerin kendilerini yeni ekonomiye adapte edememeleri ve elektronik ticaretin sağladığı avantajlardan yeterince yararlanamamaları gelecekleri açısından bir risk oluşturmaktadır. Bu risk ise, yakın sayılabilecek bir zamanda, ülkelerin üzerinde durmaları gereken hayati öneme sahip en önemli sorunları olarak karşısına

çıkacaktır. Çünkü ülkelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri ekonomik olarak kalkınmalarını devamlı kılmalarına bağlıdır.

Çağımızdaki gelişmeler “elektronik ticaret kullanımının kalkınmaya önemli oranda etki ettiği” şeklindeki tezimizi doğrular niteliktedir. Artık yeni ya da yenilenen ekonomi çerçevesinde; yapılanmadan, bilgi ve iletişim teknolojilerinden tam olarak yararlanmadan, elektronik ticaret uygulamalarını yaygınlaştırmadan kalkınmak çok güçleşmiş görünmektedir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin, yasal düzenlemelerin ve kalkınma politikalarının daha da belirginleşmesi ve etkinleştirilmesi sağlandıkça, elektronik ticaret kullanımı genişleyerek yaygınlaşacak ve etkinlik kazanarak kalkınmanın gerçekleşmesindeki rolü daha da artacaktır.

Yukarıda çizilen çerçeve etrafında, bu çalışmanın birinci bölümünde elektronik ticaretin teorik ve kavramsal çerçevesi incelenmektedir. İkinci bölümde elektronik ticaret kullanımına dayalı kalkınma modelinin oluşumu ve işleyişi ele alınacaktır. Üçüncü bölümde elektronik ticaret kullanımının kalkınma yönünde, ekonomik, sosyal, siyasal ve teknolojik dönüşüm üzerine olumlu etkileri olduğu iddiası analiz edilmektedir. Son aşamada ise elektronik ticaret kullanımını yaygınlaştırmış ülkelerin, elektronik ticareti kullanmadan önceki ve sonraki ekonomik verileri karşılaştırılarak, elektronik ticaret kullanımının kalkınmaya sağladığı katkı araştırılarak, tezin doğruluğu kanıtlanmaya çalışılmaktadır.

Mevcut tüm verilerin dikkate alınması ve daha önceki uygulamaların analizinin de yapılması ile yeni bir model geliştirilmektedir. Bu model elektronik ticareti kullanarak kalkınma planı yapacak ülkelerin “makro ekonomi politika”larına yön verecek plan ve programlarına rehberliği hedeflemektedir.

1-ÇALIŞMANIN KONUSU:

Elektronik ticaret kullanımının kalkınma üzerindeki etkileri araştırılırken ;

- 1- Elektronik ticaret ve kalkınma kavramlarının kuramsal çerçevesi,
- 2- Kalkınmayı sağlayan elektronik ticaret sisteminin oluşturulması,
- 3- Elektronik ticaret kullanımının kalkınma üzerindeki ekonomik, sosyal, siyasal ve teknolojik etkileri,
- 4- Elektronik ticaret kullanımı ile kalkınmayı gerçekleştiren ülkelerin analizi,
- 5- Elektronik ticaretin Türkiye'nin kalkınması için olası etkilerinin incelenmesi ve son olarak da elektronik ticaret kullanımı ile kalkınmayı sağlayacak bir model önerisinin sunulması, çalışmanın konusunu oluşturmaktadır.

2-ÇALIŞMANIN AMACI:

Bu çalışma ile bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesiyle birlikte internet ortamında gerçekleştirilen elektronik ticaret kullanımının, “makro ekonomik” çerçevede ele alınması sonucu, kalkınma üzerinde olumlu etkilerinin olduğu, hatta hızlı kalkınmaya ortam yarattığı şeklindeki tezin doğruluğunu araştırmak ve kanıtlamak amaçlanmıştır. Ayrıca elektronik ticaret kullanımı ile kalkınmayı sağlayacak bir model geliştirmek ve öneriler sunmak da çalışmanın amaçları arasında yer almaktadır.

3-ÇALIŞMANIN ÖNEMİ:

Sanayileşme sonrası oluşan konjonktürde, sanayileşmesini tamamlamış, dolayısıyla kalkınmış “merkez ülkeler” ile kalkınmakta olan ve geri kalmış “çevre ülkeler” arasındaki kalkınmışlık düzeyleri analiz edildiğinde, aralarındaki fark giderek açılmaktadır. Ancak bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin yarattığı yeni konjonktür, merkez ülkelere olduğu kadar çevre ülkelere de

kalkınabilmeleri için yeni imkanlar sunmakta, hatta aralarındaki farkın kapanmasına olanak yaratacak avantajlar sağlayabilmiş görünmektedir.

Oluşan bu yeni konjonktürde bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile ortaya çıkan elektronik ticaret kullanımının, merkez ülkeler açısından ele alındığında kalkınmalarındaki (veya büyümelerindeki) kesintiler, duraklama ve/veya daralma dönemlerinin olumsuzluklarını giderebilecek ve kalkınmayı (büyümeyi) sağlayabilecek imkanlar sunduğu belirtilebilir.

Bunun yanında, elektronik ticaret kullanımı, çevre ülkeler açısından ele alındığında ise, sanayi toplumu aşamasını hızla geçerek bilgi toplumu olma fırsatı sunabilecek bir konjonktür yaratabilmektedir. Her iki kategoride bulunan ülkeler için de, bu teoriler yaşanmamış ama gerçekleşme ihtimali bulunan, en azından denenmesi gereken bir konjonktörü ifade etmektedir. Bu yeni konjonktür de elektronik ticaretin sağladığı imkanlardan faydalanarak diğer ülkelerle olan gelişmişlik farkını kapatmak, diğer ülkelerden geri kalmamak veya mümkünse diğer ülkelerden daha fazla bir atılım yapmak, ülkeler açısından hayati bir önem taşımaktadır.

Bütün bu teoriler ise “elektronik ticaret” kullanımının kalkınmanın sağlanmasında önemli bir araç olabileceğinin kabulünü ve bir an önce bu uygulamaların ülkelerde hayata geçirilmesinde “makro ekonomi politikaları”nın ön sıralarında yer almasına neden olmaktadır. Bu nedenle elektronik ticaret kullanımının kalkınmaya etkilerinin incelenmesi ve örnek bir model geliştirilmesinin önemini ortaya çıkarmaktadır.

4-ÇALIŞMANIN SINIRLARI:

Kalkınmanın sosyal, siyasal, teknolojik, ekonomik, çevresel, demokratik ve bunun gibi birçok boyutu olmasına rağmen, bu çalışmada, ağırlıklı olarak, elektronik ticaretin kalkınmayı ekonomik açıdan nasıl etkilediği ile sınırlandırılmaktadır. Diğer faktörlerin kalkınma üzerindeki etkileri dikkate

alınmamaktadır. Ayrıca ülkelerin kalkınmasına etki eden faktörlerin elektronik ticaret kullanımı dışındaki etkileri ile elektronik ticaret kullanımının etkisi arasındaki farkın belirlenmesinde; elektronik ticaret kullanarak kalkınan ülkelerin önceki ve sonraki yıllarının analizleri ile sınırlandırılmaktadır. Geliştirilen model de sadece elektronik ticaret kullanımına dayalı kalkınmayı kapsamaktadır.

5-ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ:

Elektronik Ticaret kullanımının Kalkınma üzerine etkisinin analizi yapılarak, yeni bir “kalkınma modeli” oluşturabilmek amacıyla, Explorative bir çalışma yöntemi benimsenmiştir. Bu çalışmada elektronik ticaret kullanımının kalkınma üzerinde olumlu etki yaptığı, kalkınmayı sağlayıcı ve arttırıcı etkisi olduğu savunulmaktadır.

Bu tezin doğruluğunu kanıtlanmaya çalışılırken; kitap, bilimsel makale, gazete yazıları, ulusal ve uluslar arası kurum ve kuruluşların araştırma raporları ve özellikle de internetteki kaynaklardan yararlanma yoluna gidilerek, Explorative çalışma yöntemi çerçevesinde, “tarama, derleme, yorumlama” yapılarak bundan sonraki çalışmalara zemin oluşturması amaçlanmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL VE TEORİK ÇERÇEVE

1.ELEKTRONİK TİCARETİN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

Elektronik ticaret kavramının teorik ve kavramsal çerçevesi incelenirken, bu kavramın öncelikle tanımının yapılması gerekmektedir. Çünkü elektronik ticaret uygulaması kısa bir süre önce başlamış ve oluşum süreci tamamlanmamıştır. Bu nedenle henüz tek bir tanımlama yapılamamış ya da tek bir tanım üzerinde birleşilememiş olmasına rağmen, mevcut tanımların ortak yönlerinin tespiti ile başlanarak genel bir tanımlama yapılması ihtiyacı da bulunmaktadır.

Elektronik ticaretin gelişimini incelemek ve kapsamını araştırmak ise kavramsal çerçevenin belirlenmesine yardımcı olacaktır. Ayrıca elektronik ticaretin bilgi ve iletişim teknolojileri ile ilişkisinin incelenmesi, elektronik ticaret araçlarının tespitini sağlayacağı gibi etkileşim açısından yakın ilişki içinde bulunan bu iki kavramın yerlerinin belirlenmesini , birbirlerinden etkilenme derecelerini ve dolayısıyla hangi kavramın ne anlamda kullanıldığının analizinin sağlanmasına da yardımcı olacaktır.

Elektronik ticaretin kavramsal çerçevesinin tam olarak çizilebilmesi için elektronik ticaretin taraflarının da bilinmesi ya da belirlenmesi gerekmektedir. Çünkü geleneksel ticaret ile elektronik ticaret bir çok konuda olduğu gibi tarafları açısından değerlendirildiğinde de bir çok farklılıklar oluşmuştur. Bütün bu konular alt başlıklar altında incelenerek elektronik ticaretin teorik ve kavramsal çerçevesi belirlenmeye çalışılmaktadır.

1.1 Elektronik Ticaret Kavramı

Elektronik ticaret kavramı son yıllarda ekonomi ve ticaretle ilgili çevrelerde en çok kullanılan kavramlar arasında yer almaktadır. Bunun nedeni ise elektronik ticaret kullanımı sonucu gerçekleşen işlem değerinin, toplam iktisadi etkinliklerin işlem değeri içindeki payının devamlı ve büyük oranlarda artmasıdır.

Her geçen gün internet ve mevcut ağlar üzerinden üretmiş oldukları ürün ve hizmetlerini satmak için teşhir eden, ara malı ve üretim faktörlerini sağlayan tedarikçileri ile iletişimi sağlamaya çalışan ve ürettikleri bu ürün ve hizmetleri tüketicilere arz etmeyi amaçlayan işletmelerin sayısı hızlı bir şekilde artmaktadır. Bununla birlikte geleneksel ticaret yöntemlerine nazaran bir çok artı avantajlar sağladığı için internet ve mevcut ağlar üzerinden arz edilmiş olan ürün ve hizmetleri kullanan ve bu hizmetlerden önemli oranda yararlanmaya çalışan tüketicilerin sayısı da çarpan etkisiyle artmaktadır.

Hem işletmeler, hem de tüketiciler bazında elektronik ticaret kullanımının yaygınlaşması bu kavramı güncel kılmaktadır. Ayrıca elektronik devlet yapılanmasının yaygınlaşması ve devletin mal ve hizmet alımlarında maliyetler ve verimlilik açısından büyük oranda kamu yararına menfaatler sağlaması da elektronik ticaret kavramını güncelleştirmektedir.

Ancak her ne kadar elektronik ticaret kullanımı yaygınlaşsa ve güncelliğini korusa da yeni bir ticaret şekli olduğu ve gelişimini daha tamamlamadığı için bu kavramın, “üzerinde anlaşılmış ve genel kabul görmüş bir tanımı” halen mevcut değildir. Şu ana kadar yapılmış olan bir çok tanım hakkında ise ya içeriğinin açık olmaktan uzak olduğu ya da çok geniş ve farklı anlamlara yol açabilecek unsurları içerdiği şeklinde eleştiriler yapılmaktadır (Koro, 2002: 6).

Bir grup bilim adamı, araştırmacı ve ekonomist, elektronik araçlarla yapılan, işletmeler arası veri değişimi (EDI), elektronik fon transferi (EFT) ve kredi kartları kullanımı gibi ticari faaliyet ve işlemleri elektronik ticaret olarak kabul ederlerken, diğer grup ise; internet ve diğer ağlar üzerinde işlem ve ödemeleri yapılan, işletme ve tüketicilere yönelik, toptan ve perakende mal ve hizmet ticaretini elektronik ticaret olarak kabul etmektedirler (Kepenek, 1999: 54). Birinci grubun benimsediği elektronik ticaret kavramsal yaklaşımı yirmi yıldır uygulanır ve kullanılırken, ikinci grubun benimsediği elektronik ticaret kavramsal yaklaşımı 1995 yılından beri uygulanmakta ve kullanılmaktadır.

Elektronik ortamda yürütülen tüm iktisadi faaliyetler, Türkçe’de Elektronik ticaret kavramı ile ifade edilirken İngilizce’de “e-commerce”, “e-bussiness”, “e-trade” gibi farklı anlamlar içeren farklı sözcüklerle ifade edilmektedir. İngilizce “commerce”, “business” ve “trade” sözcüklerinin Türkçe karşılıkları olarak ‘ticaret’ ‘sözcüğü kullanılmaktadır. Fakat bu üç sözcüğün İngilizce’de kullanılan kavramsal anlam olarak karşılıkları, Türkçe’deki “ticaret” sözcüğünün kavramsal anlamından farklılık içermektedir.

“Trade” sözcüğü Türkçe’de alım-satım olarak da ifade edilen bir ticari işlemi ifade ederken, bu sözcükten türetilen e-trade sözcüğünün ifade ettiği kavram elektronik ortamda gerçekleştirilen ürün ve /veya hizmet alım-satımını içerir [1].

“Commerce” sözcüğü ürün ve hizmetlerin belirli bir bedel karşılığında el değiştirmesi anlamına gelen ticaret sözcüğünü ifade etmektedir. Bu sözcüğün kavramsal çerçevesi içinde, ‘sipariş alma’ ve/veya ‘sipariş verme işlemleri de yer almaktadır [1]. Commerce sözcüğünden türetilen e-commerce sözcüğü ise; elektronik ortamda ürün veya hizmetlerin belli bir bedel karşılığında el değiştirmesinin yanı sıra, bu ürün ve hizmetlerin siparişinin alınması ve /veya siparişlerinin verilmesi işlevlerini ifade etmektedir.

“Business” sözcüğü, Türkçe’de “iş” sözcüğünün ifade ettiği kavramın anlamını karşılamaktadır. “İş” sözcüğünün ifade ettiği kavram, oldukça geniş faaliyet ve işlemleri içeren iktisadi bir kavramdır. Bu nedenle de business sözcüğünden türetilen e-business sözcüğü de geniş bir iktisadi faaliyet alanını bünyesinde barındıran, geniş ölçüler içerisinde elektronik ortamdaki faaliyet ve işlemleri ifade etmektedir. Yani “iş” kavramının unsurlarını oluşturan müşteriler, işçiler, müteşebbisler, hissedarlar, tedarikçiler, arasındaki ilişkiler, yeni iş bağlantısı yazışmaları ve benzeri her şey elektronik ortamda gerçekleşmektedir (Bayram, 2001: 7). Diğer bir deyişle; e-business sözcüğünün kavramsal çerçevesi, pazarlamadan iletişime, satıştan desteğe, sipariştan teslimata kadar bütün iş süreçlerinin elektronik ortamda yapılmasını içerir.

Yukarıda ele alınan bu üç İngilizce sözcüğün içerdiği kavramsal farklılıkların detayları gözden geçirildiğinde, “e-trade” sözcüğü; ürün ve/ve ya hizmetlerin alım satımını, “e-commerce” sözcüğü; ürün ve/ve ya hizmetlerin alım satımının yanı sıra sipariş alıp, sipariş verme işlemlerini de içermektedir. Bu üç sözcük içerisinde en geniş anlam ve faaliyet alanını ifade eden sözcük ise e-business sözcüğüdür. E-business sözcüğünün kapsadığı kavramsal çerçeve tüm ürün ve/ve ya hizmetlerin alım-satımı ve sipariş alıp sipariş verme işlemlerini de içerdiği gibi ayrıca, potansiyel müşteriyi elde tutmak, yeni müşteriler kazanmak, müşterilerle ilişkileri geliştirmek, hizmet-satış ve bilgilendirme servisleri ile mümkün olan en kısa zamanda müşterilere ulaşmak, üretimde ve her türlü iş potansiyelinde maliyeti düşürüp verimi artırmak gibi üretimden pazarlamaya, iletişimden reklama, satıştan desteğe, sipariştan teslimata kadar bütün iş süreçlerinin elektronik ortamda yapılmasını içermektedir [2].

Dikkat edildiğinde net olarak görülmektedir ki her üç sözcüğün kavramsal çerçevesinde yer alan işlem ve faaliyetler, her ne kadar birbirinin ardışığı olarak görünse de kapsam olarak farklıdır. Bununla beraber bazı ekonomist, bilim adamı, araştırmacı ve uzmanlar ise “e-trade” ile “e-commerce” sözcüklerinin oluşturmuş oldukları kavramın Türkçe’de elektronik ticaret sözcüğünün oluşturmuş olduğu kavramsal çerçeve ile aynı olduğunu, fakat e-business (elektronik iş) sözcüğünün oluşturmuş olduğu kavramsal çerçevenin elektronik ticaret kavramından daha farklı bir anlam içerdiğini belirtmektedirler.

Bu görüşlere göre; elektronik ticaret sayısal (dijital) bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak yani internet ve diğer ağlar üzerinden ürün ve hizmetlerin alım satımını yapmaktır. Elektronik iş (e-business) ise, elektronik ticareti de içine alan, elektronik işlemler ve yazılımlar da dahil, geleneksel ticarete faydalanılan araçların kullanımını da içeren, faaliyetleri birleştirerek yeniden tanımlayan bir uygulama- ticaret şekli olarak kabul edilmektedir (Çakır, 2000: 24).

Yine bu yöndeki görüşlere göre; elektronik iş (e-business) faaliyetleri esnasında mutlaka bir para akışı olmayabilir. Ancak elektronik iş faaliyetleri

sonucu itibarıyla, ticari kazanç sağlama amacının varlığı kabul edilmekte, hatta hedeflenmektedir. Elektronik ticaret ise, elektronik ortamda doğrudan doğruya para kazanacak aktiviteleri içerir [3].

Türkçe’ de ise günümüzde, her üç sözcüğün oluşturmuş olduğu kavramsal çerçeve, istisnaları görülse de genel olarak, “elektronik ticaret” sözcüğünün içerdiği kavramsal çerçeve içinde ele alınmaktadır.

1.2 Elektronik Ticaretin Tanımı

Daha öncede belirtildiği gibi elektronik ticaretin tanımı üzerinde tam bir görüş birliğine varılamamıştır. Yeni bir kavram ve gelişim sürecini daha tamamlamamış bir uygulama olduğu için bir çok değişik tanımlama yapılmaktadır. Ayrıca elektronik ticaretin tanımı konusunda bazı araştırmacılar ve ekonomistler “elektronik ticaretin geniş anlamda tanımı” ve “elektronik ticaretin dar anlamda tanımı” gibi ikili bir sınıflandırmaya tabi tutmaktadırlar (Ward, 2000: 18).

Elektronik ticaret tanımını ikili sınıflamaya tabi tutan görüşe göre, dar anlamda tanımlanan elektronik ticaret, geniş anlamda tanımlanan elektronik ticaretin bir alt grubunu oluşturmaktadır. Dar anlamda elektronik ticaret; sadece internet üzerinden yapılan ürün ve hizmet alış verişini kapsarken, geniş anlamda elektronik ticaret; “elektronik veri değişimi” (Electronic Data Interchange – EDI) ve Elektronik Fon Transferi (EFT) gibi sistemlerle bilgi ve para akımını sağlamakla birlikte, internetin yanı sıra intranet ve extranet (ekstranet) gibi diğer bilgisayar ağları üzerinden yapılan ürün ve hizmet alışverişini de içerir (Panagaria, 2000: 22).

Elektronik ticaret tanımı için bir başka ikili sınıflandırma da meydana geliş biçimine göre yapılmıştır. Bu yaklaşıma göre “doğrudan elektronik ticaret” ve “dolaylı elektronik ticaret” olarak belirtilmektedir (Schneider, 2000: 12). Dolaylı elektronik ticaret yönteminde, malların siparişi elektronik ortamda verilmekle birlikte, teslimat işlemleri geleneksel yollarla yapılmaktadır. Doğrudan elektronik ticaret yönteminde ise, sanal olarak da adlandırılan gayri fiziki ürün ve hizmetlerin

siparişi, teslimi ve bedelinin ödenmesi yine elektronik olarak, on-line ortamda gerçekleştirilmektedir (Siems, 2001: 8).

Elektronik ticaret kavramı için ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluşlar da farklı tanımlar geliştirmişlerdir. Ulusal ve uluslararası organizasyonlar ile bu alanda faaliyet gösteren bazı uluslararası kuruluşların elektronik ticarete ilişkin tanımların bazıları aşağıda belirtilmiştir.

Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ-World Trade Organisation-WTO) tarafından gerçekleştirilmiş olan “Elektronik Ticaret ve Dünya Ticaret Örgütünün Rolü” isimli çalışmada, elektronik ticaret; tüm elektronik ağlar üzerinden gerçekleştirilen ürün ve hizmet mübadelesinin yanı sıra; üretim, dağıtım, pazarlama, reklam gibi unsurları da içeren bir tanım geliştirmiştir (WTO, 1998: 1). Bu çerçevede Dünya Ticaret Örgütü’nün (WTO) tanımına göre elektronik ticaret; ürün ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımının elektronik ağlar üzerinden yapılmasıdır [5]. Hatta Dünya Ticaret Örgütü, elektronik ticaretin sadece elektronik ve bilgisayar ağları aracılığı ile değil; aynı zamanda telefon, faks, televizyon, elektronik ödeme ve para transferi aracılığıyla yapılan tüm ticari etkinlikleri kapsayabileceğini de belirtmiştir (WTO, 1998: 1-2).

Avrupa Komisyonu (European Commission - EC) ise 1997 yılında hazırlamış olduğu bir çalışma da daha genel bir tanım yapmıştır. Avrupa Komisyonunun (EC) tanımlamasına göre elektronik ticaret; işletmelerin iş süreçlerinin etkililiği ve etkinliğini geliştirmek için ticari işlem ve faaliyetlerinin tamamının elektronik araçlarla yapılmasıdır (EC, 1997: 2). Burada belirtilen işlem ve faaliyetler metin, ses ve video verilerinin elektronik olarak işlenmesi ve aktarımına dayanmaktadır. Elektronik ticaret bu boyutuyla ürün ve hizmet temini ve bedellerinin ödenmesinin elektronik ortamda yapılmasını kapsamaktadır.

Birleşmiş Milletler Yönetim, Ticaret ve Ulaştırma İşlemlerini Kolaylaştırma Merkezi’nin (UN-CEFACT) tanımına göre “elektronik ticaret; elektronik araçlarla, elektronik ortamda iş yapılmasıdır” (Choi, 1997: 7). Burada belirtilen iş kavramı

ise; yönetim ve tüketim işlem ve faaliyetlerinin icra edilmesi için yapılanmış ve yapılanmamış iş bilgilerinin, üreticiler, tüketiciler ve kamu kurumları ile diğer organizasyonlar tarafından elektronik araçlar (e-mail, web teknolojisi, e-bülten panoları, akıllı kartlar, elektronik veri değişimi-EDI, elektronik fon transferi-EFT vb.) kullanılarak paylaşılmasını ifade etmektedir (Choi, 1997: 8).

Japonya Elektronik Ticaret Merkezi'nin (EGOM) 1996 yılında hazırlamış olduğu çalışmada elektronik ticaret; "her türlü bilgisayar ağları üzerinden, ürünün tasarımı, üretilmesi ve tanıtımının yapılması ile ticari muameleler ve hesapların ödenmesi gibi tüm faaliyetlerin yerine getirilmesidir" (Asomedia, 1998: 29) şeklinde tanımlanmıştır.

Türkiye' de, elektronik ticaretin geliştirilmesi, teknik ve yasal alt yapılarının oluşturulması ile ilgili olarak görevlendirilen, Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK), Hukuk Çalışma Grubu'nun 08/ 05/1998 tarihinde yayınlamış olduğu raporda da elektronik ticaret tanımlaması yapılmıştır. Bu rapora göre elektronik ticaret; "Bireyler ve kurumların, açık ağ ortamında (internet) yazı, ses ve görüntü şeklindeki sayısal bilgilerin işlenmesi, iletilmesi ve saklanması temeline dayanan ve bir değer yaratmayı amaçlayan ticari işlemlerin tümünü ifade etmektedir" şeklinde tanımlanmaktadır [4].

Ancak elektronik ticaret konusunda bütün bu ulusal ve uluslar arası kurumlar içinde gerçekleştirilmiş tanımlar içerisinde daha çok benimsenmiş ve genel kabul görmüş tanımın, Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD) tarafından 1997 yılında yapılmış olan tanım olduğu belirtilebilir (Sweeney, 1999: 2). OECD'nin tanımlamasına göre elektronik ticaret; "işletme, kurum ve bireyleri ilgilendiren, ticari faaliyetlere ait her türlü işlemin (sayısallaştırılmış yazılı metin, ses ve görüntünün) bilgisayar ve elektronik ağlar üzerinden işlenmesi ve iletilmesi sürecine denir" (OECD, 1997: 4).

OECD çalışmalarına göre elektronik ticaret süreci ise;

- Elektronik ticaret faaliyeti öncesi işletmelerin elektronik ortam hakkında bilgilenmesi ve araştırma yürütmesi,
- Firmaların elektronik-sanal ortamda karşılaşması
- Ödeme sürecinin-işleminin yerine getirilmesi,
- Taahhüdün yerine getirilmesi, mal ve hizmetin müşteriye teslimi, satış sonrası bakım, destek vb. hizmetlerin temin edilmesi şeklinde gerçekleşmektedir (OECD, 1999: 7).

Yukarıda belirtilen ulusal ve uluslar arası kurum ve kuruluşlar ile uluslararası organizasyonların geliştirmiş oldukları tanımlar dikkatle incelendiğinde; elektronik ticaretin birçok özelliğini aynı şekilde vurgulamalarına rağmen, her bir tanım bir başka özelliği ön plana çıkarmakta, vurguyu bir başka özellik üzerinde yoğunlaştırmaktadır. Bu da tanımların farklılaşmasına neden olmaktadır.

Bir çok ekonomist ve araştırmacı da bu ulusal ve uluslararası kurum, kuruluş ve organizasyonların geliştirmiş oldukları tanımları ve ayrıca kendi araştırmaları sonucu elde ettikleri bilgi ve olguları da dikkate alarak yeni tanımlamalar yapmaya çalışmışlardır. Bunlardan bazıları aşağıda incelenmektedir.

Bir araştırmacı elektronik ticareti; işletmelerin, ürün ve klasik hizmetlerin yanı sıra, bilgi içerikli hizmetlerin de elektronik ağlar üzerinden tüketicilere sunulması olarak tanımlamaktadır (Singh, 1999: 20). Ayrıca elektronik ağlar üzerinden satışlara ek olarak, internet üzerinden ürünlerin tanıtımı, reklamı ve satış sonrası hizmetleri de elektronik ticaret tanımının yer aldığı kapsam içinde değerlendirilmektedir (Schneider ve Perry, 2000: 2).

Bir başka tanıma göre elektronik ticaret; “geleneksel ticarete alternatif bir ticari usuller seti değil, iletişim ve bilgi işleme teknolojilerinin gelişimiyle oluşan ve ticareti kolaylaştıran bir yeniliktir” (İnce, 1999: 123). Burada vurgulanan; elektronik ticaretin geleneksel ticarete getirdiği yenilik, mübadelenin gerçekleşmesi için gerekli işlemlerin bilgisayar ve internet ortamında yapılmasıdır.

Diğer bir araştırmacı, iş dünyasında alım satım formunun elektronik ortamda gerçekleşen, yeni bir ticaret döneminin önemli bir başlangıç adımı olarak yorumladığı elektronik ticareti, en yalın ve genel haliyle; “internet üzerinden yapılan her türlü ticari aktivite” olarak tanımlanmaktadır (Yahyagil, 2001: 8).

Elektronik ticaretle ilgili olarak, hem ulusal ve uluslar arası kurum, kuruluş ve organizasyonlar aracılığı ile hem de araştırmacılar ve ekonomistler tarafından gerçekleştirilmiş yukarıda örneklerinin de verildiği şekilde, yüzlerce değişik tanımlama ile karşılaşılmaktadır. Ancak tüm bu tanımların çerçeveleri oluşturulurken, ağırlık verdikleri unsurlar üzerinde yoğunlaşmaları bazı farklılıklar meydana getirmesine rağmen, genelde ortak temel unsurları içermektedirler. Bu ortak unsurların temel alınarak oluşturulacak bir tanımlama, mevcut durumda yapılabilecek en geniş kapsamlı tanıma verebilecektir.

Bu çerçevede bir tanımlamaya gidildiğinde elektronik ticaret; “tüketicilerin, işletmelerin ve kamu kurumlarının elektronik ortamda (internet ya da intranet) yazı, ses ve görüntü şeklindeki sayısal bilgilerin işlenmesi, iletilmesi ve saklanması yoluyla, bilgilenmesi ve araştırma yapması, taahhüde girmesi, mal ve hizmetlerin müşteriye teslim edilmesi, bedelinin ödenmesi, satış sonrası bakım ve destek hizmetlerinin yerine getirilmesi eylemleri süreci” olarak tanımlanabilir (Canpolat, 2001:6).

1.3 Elektronik Ticaretin Kapsamı

Yeni ekonomi ya da yenilenen ekonomi yaklaşımının temel faktörünün “elektronik ticaret” olduğu kabul edilmektedir. Bu yeni ekonomik yaklaşıma göre

Ülkelerin kalkınmasında elektronik ticaret, büyük anlam ve önem taşıtmaktadır. Kalkınmada oldukça önemli ve etkin olan elektronik ticaretin kapsamının incelenmesi ve çerçevesinin belirlenmesi, elektronik ticaret olgusunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin son otuz yılda hızlı ve yaygın şekilde gelişmesi elektronik ticaretin altyapısının oluşmasını sağlamıştır. Bu altyapıyı oluşturan temel araçlar, aynı zamanda elektronik ticaretin kapsamının belirlenmesi ve oluşturulmasını da sağlamaktadır [5].

Elektronik ticaret işlemlerinin gerçekleşmesinde en önemli işlevler, bilgisayarların kullanımı ve internetin faaliyete geçmesidir. Elektronik ticaretin kapsamı belirtilirken, çoğu zaman, internet ile elektronik ticaret kavramlarını bir bütün olarak algılama eğilimine de rastlanmaktadır. Bu eğilime göre elektronik ticaret, interneti geniş kitlelere anlatmak için kullanılan kilit bir kavramdır. Aynı paralelde tüm iş dünyasına ve dolayısıyla tüm vatandaşlara hitap ettiği için, internetin hemen hemen tüm boyutlarını da kapsamaktadır (Akgl, 2000: 8).

Fakat elektronik ticaretin kapsamını ve faaliyet alanını sadece internet ile sınırlandırmak eksiklik olur. Aynı zamanda intranet ve extranet ağ bağlantıları ile de e-ticaret olgusunun gerçekleşmesi mümkündür. Yani elektronik ticaret, bilgisayar ve diğer iletişim araçları vasıtasıyla, bütün bireylerin, işletmelerin ve kamu kurumlarının kullanabildiği internet üzerinden gerçekleştirilebileceği gibi, “intranet” ve “extranet” kapalı ağ sistemleri üzerinden de gerçekleştirilmektedir [3].

Elektronik ticaretin kapsamının belirlenmesinde ve genişletilmesinde, internet kullanımına ek olarak faydalanılan diğer ağ ve sistemlerin tespit ve tanımı faydalı olacaktır. İnternet; teknik olarak, bir çok bilgisayarın ve bilgisayar sistemlerinin birbirine bağlı olduğu, dünya çapında yaygın olan ve sürekli büyüyen bir iletişim ağıdır. İnternet ağında bilgisayarlar birbirine fiziki olarak (kablolar, uydu bağlantıları, telsiz bağlantı vb) bağlıdır. İnternet ortamında geliştirilen bazı

protokollerle (TCP/IP) birbirine bağılı bilgisayarlar arasında bilgi paylaşımına dayalı birçok (dosya alma/gönderme, sohbet vb gibi) işlem yapmaktadır [6].

Intranet; şirketler ile bayileri (dağıtım kanalları) arasındaki ve ya kamu kurum ya da kuruluşları içerisindeki bağlantıların, sadece kendi aralarında gerçekleştirilmesini ifade eder. Extranet; “şirket - bayii - müşteri” üçgeni arasındaki bağlantıyı ifade eden, dışa kapalı bir ağ sistemidir (Yahyagil, 2001:11). GPRS (General Packet Radio Service/Paket Anahtarlama Radyo Hizmetleri), verilerin mevcut GSM şebekeleri üzerinden saniyede 28.8 Kb'den 115 Kb'ye kadar varabilen hızlarda iletilebilmesine imkan veren, cep telefonu, diz üstü bilgisayar, PDA ve diğer mobil cihaz kullanıcılarına kesintisiz İnternet bağlantısı sunan bir mobil iletişim servisi (OECD, 1997: 36). WAP (Wireless Application Protocol / Kablosuz uygulama Protokolü) ise mobil telefonlar, avuç içi bilgisayarlar (PDA) gibi mobil iletişim araçları üzerinde İnternet içeriği sağlayan bir teknolojidir (Kırçova, 2002: 29).

Elektronik ticaretin tanımı gereği, kapalı ve açık ağ sistemleri kullanılarak bilgisayarlar aracılığı ile gerçekleştirilen elektronik (otomatik) işlemler, elektronik ticaretin yapısal kapsamı içinde yer almaktadır. Ancak gelişim süreci içerisinde çeşitli boyut ve özelliklerdeki araçlardan ve insan kaynaklarından faydalanılarak gerçekleştirilen yarı otomatik işlemler de elektronik ticaretin kapsamı içerisinde kabul edilmektedir (Grosh, 1998: 126). Çünkü, elektronik ticarete, elektronik dağıtım sistemleri kullanımı kadar geleneksel dağıtım sistemleri (fiziki dağıtım sistemleri) kullanımının da yaygın olduğu ve önemli bir yer tuttuğu gözlemlenmektedir (Yücedağ, 2002: 5).

Bu çerçevede, telefon, faks, televizyon, elektronik fon transferi (EFT), elektronik veri iletişimi (EDI) gibi araçların kullanımı ile gerçekleştirilen ticari uygulamaların elektronik ticaretin kapsamı içinde yer aldığı belirtilebilir (Burkes, 1998: 352). Örnek olarak, telefonla sipariş vererek, kredi kartı ile ödemede bulunmak da tanımı gereği elektronik ticaretin kapsamı içinde yer almaktadır.

Elektronik ticaretin yapısal kapsamının yanı sıra işlevsel kapsamı da oldukça geniştir. İşlevsel kapsamı içinde yer alan işlem ve aktiviteleri ise şu şekilde sıralamak mümkündür (Çeşmecioglu, 2001:8 / Choi, 1997: 12):

- Mal ve hizmetlerin elektronik alışverişi,
- Sipariş verme,
- Anlaşma yapma,
- Tanıtım, reklam ve bilgilendirme,
- Elektronik banka işlemleri ve fon transferi (EFT),
- Üretim planlaması yapma ve üretim tedarik zinciri oluşturma,
- Elektronik ortamda üretim izleme,
- Ticari kayıtların tutulması ve izlenmesi,
- Şirket dokümanlarının on-line olarak yayınlanması,
- Çalışanlarla ilgili kritik bilgilerin dağılımı,
- Şirket finans ve personel sisteminin yönetimi,
- Envanter dağıtım ve arz zinciri yönetimi,
- Tüketici hizmetleri ve halkla ilişkiler faaliyetleri,
- Doğrudan tüketiciye pazarlama,
- Ortak tasarım geliştirme ve mühendislik,

- Üretimin lojistik yönetimi,
- Elektronik konşimento gönderme,
- Elektronik hisse alışverişi ve borsa işlemleri yapma,
- Elektronik ortamda kamu alımları,
- Gümrükleme,
- Elektronik ortamda vergilendirme,
- Sayısal imza, elektronik noter vb.,
- Elektronik posta ile ilgili işlemler,
- Sayısal içeriğin anında dağıtımı,
- Anında bilgi oluşturma ve aktarma,
- Fikri mülkiyet haklarının transferi ve ya kiralanması.

Görüldüğü üzere elektronik ticaret kapsamı içinde yer alan birçok işlem ve aktivite, elektronik ortam üzerinden gerçekleştirilebilmektedir.

Sonuç olarak; elektronik ticarete ulaşmak istenen hedef, açık ağlar üzerinden, bilgisayarlar başta olmak üzere tüm bilgi ve iletişim teknolojilerinin sunduğu araçlar vasıtası ile üretim ve ticari uygulamaları gerçekleştirmektir. Diğer bir deyişle, elektronik ticaret, bireysel ve örgütsel seviyede tüm üretim ve ticari faaliyetlerle ilgili işlemleri kapsamaktadır (Ekin, 1998: 5).

1.4 Elektronik Ticaretin Gelişimi

Elektronik ticaretin temel unsurunu oluşturan internetin hayata geçirilmesi, soğuk savaş yıllarında Amerika Birleşik Devletleri (ABD) ile Sovyetler Birliği'nin (SSCB) rekabeti sonucu gerçekleşmiştir. Sovyetler Birliği'nin 1957 yılında ilk uydu olan Sputnik'i dünya yörüngesine yerleştirmesi sonucu, ABD de sonraki yıllarda internetin çekirdeğini oluşturacak ve geliştirecek olan "İleri Araştırma Programları Kurumu'nu" (ARPA-Advanced Research Programs Agency) kurmuştur [7]. ARPA olası bir savaş esnasında ve ya savaştan önce, kullanılmakta olan haberleşme kanallarının tahrip edilmesi ya da ortadan kaldırılması durumunda, ulusal komuta merkezinden gerekli birimlere gereken emirlerin verilebilmesi ve savaşın sevk ve idaresinin sağlanmasında, bir haberleşme sistemi oluşturulması amacıyla kurulmuştur (Derebaşı, 1999: 13-14).

ARPA daha sonra DARPA (Defense Advanced Projects Agency) adını almış ve 1969 yılında Amerika'da örnek bir paket anahtarlamalı ağ oluşturulması için bir proje başlatmıştır. DARPA tarafından oluşturulan bu ağ (Network) projesi ARPANET olarak isimlendirilmiştir. (Belisle, 2000: 18). Projeye göre ağdaki bilgisayarlardan birinin her hangi bir şekilde devre dışı kalması, bağlı diğer bilgisayarları etkilemeyecek ve iletişim devam edecekti. Ağın düzenleyicisi ve ya denetleyicisi konumunda herhangi bir birim ya da merkez olmadığı için sürekli ve kesintisiz bir iletişim imkanı mümkün olabilecekti (Kırçova, 200: 5).

ARPANET elektronik ağ sistemi çalışmaları, silahlı kuvvetler ile silah üreticileri ve savunma konularında çalışmalar yapan üniversitelerin bilgisayar merkezlerini de içeren, geniş bir ağ olarak meydana çıkmıştır [8]. 1972 yılında 40 bilgisayardan oluşan ARPANET ile sınırlı saha deneyleri yapılmıştır [9]. Bu deneyler ve çalışmalar ABD Savunma Bakanlığı'nın desteği ile gerçekleştirilmiş ve ilk internet bağlantı deneyleri olarak kabul edilmiştir. 1975 yılında deneme çalışmaları başarılı olan ARPANET, işlevsel bir ağ konumunu almış ve aynı ağa başka yeni bilgisayarlar ve bir çok organizasyon katılmıştır. Bunun sonucunda ağ üzerinden iletişim giderek artmış ve çok sayıda kullanıcının yararlandığı elektronik

posta, telnet, tartışma listeleri, ağ haberleri, çeşitli formlar ve dosya transfer hizmetleri gibi yeni kullanım alanları ortaya çıkmıştır (Kettinger, 2002: 56).

1973 yılından itibaren ticari amaçlı (Compuserve) yeni ağlar da kullanıma açıldı. Ardından 1980'li yıllarda, İngiltere, Japonya ve ABD gibi ülkelerdeki akademik çevrelerde, "Janet" , "NFSNET" gibi ulusal akademik ağlar oluşturuldu [10]. 1983 yılında, farklı ağların aralarında veri iletimi sağlayabilecekleri, ortak bir dil oluşturarak birleşmeleri kararlaştırıldı. Bu amaçla, ağların temsilcilerinin oluşturduğu "Internet Working Group" (INWG) adındaki oluşum tarafından hazırlanan TCP/IP (Transmission Control Protocol/Internet Protokol) protokolü kullanılmaya başlandı. TCP/IP, farklı özellikteki bilgisayarların ve ağların, birbirleriyle sağlıklı bir şekilde iletişim kurabilmelerini sağlayan, ortak bir dil olarak geliştirildi (Lynch, 1993: 7). Bu protokolle birlikte internet adı kullanılmaya başlandı. 1990 yılında ARPANET'in kullanımdan kaldırılması üzerine ABD, Japonya ve bazı Doğu Asya ülkelerindeki omurgaların da birleştirilmesiyle dünya çapında bağlantılı ağların oluşturmuş olduğu elektronik ağ sistemine internet denilmiştir (Sahah, 1997: 8).

1984 yılında, TCP/IP protokolünün Unix İşletim Sistemine eklenmesinden sonra, elektronik ticaretin temel alt yapılarından biri olacak olan DNS (Domain Name System /Alan Adı Sistemi) kullanıma açılmış ve dört yıl içerisinde gelişimi tamamlanmıştır. 1989 yılında bulunan ve işleme açılan "World Wide Web (www-standart kodlama sistemi) html dili" ise internetin gelişmesindeki en önemli ve son aşamalardan biridir (Lorraine, 2001: 3).

İlk yıllarda savunma birimleri ve savunma sanayisinde kullanılan internet, daha sonra akademik çevrelerde yaygınlık kazanmıştır. Ancak son yıllarda internete ulaşımı sağlayan teknolojilerdeki büyük gelişmeler sonucu internete erişimin kolaylaşması, internet kullanımının yaygınlaşmasını sağlamıştır. Günümüzde bilgi çağı toplumlarının bütün kesimlerince benimsenen internet, sosyal, siyasi ve ekonomik hayatın vazgeçilmez temel araçlarından biri olmuştur.

İnternet kullanımının yaygınlaşmasının yanı sıra, bilgisayarların hem kapasitelerinin artması hem de fiyatlarının ucuzlaması, sosyal ve siyasal sistemlerde olduğu gibi ekonomik sistemleri de köklü bir şekilde etkilemiş, büyük değişimler yaşanmasını sağlamıştır. Bu değişimler sonucu elektronik ağlar üzerindeki tüm ekonomik işlemleri ifade eden elektronik ticaret uygulamaları, çok hızlı bir gelişim göstermiştir.

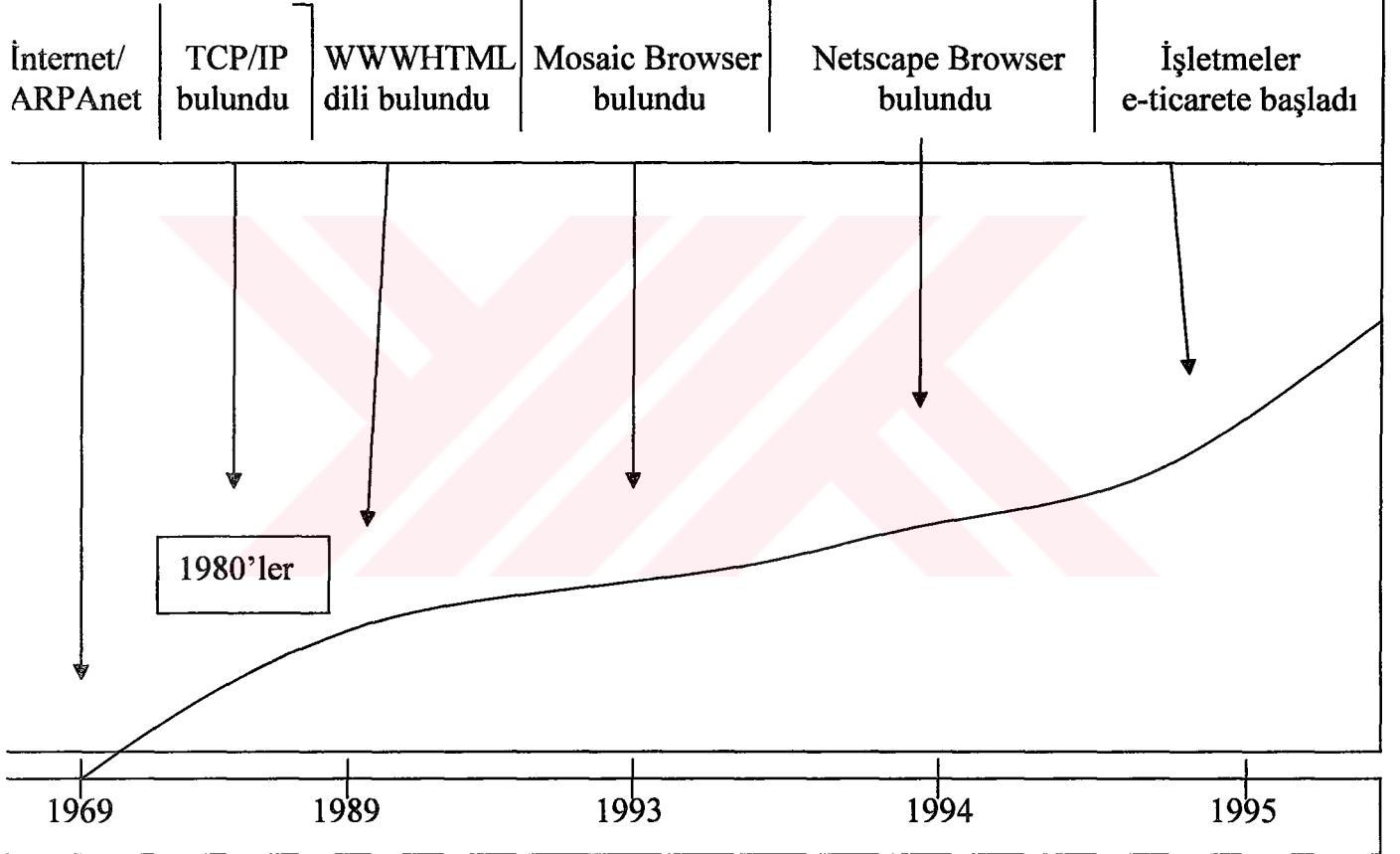
Elektronik ticaret yeni bir uygulama ve ticaret şeklidir. Ancak geçerli olan kurallar, ilkeler ve araçlar bakımından geleneksel ticari yöntemlerle benzerlikler içermekte, zaman zaman aynı yöntem ve araçları kullanmaktadır. Bu açıdan incelendiğinde, elektronik ticaret, her anlamda yeni ve geleneksel ticaretten tamamen farklı bir ticaret sistemi değil, bilgi ve iletişim eknolojilerinin gelişimine paralel olarak, üretim ve ticari faaliyetleri kolaylaştırıcı bir yenilik olarak ortaya çıkmıştır. [11].

Elektronik ticaretle ilgili ilk uygulama, bankaların 1970'li yıllarda intranet ve ekstranet (extranet) gibi özel ağlarda, Elektronik Fon Transferi (EFT) sistemini kullanarak, elektronik havale ve ödemeler yapmasıyla gerçekleştirilmiştir. Bir sonraki aşamada; işletmelerin Elektronik Veri Değişimi (EDI) sistemini kullanarak, işletme içinde kağıt kullanımını kaldırmaları ve elektronik posta teknolojilerini kullanmaya başlamaları, elektronik ticaretin önemli bir araç kazanmasına ve gelişmesine katkı sağlamıştır (Teissen, 2001: 213).

Elektronik ticaretin asıl gelişim sürecinin, 1980'lerin sonlarına doğru inernetin gelişimine paralel olarak gerçekleştiği gözlenmektedir. 1990'lı yıllarda, internet kullanımı ile çok sayıdaki değişik işin daha az maliyetle, daha kısa sürede yapılabileceğinin görülmesi, elektronik ticaret kavramının doğmasını, gelişmesini ve yayılmasını sağlamıştır (Arıkan, 1999: 135). Bu yöndeki hızlı gelişmeler, elektronik ticareti kullanan işletmelerin, rekabette daha büyük avantajlar elde etmelerine neden olmuştur.

1994 yılında, Web üzerinden işlem yapmayı sağlayan “Mosaic” yazılımının kullanılmaya başlanması, elektronik işlemlerde kullanım kolaylığı sağlamış, aynı yılın sonlarına doğru, ilk sanal şirket olarak kabul edilen Amazon.com’da ilk kitap satılmıştır (Derebaşı, 1999: 13). 1995 yılında, elektronik posta kullanılarak reklam ve tanıtım uygulamaları başlamış, Web üzerinde işlem yapan “Netscape” yazılımı kullanılır hale gelmiş (Uysal, 1996: 7), “Yahoo!” arama motorunda ilk arama yapılmış, “e-bay” da ilk sanal müzayede düzenlenmiştir (NTV MAG Dergisi, 1996: 84-85).

ŞEKİL 1 : İNTERNET VE ELEKTRONİK TİCARETİN GELİŞİM ŞEMASI



İnternet ve elektronik ticaret kullanımı öncelikle ABD’de, ardından Avrupa ülkelerinde ve Japonya’da yaygınlaşmıştır. Daha sonrada tüm dünya ülkelerinde kullanılmaya başlanmıştır. Günümüzde internet ve elektronik ticaret kullanımı her geçen yıl bir önceki yıla göre katlanarak artmakta, bunun sonucunda oluşan ekonomik etkileri ve ekonomik avantajları, elektronik ticaretin gelişmesinde çarpan etkisi göstermektedir.

1.5 Elektronik Ticaretin Bilgi ve İletişim Teknolojileri ile İlişkisi

Günümüzde, elektronik ticaret gibi yeni bir ekonomik yapılanma ve oluşumun meydana çıkması, buna bağlı olarak da bilgi, mal ve hizmetlerin. oldukça hızlı bir şekilde, geniş alanlara yayılabilme olanağına kavuşması, bilgi ve iletişim teknolojileri alanında yaşanan gelişmelerle ilgilidir [7]. Bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) alanındaki gelişmelerin temelini ise 1950'li yıllarda bilgisayar tekniklerindeki buluşlar oluşturmuştur. Ayrıca 1950-1960 yılları arasında bilgisayarların boyutlarının küçültülüp kapasitelerinin geliştirilmesi, transistörün bulunuşu, mikro dalga teknolojisinin geliştirilmesi, kablolu televizyonun icadı, uydu yayıncılığının hayata geçirilmesi, Bilgi ve İletişim Teknolojilerindeki gelişmelerin ilk adımını oluşturmaktadır (Demirhan, 1993: 12).

1970'li yıllarda haberleşme (telekomünikasyon) alanındaki yenilikler olarak, fiber optik teknolojisi, elektronik mektup (e-posta), paket anahtarlama sistemleri gibi buluşlar gerçekleştirilmiştir. Bu elektronik buluşların bilgisayarlarla birlikte kullanılması video kasetler, yerel ağlar (Local Area Network) ve hücresel radyo teknolojileri gibi yeni buluşların ortaya çıkmasını sağlamıştır (Tedesco, 1990: 4).

1980-1990 yılları arasında ise tümleşik hizmetler sayısal şebekesinin (sayısal telefon ve ISDN'in) geliştirilmesi, videoteks hizmetleri, video toplantı, teletoplantılar, elektronik veri değişimi (EDI), elektronik fon transferi (EFT), veri bankaları, paket servisleri geliştirilmiştir [6]. 1990-1995'li yıllarda hem bilgisayardaki hem de internetteki olağanüstü gelişmeler ise tüm dünya ülkelerini etkileyerek sosyal, siyasal ve ekonomik dönüşümlerin yaşanmasına neden olmuştur. Özellikle son on beş yıldaki gelişmeler, her geçen gün hızı ve etkisi artarak devam eden, devrim olarak nitelenebilecek, teknolojik buluş ve dönüşümleri ifade etmektedir (Söylemez, 2001:83).

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin tümü, ekonomik faaliyetlerin elektronik ortama aktarılmasına olanak yaratmıştır. Diğer bir değişle; bilgi ve iletişim teknolojilerindeki tüm bu gelişmeler, aslında elektronik ticaretin alt

zeminini oluşturmuştur. Elektronik ticaretin altyapı araçları ve st yapı araçları olarak belirtebileceğimiz tüm araçlar, aynı zamanda bilgi ve iletişim teknolojileri araçlarıdır. Bu nedenle elektronik ticaret, bilgi ve iletişim teknoloji araçlarının, alt yapı ve st yapı araçları olarak kullanılması sonucu uygulanabilir hale gelmiştir [9].

Bazı araştırmacı ve ekonomistler, elektronik ticaret ile bilgi ve iletişim teknolojileri kavramlarını birbirinin yerine kullanmakta, bazıları da sadece bilgi ve iletişim teknolojileri kavramını (elektronik ticareti de kapsayacak şekilde) kullanmaktadırlar.

Bu çalışmada, her iki kavramın da farklı içerik ve anlamsal değerlere sahip olduğu kabul edilmekte ve elektronik ticaretin alt yapı ve st yapı araçları, bilgi ve iletişim teknolojilerin tüm araçlarından, ekonomik etkinlikler yapmak için faydalanmayı ifade etmektedir. Bu nedenle, bütün araçlar elektronik ticaret araçları olarak kullanılacaktır.

1.6 Elektronik Ticaret Araçları

Elektronik ticaretin araçlarını iki grup altında incelemek faydalı olacaktır. Birinci grupta; elektronik ticaretin alt yapı araçları incelenirken, İkinci grupta; elektronik ticaretin st yapı araçları incelenmektedir [5]. Elektronik ticaretin alt yapı araçları, genellikle devlet tarafından desteklenmesi, düzenlenmesi, teşvik edilmesi ve yasal düzenlemelerinin yapılması gerekecek kadar geniş alanları kapsamakta ve büyük miktarlarda yatırımları gerektirmektedir [8].

Gelişmiş ülkelerde, alt yapı araçlarının temin edilmesi ve işletilmesinde, özel sektör işletmeleri yoğun olarak yer alırken, gelişmekte olan ülkelerde bu tür araçların temini ve işletimine, kamu kurumları daha yoğun şekilde katılmaktadır. Elektronik ticaretin st yapı araçları genellikle yazılımlar, kullanıcı araçları ve işletim sistemleri gibi araçlar olduğu için, son kullanıcılar ve işletmelerin kullandıkları araçları kapsamaktadır [9].

Bu araçların temini, kullanımı ve işletilmesinde özel sektör işletmeleri ve nihai tüketiciler ağırlıkta olup, kamu kurumları sadece düzenleyici, vergilendirici ve denetleyici konumda bulunmaktadır (Söylemez, 2001: 84). Kamu kurumları ancak içsel düzenlemeler ve elektronik devlet dönüşümleri çerçevesinde bu araçların kullanıcısı ve işleticisi konumunda olmaktadır. Bu çerçevede, altyapı ve üstyapı araçlarını belirleyip, özellikleri hakkında bilgi vermek faydalı olacaktır.

“Elektronik Ticaretin Alt yapı Araçları” aşağıdaki şekilde belirlenip fonksiyonları açıklanabilir.

- **Bilgisayar ve Bilgisayar Donanımları,**

Günümüzün bilgisayarları ve dolayısıyla bilgisayar donanımları, üçüncü nesil denilen bir aşamada bulunmaktadır [12]. Kapasiteleri hızları ve verimleri birinci ve ikinci nesil olarak adlandırılan bilgisayarlara göre katlanarak artmıştır. Bilgisayar donanımlarındaki teknolojik gelişme ve kapasite artışı olağanüstü denilebilecek bir hıza ulaşmıştır [12].

Ekonomik değerlendirmelerde kısa dönem olarak kabul edilen bir yıllık zaman dilimi içinde, bilgisayar ve donanımlarındaki gelişmeler o kadar hızlı ve yoğun olmaktadır ki bir yıl önceki bilgisayar teknolojisi eski olarak nitelenebilmektedir.

Üçüncü nesil teknolojiler kategorisinde yer alan günümüz bilgisayarlarının en büyük özellikleri; ses, video görüntüsü ve yüksek hacimli veri dosyalarının transferini, eskiye oranla çok daha kısa sürede mümkün kılması ve işlemleri kolaylaştırmasıdır (Buckingham, 2001: 13).

- **Kablolu Telefon Hatları (Ağları),**

Fiber-optik telefon hatlarının kullanılmaya başlanması, telefonların kullanım verimini ve kullanım kapasitesini büyük oranda artırmıştır. Bu fiber optik ağların dünya genelinde yaygınlaşması, internetin gelişmesinde ve

yaygınlaşmasında büyük rol oynamıştır. Kablolu (fiber-optik) hatların, iletişim hızı ve verimini artırması, internete bağlantı ve veri iletim hızını da artırmıştır (Buckingham, 2001: 13).

Kablolu telefon hatları, İnternetin gelişmesine yaptığı katkının yanı sıra, EDI ve EFT işlemlerinin yaygınlaşmasını da sağlamıştır., ayrıca, çok geniş ve yaygın ağlara sahip olmasından dolayı elektronik ticarete işlemsel bazda kullanım yoğunluğu en çok olan altyapı araçlarından biridir. (Çak, 2002: 21).

• İnternet,

“İnternet, elektronik ticaretin, telefon hatlarından sonra ikinci temel altyapı aracıdır” denilebilir. Elektronik ticaret uygulaması, çok yönlü ve büyük oranlarda ticaret yapılabilmesine olanak yaratmıştır. Elektronik ticaretin alt yapı aracı olarak internet, ürün ve hizmet üretiminden dağıtımına kadar, elektronik ticaretin her aşamasında kullanılmaktadır. Ayrıca İnternetin “multi medya” olanağı sağlaması ile dokümanların ses ve görüntü olarak iletilebilmesi sağlanmakta, saklanabilmekte ve üzerinde değişiklik yapılabilir (Hardesty, 2001: 18).

Elektronik ticaretin altyapı aracı olarak internet, mesafeleri ortadan kaldırmaktadır. Bulunulan mekandan çok uzakta olan başka bir mekandaki işletmeye sipariş verebilme, anlaşma yapma, ödemede bulunma imkanları sağlayabilmektedir. Böylelikle, zaman kaybı, kur farklarında oluşabilecek zararlar önlenmekte, maliyetler azaltılabilmekte, verim artmakta ve işlem kolaylığı sağlanabilmektedir (OECD, 2000: 4). Tüm bu ekonomik kazanımlar ise elektronik ticaretin temel altyapı aracı olan internet üzerinden sağlanan hizmetler sayesinde olmaktadır. Bu hizmetler aşağıda belirtilen işlem işletim sistemleri ile gerçekleştirilmektedir.

a- Elektronik Posta;

Elektronik posta; internete bağlanmış olan çok sayıda kullanıcının birbirleriyle haberleşmek ve iletişim kurmak amacıyla kullandıkları, mesaj iletim

sistemidir. Günümüzde elektronik ticaret kullanımı ve/veya iletişim amaçlı olarak internet hizmetleri içinde, en çok kullanılan hizmetlerden biridir . Elektronik posta hizmetleri, son zamanlarda artık telefon hizmetlerine yakın kullanım potansiyeline ulaşmıştır [13].

b- Alan Adı Sistemi (Domain Name System);

İnternete doğrudan bağlı her bilgisayarı tanımlayan ve IP adresi olarak da tanımlanan bir IP numarası bulunmaktadır. IP numaraları birbirlerinden noktalarla ayrılmış dördümlü bir rakam kümesinden oluşmaktadır [14]. Ancak internet bağlantısında rakamların zaman zaman sorun yaratması nedeniyle aynı basamakları sözcüklerle gösteren ve doğru adresin bulunmasını sağlayan, “Alan Adı Sistemi” adı verilen yazılım geliştirilmiştir (Kırçova/Öztürk, 2000: 6). Alan Adı Sistemi internete ulaşımı diğer sistemlere göre daha kolay hale getirmiştir.

“Alan Adı Sistemi” dört ana kısımdan oluşmaktadır. Birinci kısımda, www, ftp, telnet, irc, gopher gibi alanlardan oluşan TCP/IP protokolünü göstermektedir. İkinci kısım kullanılmakta olan bilgisayarı ifade etmektedir. Üçüncü kısım, bilgisayarların bağlı bulunduğu kurumu tanıtıcı bilgiyi içerir. Bu kısımda yer alan bilgilere “alan adı uzantıları” da denilir [12].

Burada; “.com” ticari kuruluşları, “.gov” kamu kuruluşlarını, “.edu” eğitim kuruluşlarını ve üniversiteleri, “.net” bilgisayar ağlarını, “.int” uluslar arası kuruluşları, “.mil” askeri kuruluşları, “.org” ticari olmayan organizasyonları göstermektedir (Akgül/Gökçöl, 2003: 4). Dördüncü kısım ise bilgisayarların bulunduğu ülkeyi göstermektedir. Örneğin Türkiye “.tr” ile gösterilirken, Kanada “.ca” ile Danimarka “.dk” ile gösterilmektedir.

c- Usenet-Haber Grupları;

Usenet dünya üzerinde ki tüm internet kullanıcılarının birbirlerine değişik konularda ileti, haber, mesaj gönderebildiği tartışma platformu olarak ifade edilir [15]. Kullanıcı, konularına göre oluşturulmuş gruplarda seçtiği gruba, NNTP

(Network News Transfer Protocol) adındaki protokol ve işletim sistemini kullanarak, oluşturmuş olduğu postayı göndererek tartışmaya (sohbete) katılır.

d- Telnet;

Telnet TCP/IP protokolu kullanılarak, internet üzerinde bulunan bir bilgisayardan diğer bilgisayara bağlanmayı gerçekleştiren işlem ve programa verilen isimdir [16]. Örneğin; Selçuk Üniversitesi'nin kütüphanesine Ankara'dan telnet ile ulaşabilmek mümkündür. Ankara'daki bir bilgisayar ile Selçuk Üniversitesi Kütüphanesindeki bilgisayarın yaptığı iş telnet ile yapılabilmektedir.

e- Posta Listeleri (Listserv-Listproc);

Posta listeleri, internet kullanıcılarının kendi arzularıyla üye olarak oluşturdukları grup haberleşme mekanizmalarıdır. Bu mekanizmalar aynı zamanda “liste düzenleme yazılımı” ve “listeci servisi” (Listserve, Listproct, Listmanagement) olarak da isimlendirilir. Bu sistem üzerinde oluşturulan “haberleşme alanlarına” da “Liste” denilmektedir (Kırçova/Öztürk). Listeleri, Usenet Haber Gruplarından farklı kılan özellik ise; Usenet'e üye olmak gerekmezken, Listelere üye olmak gerekmektedir (Söylemez, 2001: 80).

f- IRC (Internet Relay Chat – Aynı Anda Karşılıklı Mesajlaşma);

IRC, internete bağlı olan çok sayıda kişinin, “aynı anda karşılıklı mesajlaşma” şeklinde haberleşebildiği ya da iletişim kurduğu platforma ve bunu sağlayan yazılımlara genel olarak verilen isimdir [17]. Karşılıklı mesajlaşma, sohbet veya haberleşme amacıyla oluşturulan çok sayıda kanaldan, farklı kişilerle, sesli ve görüntülü verileri de içeren mesajlarla iletişim kurulabilmektedir.

g- Gopher (teks tabanlı-düz yazı bilgilere ulaşım sistemi);

Gopher, TCP/IP protokolü çerçevesinde, düz yazı bilgilere mönüler yardımıyla kolayca ulaşılmasını sağlayan işletim sistemidir [18]. Bu sistem, girilmiş olan sitedeki her hangi bir madde seçildiğinde, onun altında bulunan mönülere ya da

dokümanlara ulaşmayı sağlamaktadır. Ancak Web'in kullanılmaya başlanması Gropher'in kullanımını azaltmıştır [18].

h- World Wide Web (WWW);

World Wide Web; yazı, resim, ses, film, animasyon vb gibi farklı yapıdaki verilere bir bütün olarak ve etkileşimli bir biçimde (bir dokümandan başka bir dokümana) ulaşılmasını sağlayan “çoklu hiper ortam” sistemidir. Bu ortamdaki her veri bir başka veriyi çağırabilir. Web sayfaları, web listeyicileri olarak bilinen, browser, gezgin, veya tarayıcılar olarak işlem gören arama motorlarında görüntülenir. Bu nedenle web sayfalarına ulaşmak ve işlem yapmak çok basit bir bilgiye ulaşım modeli olarak kabul görmektedir. Web'in basit kullanıma sahip olması, bilgiye ve bilgi kaynağına kolay ulaşımın imkanı vermesi, web sayfalarının dizayn edilmesi ve geliştirilmesinin kolay olması, tanıtım, reklam gibi faaliyetler için kullanıma olanak tanınması (Akgül/Öztürk, 2003: 5) gibi bir çok olumlu özellikleri nedeniyle global ölçekte kullanılmasına olanak sağlamıştır.

• Intranet;

İşletmelerin kendi amaçları çerçevesinde, kendi personelleri ve şirket ortakları için, hızlı ve güvenli iletişimi (veri akışını) sağlaması için oluşturulan işletmeye ait özel bir iletişim sistemidir (Genca, 1999: 28).

• Ekstranet (extranet);

Ekstranet, internet protokolünü kullanarak, işletmenin kendi personeli, müşterileri, ortakları, tedarikçi firmaları ve diğer işletmelerle iletişim kurması, bilgi alışverişi ve veri iletimini sağlayan, ticari amaçlı yapılandırılan ikinci bir özel iletişim ağıdır (Yahyagil, 2001: 10).

İkinci nesil teknolojilerin başlangıcı olarak kabul edilen küresel mobil sistem (GSM), en geniş ve yaygın mobil iletişim ağı olarak kabul edilmektedir [19]. Birinci nesil iletişim teknolojileri olan analog yapıdaki hatlara ve sabit telefon

hatlarına nazaran daha geniş bir alanda kullanım olanağı sunmaktadır. Ancak üçüncü nesil teknolojiler olarak kabul edilen teknolojik buluş ve yeniliklerin GSM'in hızını ve verimini artırması, GSM'lerin elektronik ticaret işlemlerinde daha yoğun kullanımlarını sağlamaktadır [20].

“Elektronik Ticaretin Üst Yapı Araçları” aşağıdaki şekilde belirlenip, açıklanabilir;

- **Bilgisayar İşletim Sistemleri;**

Elektronik ticaret uygulamaları için, alt yapı araçlarından faydalanarak veri (data), resim, grafik, ses vb. her türlü ekonomik verinin transferini sağlamaya yarayan, bilgisayar yazılım ve programlarından oluşur. Bilgisayarlar ve diğer mobil iletişim araçlarında kullanılan işletim sistemlerinin her biri, birkaç uygulama geliştiricisini kendi sistemi etrafında toplamıştır [16]. Global ölçekte ortak anlaşma sağlanmış tek bir işletim sistemi mevcut olmayıp, bir çok işletim sistemi aynı anda kullanılmaktadır. Fakat işletim sistemleri geliştikçe elektronik ticaretin işlem hızında ve ticaret kapasitesinde önemli oranda artış gözlenmektedir [19].

- **Elektronik Ödeme Sistemleri;**

Elektronik ödeme ve para transfer sistemleri elektronik ticaret uygulamasının kullanımını ve yaygınlaşmasını sağlayan en önemli üst yapı araçlarındandır. Elektronik ödeme ve para transfer sistemlerinden global ölçekte [20];

a- Bankamatikler (ATM),

b- Kredi kartları,

c- Elektronik fon transferi (EFT),

d- Elektronik para,

e- Elektronik çek gibi araçlar, ürün ve hizmetlerin bedelleri karşılığı, ödemelerde ve fon akışlarında en çok ve yaygın olarak kullanılan üst yapı araçları olarak belirtilebilir.

- **Elektronik Veri Değişimi (EDI);**

Elektronik ağlar üzerinden, farklı kişi ve kuruluşların bilgisayarları arasında, belirli standartlara sahip verilerin transfer edilmesine EDI (elektronik veri değişimi) denilmektedir (WTO,1998: 41). EDI kullanımı ile kağıt tüketimi çok azalmış, bu nedenle de maliyetler düşmüştür. EDI kullanımı, hızlı ve doğru veri akışını sağlaması, üretkenliği ve kârlılığı artırması, rekabet gücünün yükseltilmesi ve diğer bir çok konuda avantajlar sağlaması nedeniyle üretim, finans, bankacılık ve sigortacılık kesimlerinde yaygın olarak kullanılmaktadır [21].

- **Fiziksel İletişim Araçları;**

Fiziksel iletişim araçları, elektronik ticaretin üst yapı araçlarından en yaygın kullanılan kısmını oluşturmaktadır. Elektronik ticaret uygulamasında kullanılan çok farklı özelliklere sahip, çok sayıda iletişim aracı bulunmaktadır [19]. Özelliklerinin farklı oluşuna göre aşağıdaki gibi bir sınıflandırma yapılabilir.

a- Kablolu Telefonlar

Elektronik ticaretin en eski aracı elektronik ağlarla çalışan, fiber optik özelliklere sahip kablolu telefon araçlarıdır. Kablolu telefon araçları çok geniş ve yaygın kullanımından ötürü, işletmelerde ticari işlemlerin gerçekleştirilmesinde, ürün ve hizmetlerin reklamlarının yapılmasında ve ödemelerin bir kısmının telefon faturaları yoluyla ödenmesine olanak sağlamaktadır [21].

b- Faks

Faks elektronik ticaretin özellikle ilk aşamasında, geleneksel iletişimin yerini alarak, doküman transferinin çok hızlı bir biçimde gerçekleşmesine olanak sağlamıştır. Fakat günümüzde diğer iletişim araçlarına göre pahalı olması, sesli

iletişime imkan tanımaması ve nihai tüketicilerin diğer iletişim araçlarına ağırlık vermesi faksın kullanımını azaltmıştır.

c- Televizyon

Günümüzde hemen hemen bütün evlerde kullanılan televizyonlar, reklam ve pazarlama teknikleri sayesinde elektronik ticarete olanak sağlamaktadır. Özellikle sanayileşmiş ülkelerde, telefon, faks ve televizyonlar birlikte elektronik ticaretin üst yapı araçları olarak yayın şeklinde kullanılmaktadırlar (Kırçova, 2002: 32). Televizyon üzerinden reklamı yapılan ürünlerin telefon ve faksla siparişi verilmekte, kredi kartı aracılığı ile de ödemesi yapılmaktadır. Ayrıca bilgisayara ihtiyaç duymadan, bir televizyon vasıtası ile internete bağlantı yapabilen televizyon araçları da mevcuttur [18].

d- Mobil Telefonlar

Hızlı bir gelişim süreci içinde bulunmakta olan mobil telefonlar, ses ve veri iletişiminde yaygın olarak kullanımlarının yanı sıra metin, resim, grafik vb donelerinin transferinde de kullanılabilme çalışmaları son aşamaya gelmiş bulunmaktadır [22].

Bilgisayar sistemleri ve elektronik ağlarla bağlantı kurabilen gelişmiş özelliklere sahip, akıllı telefonlar da denilen, mobil telefon araçları geliştirilmiştir [23]. Bu gelişmeler ise mekan, zaman ve hız faktörlerini etkilemekte ve daha verimli elektronik ticaret uygulamalarına olanak yaratmaktadır.

e- Telefon-Cep bilgisayarı karışımı araçlar (PDA)

Mobil telefonlarının özelliklerine ek olarak , cep bilgisayarlarının ajanda, not defteri, müzik dinleme veri iletme gibi özelliklerine sahip olan bilgisayar ve telefon entegre sistem araçlardır (Kırçova, 2002: 33). PDA olarak da isimlendirilir.

f- Taşınabilir kişisel bilgisayarlar (Laptop- Dizüstü)

Taşınabilir kişisel bilgisayarlar, dizüstü ve ya laptop bilgisayarlar olarak da bilinmektedirler. Dizüstü bilgisayarlar cep bilgisayarlarına göre daha gelişmiş bilgisayarlardır [22]. Elektronik ticaretin sadece iş yerlerine ya da odalara bağımlı olmasını ortadan kaldırmakta kişisel bilgisayarlarla aynı işlemleri yapabilmektedirler (Kırçova, 2002: 34). Bu nedenle elektronik ticaretin üst yapı araçları arasında gelecekte en çok tercih edilen araçlar arasında olacağı söylenebilmektedir.

- **Mikro tarayıcılar (Micro Browser);**

Elektronik ticaretin üst yapı araçları arasında yer alan mikro tarayıcılar, mobil iletişim araçları ile web formundaki, WML diliyle oluşturulmuş verilere ağlar üzerinden ulaşımı sağlayan yazılım ürünleridir (Duncaan, 2002: 15).

- **Bluetooth;**

Mobil iletişime yaptığı katkılardan dolayı Bluetooth teknolojisi, elektronik ticareti kolaylaştıran üçüncü nesil teknoloji üst yapı araçları arasında yer almaktadır. Bluetooth teknolojisi, ucuz ve kısa menzilli, küçük boyutlu radyo vericilerinin mobil araçlar doğrudan veya harici bir adaptör aracılığı ile entegre edilmesi sistemine dayanan araçlardır [24]. Bluetooth teknolojisi, belli bir alan içinde, herhangi bir fiziksel engelden etkilenmeksizin bir çok bilgisayar arasında kablosuz iletişimi sağlamaktadır (Çığ, 2002: 2).

- **Akıllı kartlar (Smartcards);**

Elektronik ticaretin güvenli şekilde yapılabilmesi için geliştirilmiş olan akıllı kartlar, SIM kartlar ile ortak özellikler gösteren ve mobil telefonlar içine yerleştirilen araçlardır (Kırçova, 2002: 35). Akıllı kartlar, kişisel bilgiler, gizli anahtarlar, şifreler, özel bilgiler ve acil yardım bilgileri gibi verileri bünyelerinde saklayarak, elektronik ticarete güvenliği sağlayıcı yönde, gerekli üst yapı araçlarını oluşturmaktadırlar.

- **Açık anahtarlı güvenlik altyapısı (Public Key Infrastructure);**

Açık anahtarlı güvenlik sistemi, akıllı kartlar ve SIM kartlar üzerinde yer alarak, yetki, şifre ve dijital imza gibi uygulamaları içermektedir (Çığ, 2002: 3). Açık anahtarlı güvenlik sistemi ile elektronik ticaretin en önemli sorunları arasında yer alan, güvenlik sorununu çözmek amaçlanmaktadır.

- **Telematik hizmetleri;**

Son yıllarda telematik hizmetleri sağlayan teknolojilerde çok gelişmiş ve büyük bir ticari kapasite yaratmıştır. Telematik hizmetler çerçevesinde, otomobillere eklenen mobil iletişim cihazları vasıtasıyla, otomobil, dünyanın neresinde olursa olsun izlenebilmektedir [12]. Ayrıca tarım arazileri uzaktan telemetri sistemiyle sulanabilmekte; mobil hesaplama, uzaktan ölçüm okuma, bina, tesis, yol, cadde aydınlatmaları, ev güvenliği sistemleri, satış ekiplerini yönetme, POS (Point of Sale-Satış Noktası) makine bağlantısı gibi hizmetler yer almaktadır [24].

- **Mesh Radyo;**

Mesh Radyo sistemi 'Mesh Network Şirketi' tarafından geliştirilmiş teknoloji ile el cep bilgisayarları, mobil (akıllı) telefonlar ve taşınabilir bilgisayarlara, ucuz 802.11b kartlar takılarak, elektronik ağlara ulaşılmasını sağlamaktadır. Mesh sisteminde; dev antenler yerine, 'node' denilen küçük vericiler vasıtası ile belli bir alanda yer alan her türlü elektronik cihaza çok daha ucuz maliyetler ile iletişim imkanı sağlanmaktadır [25]. Hatta Mesh sistemi sayesinde, akıllı telefonlar ya da taşınabilir bilgisayarlar vasıtasıyla ulaşım araçları ile yolculuk esnasında bile elektronik ticaret faaliyetinde bulunulabilir [26].

Yukarıda işlevleri ile birlikte verilmiş olan elektronik ticaretin altyapı ve üstyapı araçlarının hepsi de devamlı gelişim içinde bulunmaktadırlar. Bu gelişim o kadar hızlı olmaktadır ki, birkaç aylık bir süreçte bile yeni bir teknolojik buluşla mevcut araç ve ya sistem, eski olarak nitelendirilebilmektedir (Kırçova, 2002: 35).

Hatta bu çalışmaya başlanılan dönemde yeni olarak nitelendirilen bir elektronik ticaret aracı, çalışma bitiminde eski teknolojiler arasında gösterilebilme olasılığı ile karşı karşıya kalabilir(Çığ, 2002: 4) . Fakat bu çalışmada bu altyapı ve üstyapı araçlarının tespit ve açıklamalarının yapılması zorunluluğu da bulunmaktadır.

1.7 Elektronik Ticaretin Tarafları

Elektronik ticaretin tarafları, iki kısımda incelenebilir. Birinci kısımda elektronik ticaret uygulamasını gerçekleştiren ve elektronik işlemlerinin doğrudan doğruya tarafı olan; “elektronik ticaretin ilgili tarafları” yer almaktadır. İkinci kısımda ise; “elektronik ticaretin dolaylı tarafları” olarak isimlendiren birimler bulunmaktadır [8]. Konunun daha iyi anlaşılabilmesi için “ilgili tarafları” ve “dolaylı tarafları” daha detaylı incelemek faydalı olacaktır.

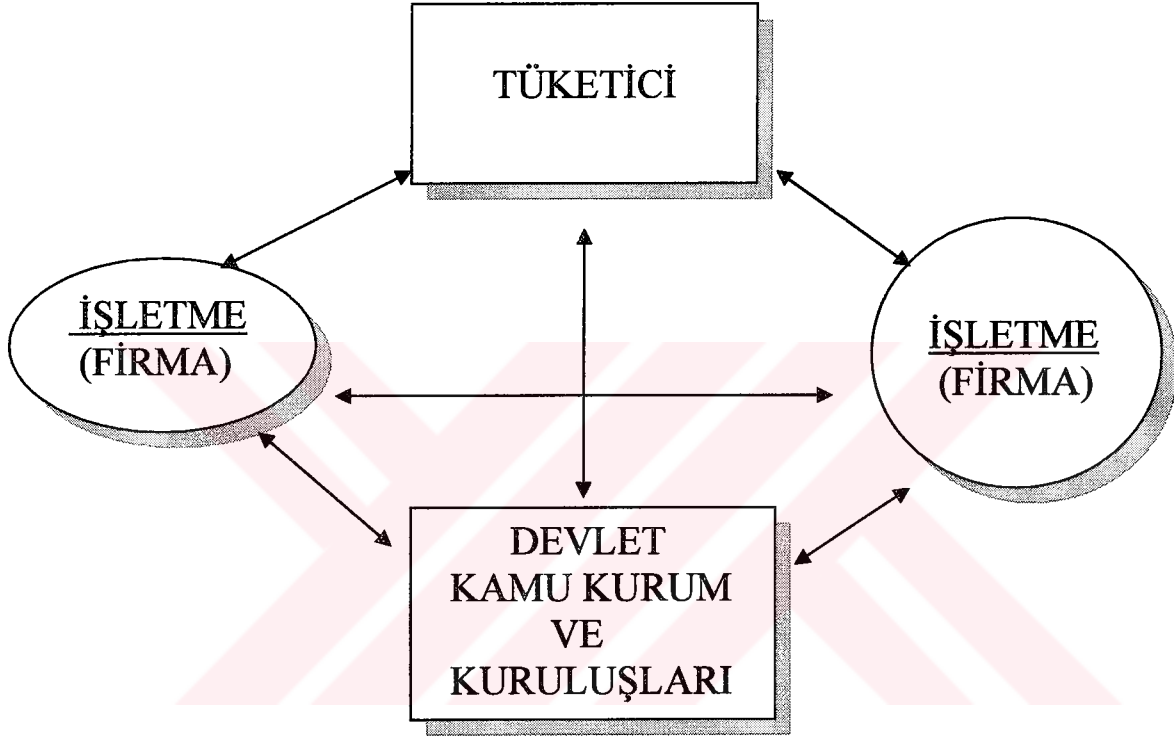
1.7.1 Elektronik Ticaretin ‘İlgili’ Tarafları

Elektronik ticaret uygulamasında işlemlerle doğrudan doğruya muhatap olan ve elektronik ticaretin ilgili tarafları olarak adlandırılan birimler şu şekilde belirtilebilir [9] / (Çığ, 2002: 6) / (Yücedağ, 2002: 6-7);

- a- Elektronik ticaret işlemini başlatan İŞLETME (sipariş veren veya satın almayı yapan firma),
- b- Elektronik ticaret işleminde muhatap olunan karşı İŞLETME (tedarikçi firma),
- c- Ürün ya da hizmeti kullanacak olan nihai TÜKETİCİ,
- d- Elektronik ticaret işlemlerinin uygulanabilmesi için gerekli altyapı oluşumunu sağlayan, yasal düzenlemeleri gerçekleştiren, işlemlerin sağlıklı ve güven içinde işleyişini sağlamakla görevli olması gereken ve ayrıca elektronik ticaretin avantajlarından kendi menfaati yönünde kullanabilen; DEVLET (KAMU KURUM VE KURULUŞLARI),

elektronik ticaret işlemleri ile doğrudan doğruya muhatap olan, elektronik ticaretin ilgili taraflarını oluşturmaktadırlar (Yücedağ, 2002: 7). Elektronik ticaretin ilgili tarafları arasındaki ilişkiler ise çok yönlüdür. Bu ilişkiler şema yardımı ile daha kapsamlı açıklanabilir;

ŞEKİL 2 : Elektronik Ticaretin ‘İlgili’ Tarafları



Elektronik ticaret işlemlerini doğrudan doğruya gerçekleştiren ve bu işlemlerle doğrudan doğruya muhatap olan ilgili taraflar dört birimden oluşmaktadır. Bu dört birim arasındaki ilişkiler ise; elektronik ticaret işleyiş modellerini oluşturmaktadır. Bazı araştırmacılar ilgili taraflar arasındaki ilişkileri, “elektronik ticaretin türleri” [27], “elektronik ticaretin düzenlediği ilişkiler” (Yücedağ, 2002: 7), “internette ticaret iş modelleri” (Kırçova, 2001:21), “elektronik ticaretin tarafları arasındaki faaliyetler” [28] gibi değişik şekillerde isimlendirmeler yapmışlardır. Ancak bu çalışmada, elektronik ticaretin ilgili tarafları arasındaki yapılan işlemler ve faaliyetler, “ELEKTRONİK TİCARET MODELLERİ” olarak ifade edilecektir.

Elektronik ticaretin ilgili taraflarının her biri birbiriyle ticari faaliyette bulunabilmektedir. Taraflardan her bir birimin diğer birimle ticari ilişkisi değişik bir başlık altında ele alınmaktadır. İki işletme arasındaki ticari faaliyete işletmeden işletmeye elektronik ticaret modeli (B2B), üretici-satıcı işletmeden tüketiciye gerçekleşen ticari faaliyete; işletmeden tüketiciye elektronik ticaret modeli (B2C) denilmektedir (Mutsuno, 2002: 3). Şayet işletme ile devlet arasında ticari faaliyet gerçekleşiyorsa; işletmeden devlete elektronik ticaret modeli (B2G) olarak belirtilirken, vatandaş (tüketici) ile devlet arasında gerçekleşen ticari ilişkilere de vatandaş (tüketici) arasındaki elektronik ticaret modeli denilmektedir (Canpolat, 2001: 12-13). Elektronik ticaret modelleri ile ilgili üçüncü bölümde daha detaylı açıklamalar yapılmaktadır.

1.7.2 Elektronik Ticaretin ‘Dolaylı’ Tarafları

Elektronik ticaret işlemleri gerçekleştirilirken;

- elektronik ticaret işlemlerinde doğrudan doğruya yer almayan, ancak dolaylı şekilde işlemleri etkileyen veya işlemlerden etkilenen,
- işlemlerin yapılmasına veya gerçekleşmesine dolaylı olarak katkı sağlayan ya da sonraki aşamalarda işlemlere araç, donanım ya da teknolojik destek sağlama şeklinde muhatap olan taraflara “elektronik ticaretin dolaylı tarafları” denir.

Elektronik ticaretin dolaylı taraflarını oluşturan birimleri, aşağıda belirtilmiş olan şekilde sıralamak mümkündür [28], [29],[30], [31], [32], [33], (Canpolat, 2001: 13), (Ersoy, 1999: 11);

- Elektronik ticarete doğrudan doğruya muhatap olmayan; ikinci el işlemlere muhatap olan, ikincil ALICI (tüketici), SATICI ve ÜRETİCİLER,
- Aracılık işlem hizmetleri veren, GÜMRÜK VE TİCARİ İŞLEM KOMİSYONCULARI,

- Elektronik hizmet veren BANKALAR,
- SİGORTA ŞİRKETLERİ,
- Lojistik hizmetleri veren NAKLİYE ŞİRKETLERİ,
- ÖZEL SEKTÖRÜN GELİŞTİRDİĞİ VE KULLANDIĞI BİLGİ TEKNOLOJİLERİ,
- SİVİL TOPLUM ÖRGÜTLERİ,
- SEKTÖR TEMSİLCİLERİ, TİCARET VE SANAYİ ODALARI
- ÜNİVERSİTELER (tarafından geliştirilen teknolojiler, AR-Ge faaliyetleri, inovasyon-yenilik çalışmaları), VE BENZERİ ARAŞTIRMA KURUMLARI
- ONAY KURUMLARI, ELEKTRONİK NOTERLER,
- DIŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞI,
- GÜMRÜK MÜSTEŞARLIĞI,
- DEVLETLER,
- BİT'i (Bilgi ve iletişim teknolojilerini) TEMİN EDEN ve GELİŞTİREN KURULUŞLAR,
- Bilgi toplumuna geçiş, elektronik ticaret ve teknolojik gelişimi konularında görevlendirilmiş İLGİLİ KAMU KURUM VE KURULUŞLARI,
- ÇOK ULUSLU TOPLULUKLAR (çok uluslu şirketler, uluslararası yardım kuruluşları),

- ULUSLARARASI ORGANİZASYONLAR (Dünya Ticaret Örgütü (WTO), Avrupa Birliği (EU), Avrupa komisyonu (European Commission-EC), Birleşmiş Milletler (UN) ve yan kuruluşları (CEFACT ,UN-CITRAL), Uluslararası Para Fonu (IMF), Dünya Bankası, OECD (European Commission, 1998: 5).

Elektronik ticaretin doğrudan ilgili tarafları ile dolaylı tarafları genel olarak yukarıda belirtildiği gibi tespit edilmiştir. Ancak, elektronik ticarete olabilecek yapısal gelişmeler ve elektronik ticaretin tarafları arasındaki işlemlerin işleyişi, güvenliği ve kontrolü alanlarında meydana gelebilecek değişim ve gelişmelere göre elektronik ticaretin taraflarının grupları ve birimlerinde değişimler olabilecektir.

2. KALKINMA KAVRAMININ ÇERÇEVESİ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve yaygınlaşmasıyla birlikte hem bireylerin hem de toplumların bilgi ve haber alma düzeyleri artmıştır. Bunun sonucunda, bireyler ve toplumlar kendi ülkelerinde olanlar hakkında bilgi sahibi olmalarının yanı sıra, dış ülkelerdeki ekonomik, sosyal ve siyasal içerikli tüm gelişmeler hakkında oldukça geniş bilgilere ulaşabilmektedirler [27].

Bu çerçevede; televizyonun günlük haberlerini izleyen bir birey, ABD'deki teknolojik bir buluştan, Almanya'da geliştirilen yeni bir araba modelinden, Japonya'da geliştirilen mikro bilgisayardan haberdar olmakta ve geliştirilen ürünlere sahip olabilme isteği duymaktadır [28].

Yine, gelişmiş bir ülkede çekimi gerçekleştirilmiş olan, yüksek refah seviyesini içeren bir sinema veya belgesel filminde görülen geniş yollar, tam donanımlı hastaneler, modern konutlar gelişmemiş ya da gelişmekte olan ülke insanlarında düşünce değişikliklerine yol açmaktadır. Turizm faaliyetleri de geniş bakış açısıyla değerlendirildiğinde; farklı ülke insanların etkileşimine neden olmakta ve gelişmeyi teşvik edici yönde, yeni kararlar alarak yeni hedefler belirlemektedirler (Dülgeroğlu, 2003: 1-2).

Bu durum ise; gerek bireylerin gerekse toplumların daha iyi bir yaşam düzeyine ulaşma yönelim ve çabalarını geliştirmektedir. Birey ve toplumlar, bu hedeflerine ulaşabilmek için mevcut kaynaklarını, amaçları gerçekleştirecek şekilde harcamakta ve değerlendirmektedirler [29]. Bu yönde gerçekleştirilen her türlü faaliyet ise bireyler ve toplumların çok yönlü gelişmelerini sağlayarak, ülke kalkınmasının gerçekleşmesine olanak yaratmaktadır. Kalkınma olanaklarını elde eden ve ülke kalkınmasını gündemlerine alan toplumlar, kalkınma ile ilgili her türlü mevcut araç-gereç, kaynak, teknoloji, eğitim, bilimsel veri ve teorilerden faydalanmayı amaç ve hedef yapmaktadırlar.

Bu çalışmada öncelikle mevcut teori, tanım ve modellerden faydalanılarak, kalkınmanın kavram ve kapsamı belirlenmeye çalışılmakta, sonra elektronik ticaret kullanımına dayalı yeni bir kalkınma modeli, öneri olarak sunulmaktadır.

2.1 Kalkınma Kavramı

Bilimsel araştırma ve incelemelerde, doğru sonuçlara ulaşabilmek için öncelikle kavramın tanımlanması ve çerçevesinin belirlenmesi zorunluluğu vardır. Ancak, kalkınma kavramını tanımlama aşamasında iki temel güçlük karşılaşılmaktadır. Birinci güçlük, kalkınma kavramının dinamik bir yapı sahip olmasından, ikinci güçlük ise; kalkınma kavramının, ülkelerin şartlarına göre içerik, anlam ve model değiştirme özelliğine sahip olmasından kaynaklanmaktadır (Acar, 2002:16-17). Bu zorlukların incelenmesi kalkınma kavramının daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır.

Bireyler ve toplumlar daha iyi imkanlar ile daha iyi şartlarda yaşayabilmek için toplumsal kalkınmanın gerekliliğini algıladıklarında, kalkınmayı ana hedefleri olarak belirlemekte ve tüm imkanlarını bu amaçlar doğrultusunda planlama ve kullanmada daha istekli olmaktadır. Ancak bu amaç ve isteklilik, dinamik bir yapıya sahipse kalkınma gerçekleşebilir. Şayet kalkınma programları devamlılık göstermez ve yarım kalırsa, yapılan çalışmalar ve harcanan kaynaklar da boşa gidebilir.

Bu şartlarda, kalkınma programları sürekli gelişim özelliğine sahip olmalıdır. Sürekli gelişim ise, tüm kalkınma planlarını ve imkanlarını devamlı bir şekilde yenilemeyi gerektirmektedir [28]. Bu dinamik durum, aynı zamanda kalkınma kavramının tanımı ve kavramsal çerçevesini belirlemeyi zorlaştırmaktadır.

İkinci olarak; kalkınmayı sağlayan faktörler, her ülkenin sahip olduğu doğal, coğrafi, tarihi, kültürel, teknolojik ve beşeri şartlara göre kalkınmanın düzeyini, hızını, ve çerçevesini değişik şekillerde etkileyerek (U.N. DESA., 2003: 138-140) kalkınma modelinin oluşumunu sağlamaktadırlar. Bu çerçevede, kalkınma modeli, ülkelerin şartlarına göre şekillenmektedir. Böyle bir durum ise, kalkınma kavramı hakkında tek bir tanım üzerinde anlayış birliğine varmayı güçleştirmektedir [24]. Başka bir ifadeyle; kalkınma, ülkelerin şartlarına göre içerik, anlam ve model değiştirme özelliğine sahip olması tek ve ortak bir tanımlama yapılmasını güçleştirmektedir.

Kalkınma, dinamik ve şartlara göre anlam değişikliğine uğrayan bir kavram olmasına rağmen, yine de bilimsel veriler ışığında temellendirilebilir [29]. Diğer bir deyişle, bilimsel çalışmalar ile geliştirilmiş mevcut model, bilgi, yöntem ve teorilerden faydalanılarak kalkınma kavramının tanımlanması yapılabilir. Ama unutulmamalıdır ki, kalkınma olgusunun dinamik özelliğe sahip olduğu gibi bu tanımlamalar da dinamik özelliğe sahip olup, devamlı yeniden tanımlanma olasılıkları bulunmaktadır.

2.2 Kalkınmanın Tanımı

Kalkınma konusunda süreklilik, içerik, kapsam ve modeller konusunda çok sayıda olgu ve gelişme söz konusu olduğu için tanımlama konusunda da çok sayıda, birbiriyle tam olarak örtüşmeyen tanımlara rastlanmaktadır. Bu farklı tanımlardan bazıları ile kalkınmanın tanımlanması yapılmaktadır. Genel bir tanımlamaya göre kalkınma: Belli bir ekonomide (ülkede), belirli bir dönemde, üretim faktörleri birimleri başına verimliliğin sürekli artması sayesinde, kişi başına gerçek Gayri Safi Milli Hasılası (GSMH) veya Milli Gelirinde (MG) artışların olduğu birikime

(gelişime) denir (Dölgeroğlu, 2003: 3). Burada ki birikim; bir ülkenin ekonomik, sosyal, siyasal ve beşeri alanların tümünde zenginleşmesini ifade ederken, tanımlama, zaman, verimlilik, ekonominin bütünü, nüfus ve üretim faktörleri gibi verilerin çerçevesinde yapılmaktadır.

Başka bir iktisatçının yaptığı tanımlamaya göre kalkınma: milli gelir içinde tarım, sanayi, ve hizmet sektörleri paylarının önceki dönemlere göre artış yönlü değişmesi, işgücünün bu sektörlerle göre dağılımının farklılaşması ve altyapıda çeşitli değişimlerin meydana gelmesine denir (Amonn., 2002: 9). Bu tanımda belirtilen tarım, sanayi ve hizmet sektörlerinin payları, işgücünün sektörlerle dağılımı ve ekonomik alt yapı yatırımları aslında bir ülke ekonomisinin bünyesini ve çatısını oluşturmaktadır. Kalkınma da ekonominin bu bünye ve çatısında meydana gelen değişimleri ifade etmektedir.

Diğer bir tanımlamada kalkınma: Ulusal ekonominin gelişme sürecinde, ağır sanayinin kurulması, sermaye araçları endüstrilerinin yaygınlaşması, makine üretim kapasitesinin oluşturulması ve milli ekonominin başka ülkelere ihtiyaç duymayacak hale getirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Harris, 2001: 25). Bu görüşe göre kalkınma ancak milli unsurlar içermesi durumunda gerçekleşebilir. Bu nedenle kalkınma politikaları milli unsurları kapsayacak biçimde oluşturulmalıdır (Harris, 2001: 26).

Daha geniş bir tanımlamada ise, kalkınma: “Ülkelerin sahip oldukları belli ekonomik değerler, hem kendisinin belli dönemlerinde , hem de başka ülkelerin aynı dönemlerine göre, sabit belli kıstaslar ile ölçüme tutulduğunda, mevcut büyüklükleri de göz önünde tutularak gelişme miktarları ve hızlarının mukayesesi sonucunda oluşan fakların tespit edilmesine” denir (Chang, 1998: 228-229). Bu tanıma göre; hem kendi iç değerlerindeki değişime, hem de diğer ülkelerin değerlerindeki değişime göre yapılan karşılaştırma, kalkınmanın tanımsal çerçevesini oluşturmaktadır [25].

Genel bir değerlendirme yapıldığında, kalkınma kavramı konusunda elde edilen en önemli sonuç şöyle özetlenebilir: Bir ülke ekonomisinde sektörlerin, işgücünün, doğal ve beşeri kaynakların, teknik ve teknolojik seviyenin ve diğer faktörlerin bir yıldan diğerine, kişi başına daha fazla bir reel gelir sağlayacak şekilde artma ve genişlemesi (Acar, 2002: 10). hem kalkınmanın tanımını hem de kapsamını belirtmektedir.

2.3 Kalkınmanın Kapsamı

“İktisadi büyüme”, “iktisadi kalkınma” ve “iktisadi gelişme” kavramları hem günlük dilde hem de bilimsel çalışmalarda çok sık kullanılır. Zaman zaman bu üç kavram aynı içerik ve kapsama sahipmiş gibi aynı anlama gelecek şekilde kullanılmaktadır. Fakat bu kavramlar, ekonomi literatüründe hem anlam bakımından, hem de kapsam bakımından farklılıklar içerir. Türkçe’de, “kalkınma” ile “gelişme” kavramı aynı anlamı ifade ederken, “büyüme” kavramı farklı anlamda kullanılmaktadır.

Farklılıklarla ilgili bir değerlendirme yapılırken, iki ayrı teori ile karşılaşılmaktadır. Birinci yaklaşıma göre; “büyüme ölçülebilen; niceliksel bir gösterge iken, kalkınma daha çok niteliksel bir göstergedir ve ölçmek hayli güçtür” (Uysal, 2003: 8). Yine bu yaklaşıma göre; büyüme genel olarak, gelişmiş ülkelerin ekonomik verilerindeki artışı ifade ederken, kalkınma; gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerin ekonomik verilerindeki iyileşme ve artışı ifade etmektedir. Gelişmiş ülkeler açısından önemli olan büyüme iken, gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkeler açısından kalkınma, büyümeden daha önemli ve kapsamlı bir kavramdır (Dülgeroğlu, 2003: 2).

İkinci yaklaşıma göre büyüme kavramı, genel olarak “kantitatif” (sayısal-niceliksel) değişimleri kapsamına almakta ve “kantitatif” değişimlerin mutlak değerleri ve değişim hızlarını incelemektedir. Kalkınma ise; “kantitatif” değişim ve değerlerin yanı sıra, “kalitatif” (niteliksel) değişim ve değerleri de kapsamına almaktadır. Bu çerçevede kalkınma, bir ülke ekonomisinin, yapısının tümünü

ilgilendiren faktörlerin, bir arada ve uyumlu bir şekilde işleyişiyle ilgili tüm olguları kapsamaktadır (Dülgeroğlu, 2003: 2-3). Bu nedenle kalkınmanın kapsamının belirlenmesinde kalkınmanın faktörleri ön plana çıkmaktadır.

Beşeri (İnsan Kaynakları) faktör, kalkınmanın en önemli faktörü olmasına rağmen tek faktör değildir. Kalkınma, içerik ve kapsam bakımından birçok değişik etken ve faktörü bünyesinde içermektedir. Bu faktörleri ekonomik, sosyal, siyasal ve beşeri faktörler olarak gruplandırmak mümkündür (Norton/Toman, 1997: 556).

‘Ekonomik Faktörler’ genel olarak; üretim faktörleri, ekonomik altyapı, teknolojik altyapı, üretim sermayesi, doğal ve/ veya fiziki sermaye, finansman, verimlilik, GSMH, kişi başına düşen gerçek gelir vb. gibi faktörleri içermektedir. ‘Sosyal Faktörler’; nüfus, girişimcilik ruhu, toplumun sosyal, kültürel altyapısı vb. gibi faktörlerden oluşmaktadır. ‘Siyasal Faktörler’ ise; yönetim ve siyasal alt yapıyı, yasal düzenlemeleri, girişim teşvikleri, destek mekanizmaları v.b gibi faktörleri kapsamaktadır (Çetindamar, 2002: 48-52). Bu faktörlerin listelenmesi; hızlı sanayileşme, ileri ve modern teknoloji, zengin madenler, istikrarlı politikalar (Dülgeroğlu, 2003: 4) gibi daha da genişletilebilir.

Kalkınma kavramının kapsamı bu kadar çok miktarda değişik ve ölçülebilenlerin yanı sıra, istatistiksel verilerinin elde edilemeyeceği (ölçülemeyeceği) faktörlerden oluşması, kalkınmanın ölçümünü zorlaştırmakta, kimi ekonomistlere göre ise imkansız hale getirmektedir (Uysal, 2003: 8-9). Ancak bazı ekonomistler büyümenin ölçülebileceğini, kalkınmanın da büyümenin ölçme araçlarının kullanımı ile belli bir içeriğinin ölçülebileceğini, bunun da kalkınmanın düzeyi hakkında genel bir bilgi vereceğini savunmaktadırlar (Acar., 2002: 11-17).

Bu çalışmada da ağırlıklı olarak kabul gören son görüş çerçevesinde, kalkınmanın kapsamının belirlenmesinde, her ne kadar tam ve kesin sonuçlar vermese de mevcut şartlarda, büyümenin ölçüm kriterleri olan; “GSMH, safı milli hasıla, milli gelir, kişi başına gelir, satın alma paritesi ve ortalama yıllık büyüme hızı” gibi ölçüm kriterleri benimsenmektedir.

Ancak çalışmada, elektronik ticaretin ülke ekonomilerine etkilerinin incelenmesi aşamasında ve elektronik ticaretin kalkınma üzerine etkisini artıran model önerisi yapılırken, çalışmanın aşırı genişleme olasılığı nedeniyle sadece “GSMH”, “Kişi Başına Gerçek gelir” ve “Ortalama Yıllık Büyüme hızı” gibi kriterler kullanılacaktır.

2.4 Kalkınma Modelleri

Büyüme ve kalkınma teorileri incelendiğinde görülmektedir ki; “teorilerin büyük bir kısmında büyüme ve kalkınma teorisi olarak kesin bir ayırım yapmak mümkün değildir. Yapısal özelliklerin içerildiği ölçüde kalkınmaya yaklaşımın sağlandığı, nicel özelliklerle yetinmekle de büyüme sınırının aşılmadığı görülmektedir. Öyleyse ele alınan büyüme teorilerinin derece derece kalkınma teorisi halinde düşünülmesi gerekmektedir” (Dülgeroğlu, 2003: 44). Bu yaklaşım çerçevesinde, kalkınma modelleri belirlenirken, şu ana kadar oluşturulmuş büyüme modellerinden (türlerinden) faydalanılmaktadır. Bu modeller ise genel kabul gördüğü gibi büyüme ve kalkınma modelleri olarak kullanılmaktadır.

Bu çalışmada ki modeller de yukarıdaki yaklaşımın mantıksal çerçevesiyle (büyüme ve kalkınma modelleri anlamında) aynı kapsamda kullanılmakta, ancak, modellerden bahsederken genellikle “kalkınma modelleri” terimi ile ifade edilmektedir.

Kalkınma teorileri ve modelleri konusunda bir diğer önemli konu da; kalkınma konusunda üretilmiş tüm görüş ve teoriler aslında gelişen ülkelerin yaşadıkları sorunlar çerçevesinde oluşturulmuştur. Bu teoriler genel olarak bu ülkelerin kalkınma sorunlarını çözmekte ve modeller geliştirmektedir. Halbuki gelişme evresine girmiş her ülkenin kalkınma sorunları, yapıları, kaynakları, ve sahip olduğu birikim ve değerleri farklıdır. Oluşturulmuş modeller, hedef ülkelerin kalkınma sorunlarının çözümü amacıyla tanımlanmış ve oluşturulmuştur (Hirschman, 1958: 85-87).

Oluşturulan model ve teorilerin, bir başka ülke için aynı katkıyı sağlaması zordur. Gelişmeyi hedefleyen ülkeler için belirlenmesi gereken en uygun politika, kendi ekonomisine uyan bir kalkınma modelinin oluşturulmasıdır. Bu nedenle, her ülke genel iktisat teorilerinden faydalanmakla birlikte kendi bilimsel teorik alt yapılarını oluşturmaktadır.

Ülke kalkınmasında faydalanmak ve yeni model geliştirmek için incelendiğinde; genel iktisat teorileri tarafından geliştirilmiş büyüme ve kalkınma modellerini, dokuz ana grupta toplamak mümkündür. Bu büyüme ve kalkınma modelleri şu şekilde belirtilebilir (Özgüven, 2002: 85);

- Spontane, - Planlı, - Kapalı, - Açık, - Biyolojik,
- Durgun, - Dengeli - Dengesiz - Üstel,

Son yıllarda bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ile bu büyüme ve kalkınma modellerine yeni bir kalkınma modeli daha eklenmiştir. Bu model ise; dünyada örnekleri yeni yeni ortaya çıkmaya başlayan ve teorik çerçevesi henüz oluşum aşamasında olan “bilgi ve iletişim teknolojilerine dayalı kalkınma modeli” veya (aynı anlamda) “elektronik ticarete dayalı kalkınma modeli”dir (UNCTAD-CNUCED/WTO-OMC, 2000: 15).

2.5. Elektronik Ticaret Kullanımına Dayalı Kalkınma Modelinin Teorisi

Özellikle 1994 yılının sonlarında elektronik ağlar üzerinde ticaret yapmak amacıyla ilk sanal şirketin faaliyete geçmesiyle elektronik ticaret kullanımı başlamış, o günden bu yana çok büyük bir gelişim göstererek yaygınlık kazanmıştır. Elektronik ağlar üzerinden gerçekleştirilen elektronik ticaretin global ölçekte kabul görmesi ve yaygınlaşması ile yeni bir kalkınma modeli oluşmaya başlamıştır

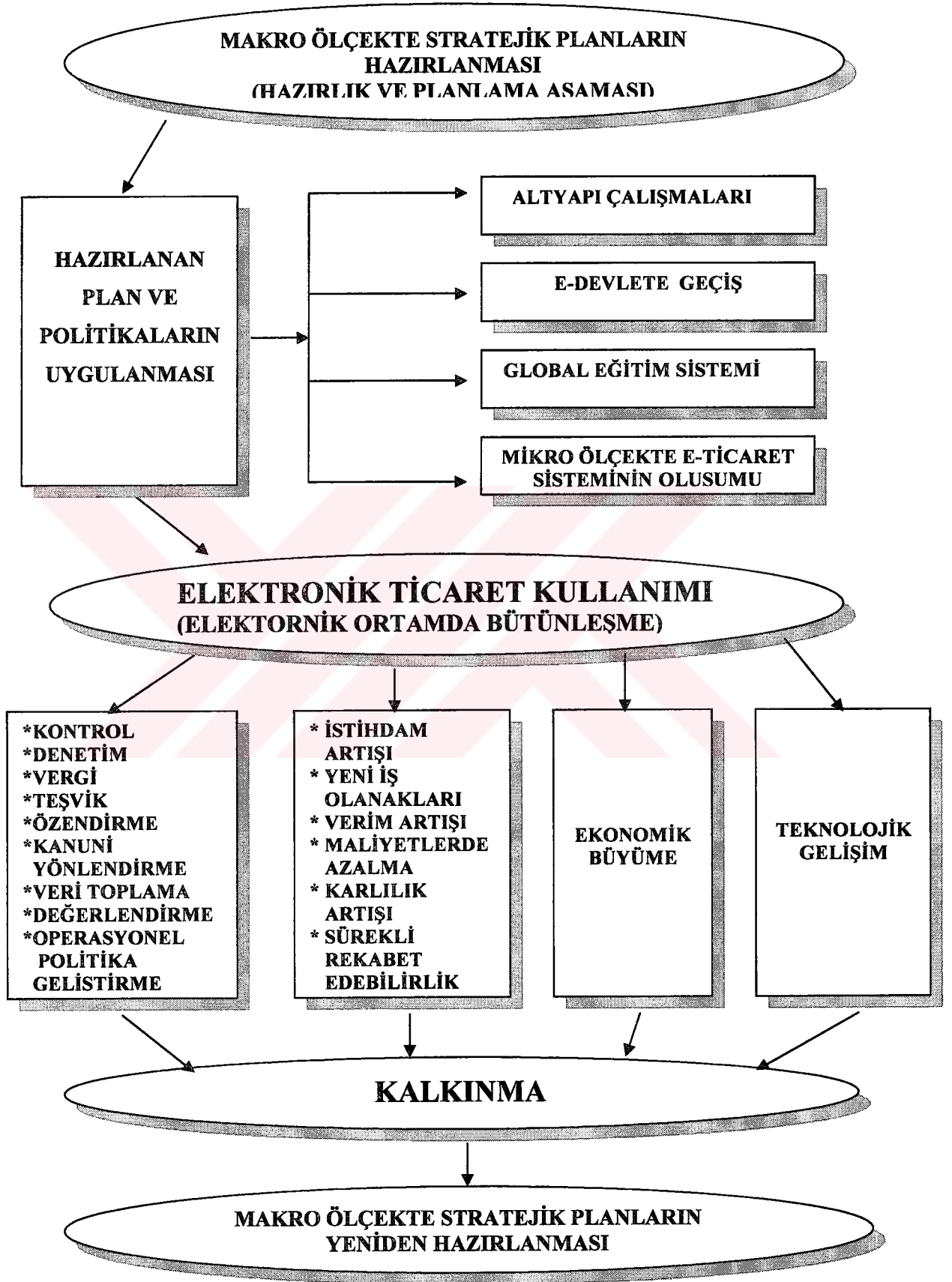
(UNCTAD-CNUCED/WTO-OMC, 2000: 18). Bu modelin ilk uygulamaları ve teorik çalışmaları halen devam etmekte ve gelişimini sürdürmektedir. Bu yüzden

yapılan model oluşturma çalışmaları ve teorik açıklamalar da alt yapı oluşturma girişimleri olarak kabul edilmelidir.

Bu alışma da böyle bir çabanın içindedir. Çalışmanın yazarı da bu araştırmalara katılmakta ve yeni bir model nerisi geliştirmeye çalışmaktadır. Bu model oluşturma girişiminde, “operasyonel yaklaşım” çerçevesinde, mevcut bütün bilgi, teori, uygulama ve modeller göz önünde bulundurulmakta, bunlardan azami ölçüde faydalanılarak yeni bir model ve bu modelin teoriksel alt yapısı oluşturulmaya çalışılmaktadır.

Elektronik Ticarete Dayalı Kalkınma Modeli’ teorisi, ilkeleri ve ana hatlarıyla aşağıda anlatılmaya çalışılmaktadır. şekilde: 2’de elektronik ticarete dayalı kalkınma modelinin uygulanması şematik olarak gösterilmekte ve faktörler arası ilişkiler oklar yardımıyla açıklanmaya çalışılmaktadır.

ŞEKİL 3 : Elektronik Ticaret Dayalı Kalkınma Modeli Uygulaması.



KAYNAK : Yazar tarafından geliştirilmiştir.

• Elektronik ticaret modelinin başlangıç ilkesi; ‘**Elektronik Ticarete Dayalı Kalkınma Modeli’ni Uygulamayı Kabul Eden Bir “Siyasi İradenin Varlığı” Gereklemektedir** (Johnston, 1998: 13). Siyasi iradenin, bu modeli uygulayarak ülke kalkınmasının gerçekleşebileceği tezini benimsemesi, kabul etmesi, bu modelin uygulanması yönünde kararlı olması gerekmektedir.

• Elektronik ticarete dayalı kalkınma modelinde **Devlet, Yeniden Yapılanma Ve Yapılandırma Görevini Üstlenmektedir** (Alexander, 2002: 15). **Elektronik Devlete Geçiş** kilit öneme sahiptir. Bu modelde devlet;

- Birinci aşamada; yasal düzenlemelerin yapılması ve hukuki altyapı oluşumunun tamamlanmasını sağlamaktadır.
- İkinci aşama da; elektronik devlete dönüşüm uygulamaları ile elektronik devlet oluşumunu sağlayıcı yeniden düzenleme programlarını (politikalarını) oluşturur ve uygulama çalışmalarını gerçekleştirir.
- Üçüncü aşama da; elektronik ticarete dayalı kalkınma modeline geçiş için devletin yapabileceği ve yapması gerekli olan tüm teknik ve teknolojik alt yapı yatırımlarını programlar ve uygulamasını gerçekleştirir. Bu aşamada AR-GE çalışmaları için gerekli olan yatırım, program ve destekleme çalışmaları da gerçekleştirilir.
- Dördüncü aşamada; modele uygun olarak, makro ölçekte elektronik ticaret kullanım stratejileri çerçevesinde ekonomik, sosyal ve siyasal sistemlerin yapılarındaki dönüşümü sağlayacak şekilde politikalarını oluşturur ve uygulamalarını gerçekleştirir.
- Beşinci aşamada modelin işleyişi ile ilgili kontrol, denetim, vergilendirme, yönlendirme, özendirme, kanuni zorlama (yaptırım), değerlendirme ve sonuçlara ve gelişmelere göre ‘Operasyonel Politikalar’ geliştirme

alışmalarını görev ve sorumluluk olarak kabul ederek bu faaliyetleri gerçekleştirmektedir.

Devlet, kendi işlevini yerine getirmekle ilgili faaliyetler, sağlık, güvenlik ve alt yapı yatırımları haricinde, hiç bir ekonomik faaliyetlerle ilgilenmemektedir. Devletin, sektörlerin elektronik ticaret modeline entegrasyonu ile elektronik ortamda bütünleşmeyi ve böylelikle rekabet ortamının gelişimi sağlayacak düzenleyici görevi ön plana çıkmaktadır (OECD, 2004: 7).

- Bilgi ve iletişim teknolojileri sektörü, bu modelde stratejik sektör olarak kabul edilmektedir (Canpolat, 2001: 34). Bu sektörde üretici konumuna gelmek ve sürekli gelişimi sağlayıcı önlemleri almak, hem elektronik ticaret işleyişini ve yaygınlaşmasını sağlayacak, hem de bilgi ve iletişim sektörünün, sektörel bazda rekabet gücünün artırılmasını sağlayacaktır.

Bilgi ve İletişim sektöründeki gelişmeler aynı zaman da yazılım ve donanım alanlarında yeni imkanlar sunmaktadır. Yazılım ve donanım alanında yapılacak çalışmalar modelin gelişmesinde ve uygulanmasında çok önemli rol oynamaktadır. Bu alandaki gelişmeler hem istihdam artışına, hem karlılık ve verim artışına hem de kalkınmaya yapacağı katkılar nedeniyle büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle devlet, yazılım ve donanım alanlarında yatırım yapılmasını özendirmeli ve teşvikler uygulamalıdır.

- Bilgi ve iletişim sektörünün gelişimine bağlı olarak oluşturulan elektronik ticarete dayalı kalkınma modelinde, “bilgi ve insan unsurları” kalkınmanın en önemli faktörleri olarak kabul edilmektedir.

- Bu modelde eğitim hayati rol oynamaktadır. Bu modelde “Elitist Eğitim Sistemi” uygulamaları terk edilmekte ve “Global Eğitim Sistemi” uygulanmaktadır (Ekin, 1997: 89). Global Eğitim Sistemi, bu modelde ki bütün faktörler ile ilişkilidir. Eğitim, buradaki bütün faktörleri devamlı bir şekilde etkilemekte ve kendisinde bu ilişki sonunda etkilenerek yeniden yapılanma sürecine girmektedir. Bu

dönüşüm aralıksız olarak devam etmektedir. Global Eğitim Sistemi bu yeniden yapılanma sürecinde, AR-GE çalışmaları ile birbirini geliştirici yönde yoğun ilişki içinde bulunmaktadır.

- Modelde, hem sektörel bazda hem de firmalar bazında elektronik ortamda bütünleşme, hem sektörlerin gelişmesini hem de firmaların ölçek büyütmesini sağlamaktadır (Kavrakoğlu, 2002: 175-176) Elektronik ticaret kullanımı ile firmalar maliyet azalması, verimlilik ve karlılık artışı gibi avantajlar elde ederek ölçek büyümesini gerçekleştirmektedirler. Sektörel ve firma bazındaki bu tür mikro gelişmeler ise, makro düzeyde istihdam imkanlarını artırmakta ve yeni iş olanaklarını geliştirmektedir (Akin/uzunoğlu, 2003: 131).

- Elektronik ticarete dayalı kalkınma modelinin mikro bazda gelişimi, makro ekonomik göstergelerde çarpan etkisi yaratmaktadır (OECD, 2004: 5). Makro göstergelerdeki değişim tüm sosyal, siyasal, teknolojik ve ekonomik sistemleri etkileyerek ve geliştirerek kalkınmayı sağlamaktır.

----- O -----

İKİNCİ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARET KULLANIMINA

DAYALI

KALKINMA MODELİ

ELEKTRONİK TİCARET KULLANIMINA DAYALI

KALKINMA MODELİ

Elektronik ticarete dayalı kalkınma modelinde; (şekil: 3'te de görüldüğü gibi) makro ölçekli stratejik planların hazırlanması, elektronik devlete geçiş (dönüşüm) uygulaması, alt yapı çalışmaları ve yatırımları, global eğitim sistemine (toplumsal eğitime) geçiş, mikro ölçekli plan ve uygulamalar, modelin ana unsurlarını oluşturmaktadır.

Bu kalkınma modelinde; öncelikle makro ölçekli elektronik ticaret kullanımını yaygınlaştıracak stratejilerin oluşturulması gereklidir. Oluşturulan bu stratejiler çerçevesinde eş zamanlı olarak, elektronik devlete dönüşümü, global eğitim sistemine geçişi, gerekli altyapı çalışma alanlarının tespitini ve mikro ölçekte, firma ve sektörlerin elektronik ticaret sisteminin oluşumunu olanaklı kılacak plan ve uygulamalar hayata geçirilmelidir. Bu plan ve uygulamalar ile elektronik ticarete dayalı kalkınmayı sağlayacak olan; elektronik ortamda bütünleşme gerçekleşebilir. Bu modelin işleyişini daha detaylı incelemek faydalı olacaktır.

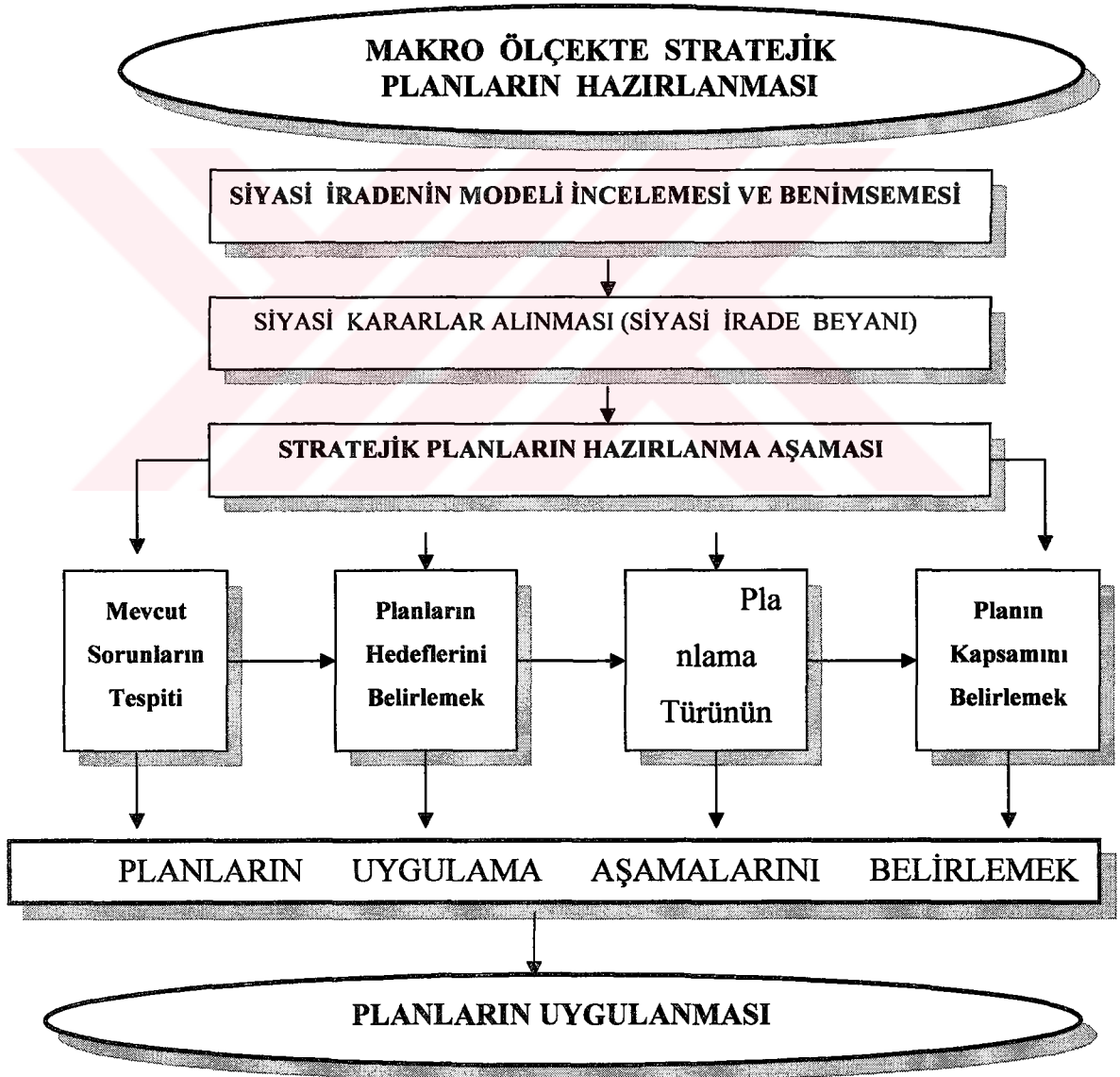
1. MAKRO ÖLÇEKTE STRATEJİK PLANLARIN HAZIRLANMASI

Bilgi ve İletişim Teknolojileri'ndeki gelişmeler ve buna bağlı olarak ekonomik faaliyetlerin elektronik ağlar üzerinden yapılabilir hale gelmesiyle (elektronik ticaretin kullanılmaya başlanmasıyla), ticari işlem maliyetleri büyük oranda düşmüş, hemen hemen her alanda verimlilik artışı sağlanmıştır.

Bu gelişme ise; hem ulusal hem de uluslararası rekabeti etkileyerek ekonomik yapıları değişime zorlamaktadır. Ekonomik yapılarını, bilgi ve iletişim teknolojileri'nin sağladığı imkanlardan faydalanarak yenileme yönünde kararlılık gösteren ülkeler, hem uluslararası rekabette hem de diğer ülkelere göre kalkınma hızını ve düzeyini artırmada büyük avantajlar yakalamış olacaklardır.

Bu nedenle verimlilik artışı, maliyet azalması, yeni istihdam olanakları, yeni iş alanları, kârlılık artışı ve sürekli rekabet edebilme yeteneği gibi imkanlar sağlayan elektronik ticaret kullanımını, ekonominin büyümesi ve kalkınmanın kaynağı haline getirmek gerekmektedir. Bu da ancak, “Makro Ölçekte Elektronik Ticaret Kullanımına Dayalı Kalkınma Modeli”nin oluşumunu ve uygulanmasını sağlayacak ‘stratejilerin’ oluşturulmasını gerektirmektedir. Elektronik ticaretin kullanımını ve yaygınlaşmasını sağlayacak stratejik planların hazırlanması, şema yardımıyla daha geniş şekilde açıklanabilir.

ŞEKİL 4 : Makro Ölçekte Stratejik Planların Hazırlanması



KAYNAK: Yazar tarafından geliştirilmiştir.

Makro ölçekte elektronik ticaret kullanım stratejilerinin hazırlık ve planlaması altı aşamada gerçekleşir. İlk aşamada, strateji oluşturacak bir siyasi iradenin varlığı gerekmektedir. İkinci aşamada, siyasi irade beyanı olmalı ve bu yönde kararlar alınmalıdır. Üçüncü aşama, planların hazırlanması aşamasını oluşturur. Bu aşamada mevcut sorunlar tespit edilir. Planlamanın hedefi belirlenir. Planlamanın hedeflerine göre planlama türünün seçimi yapılır. Daha sonra da planların kapsamı ve çerçevesi belirlenir.

Bu işlemler tamamlandıktan sonra dördüncü aşamada kalkınma politikaları oluşturulur. Bu aşama tamamlandıktan sonra planların uygulandığı beşinci aşamaya geçilir. Altıncı aşama ise, planların ve politikaların uygulanmasıyla elektronik ortamda faaliyetin başladığı aşamadır. Ancak altıncı aşama, geleneksel ticaretten elektronik ticarete dönüşümde belli bir süreci ve planlı bir entegrasyon çalışmalarını da beraberinde getirmektedir.

Bu çerçevede geleneksel ticaret uygulamasından elektronik ticaret uygulamasına geçişte, entegrasyonu sağlayacak tedbirler ve politikalar yürürlüğe konmalıdır. Entegrasyon çalışmaları sonucunda elektronik ticaret kullanımı yaygınlaştırılarak elektronik ortamda bütünleşme gerçekleştirilir. Bu aşama, artık elektronik ticaret kullanımının kalkınma üzerinde etkiler oluşturmaya başladığı aşamayı ifade etmektedir.

Elektronik ticaret kullanımını yaygınlaştırmak ve elektronik ortamda bütünleşmek için tüm toplumu kapsayacak teşvik ve özendirme programları da bu aşamada uygulanmaya başlanmalıdır. Strateji oluşturma aşamalarının detayları ise aşağıda incelenmektedir.

1.1. Siyasi İradenin Modeli Benimsemesi ve Uygulama Kararlılığı Göstermesi

Elektronik ticarete dayalı kalkınma modelinde, makro ölçekte elektronik ticaret kullanımını olanaklı kılacak ve zamanla yaygınlaştıracak stratejik planların yapılması gereklidir. Ancak bu planların hazırlık, planlama ve uygulama

aşamalarının hayata geçebilmesi için ilk ve zorunlu şartı; bu kalkınma modelini uygulamayı benimsemiş siyasi bir iradenin var olmasıdır.

Kalkınmak isteyen ülke her şeyden önce siyasi istikrarını sağlamış olmalıdır. Siyasal istikrara sahip olamayan bir ülkede ne siyasi iradede bahsedilebilir ne de kalkınma kararları alınıp uygulanabilir (Hills, 1998:474). Ayrıca siyasi istikrarın olmadığı ülkede uygulanan ekonomik ve sosyal politikalarda görülen çelişkiler, alt yapı yatırımlarının yapılmasını, teknolojik ilerlemeyi, kalkınma stratejilerin oluşturulup uygulanmasını engellemektedir (Dokeniya, 1999:105).

Devletin yapacağı altyapı yatırımlarının yanında, üstyapı yatırımlarının da yapılması gerekmektedir. Özellikle telekom ağlarını büyütmek ve telekomünikasyon alanlarında yeni yatırımlar yapmak için özel sektör ve yabancı yatırımcıların büyük sermayeler gerektiren yatırımlarına ihtiyaç duyulmaktadır. Günümüzde, kalkınma yatırımlarının en önemli faktörlerinden biri haline gelmiş olan yabancı sermaye ise, siyasi istikrarını sağlamış, siyasi kararlar alabilen ve uygulayan ülkeleri tercih etmektedir.

Özel sektör yatırımlarının ve yabancı yatırımlarının teşvikini sağlayacak siyasi iradenin varlığı, kalkınma çalışmalarının ilk adımını oluşturmaktadır. Makro ölçekli kalkınma stratejilerini oluşturabilecek kararlılıkta olan bir siyasi irade, bazı faaliyetleri sırasıyla, planlı ve kararlı bir şekilde uygulamalıdır. Bu siyasi iradenin kalkınma politikaları ve uygulamalarındaki kararlılık, hükümetlerin değişmesi , bazı konjonktürel gelişmeler ve uluslararası krizler gibi engelleyici gelişmelere rağmen devamlılık göstermelidir. Çünkü kalkınma planları ve uygulamaları kısa dönemli olmayıp uzun dönemli eylem planlarını gerektirir.

Burada bahsedilen siyasi irade hükümetlerle sınırlı olmayıp, hükümetlerle birlikte genel devlet politikalarını da kapsamaktadır. Hükümetler değişse bile, her hükümetin kendine göre plan ve uygulama biçimleri farklılık gösterse de genel kalkınma planları, bütün hükümetlerin üzerinde hem fikir olduğu devlet politikası

haline getirilmelidir. Gerçek ve uzun dönemli sürdürülebilir bir kalkınma ancak kalıcı ve kararlı şekilde uzun dönemleri kapsayan politika ve uygulamalarla gerçekleştirilebilir (Nulens, 1998:4).

Bu çalışmada öngörülen model çerçevesinde, elektronik ticaret kullanımına yönelik, devlet politikası haline getirilmiş stratejik planların ve politikaların hazırlanıp uygulanması, ancak siyasi istikrarını sağlamış bir ülkede, aktif ve güçlü bir siyasi iradenin varlığı ile sağlanabilir. Bu nedenle, kalkınmanın söz konusu olduğu her yerde siyasi iradenin var olduğu kabul edilmelidir.

1.2. Elektronik Ticaret Kullanımına Yönelik Stratejik Planların Hazırlanması

Genel anlamda strateji; uzun dönemli politikalar üretme, güçlü olma, güçleri birleştirme, eldeki güçlerin etkin kullanımını gerçekleştirme, amaç ve araç uygunluğunu sağlama, esnek ve tedbirli olma, gibi geniş kapsamlı politikaların amaçlara ulaşmasını sağlayan planların tümüne denir (Dülger, 2002: 13-14).

Kalkınma planları; gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkelerin başvurduğu araçlardandır. Çünkü kalkınma; gelişmemiş ülkelerin mevcut sorunlarını çözme ve gelişmiş ülke seviyesini yakalama çabaları olarak algılanır (Acar, 2002:4). Gelişmiş ülkelerin refahlarını artırma çabaları anlatılırken genellikle büyüme kavramı kullanılır. Çünkü büyüme sözcüğü kavramsal olarak; gelişmiş ülkelerin mevcut gelişmişliklerini koruma ve refah seviyelerini artırma çabalarını ifade eder (Uysal, 2003:9). Bu nedenle stratejik kalkınma planlamasından bahsedilirken bu kavram, gelişmekte olan ülkelerin kapsamı ve faaliyetleri arasında algılanmalıdır.

Gelişmekte olan ülkeler stratejik kalkınma planlarını hazırlama aşamasında, mevcut imkanları, sorunları ve ellerindeki kaynaklara göre ne tür kalkınma planları hazırlayacakları konusunda tercihte bulunmak zorundadırlar (Dülgeroğlu, 2003: 139). İlk adım olarak bu hazırlanması amaçlanan, stratejik kalkınma planlarının hazırlanma nedenlerini oluşturan sorunlar ve mevcut durumun tespiti yapılır.

Sonraki aşamada ne tür bir kalkınma planlaması yapılacağı konusunda karar verilir. Hedefleri ortaya konan planların kapsamı belirlendikten sonra planların uygulama (politika oluşturma) aşamaları belirlenir. Planların uygulama (politika oluşturma) aşamalarının belirlenmesi ile “makro ölçekte stratejik planların hazırlanması” çalışmaları tamamlanmış olur. Bu aşamadan sonra hazırlanan plan ve politikaların uygulanması aşaması başlar (Dülgeroğlu, 2003: 139). Makro ölçekte stratejik planların hazırlanması aşamasının daha iyi anlaşılması için, bu aşama aşağıda daha geniş çerçevede ele alınmıştır.

1.2.1. Stratejik Planların Hazırlanma Nedenleri (Sorunların Tespiti)

Stratejik kalkınma planları, gelişmekte olan ülkelerin başvuracakları en önemli araç olarak kabul edilebilir. Çünkü gelişmekte olan ülkeler kalkınmalarını hızlandırmak ve yönlendirmek için kalkınma planları yapmayı zorunluluk olarak görürler (Kavrakoğlu, 2002: 26). Bu zorunluluğun sebebi olarak, bir çok temel ve yapısal sorunlar gösterilmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerin sorunları, her ne kadar ülkelerin kendi yapılarından kaynaklanan özel sorunları da bulunmasına rağmen, genellikle ortak karakterli sorunlardır. Bunlar genel hatlarıyla (Erdoğan / Bilir, 2002:62-63);

- Eğitim, sağlık ve ekonomik yapılanma gibi alanlarda alt yapı noksanlıkları,
- Alt yapı yatırımlarının kaynak yetersizliğinden dolayı yapılamaması,
- Teknik ve yönetsel kaynakların kıtlığı,
- Uluslar arası rekabette yetersizlik,
- Yatırımlar için gerekli sermaye noksanlıkları,
- Siyasal istikrarsızlıklar ve siyasi iradelerde zafiyet,

- Kamu yönetimi, yasama, yargı gibi alanlarında ve politik süreçlerde şeffaflık, denetim, etkinlik, süreklilik ve hesap verilebilirlik konularında sağlıklı sistemlerin oluşturulamaması,
- Yolsuzlukların yaygınlığı,
- Toplumun ve kamu kuruluşlarının değişime olan dirençleri ve ideolojik faktörler,
- Liberalizasyon sürecini etkileyen; yapısal sorunlar, verimsizlik, istihdam sorunu, çalışma koşulları ve sürelerindeki düzensizlikler, piyasalara giriş engelleri, tekelleşme eğilimlerinin yoğunluğu,
- Yabancı yatırımların olmayışı ya da azlığı, yabancı yatırımcıyı çekebilecek düzenlemelerin yapılamaması,
- Yeni politikaları ve kalkınma planlarını uygulayacak yeterli ve yetenekli teknik eleman, bürokrat, siyaset ve devlet adamları yetiştirme sıkıntıları gibi temel sorunlar, gelişmekte olan ülkelerin ortak problemleri olarak sıralanabilir.

Bu sorunlardan kurtulabilmek, kalkınmayı sağlayarak çağı yakalamak için gelişmekte olan ülkelerin, köklü yapısal ve toplumsal dönüşümleri gerçekleştirmesi gerektirmektedir. Bu ise, ülkelerin yeniden yapılanma (dönüşüm) hedefi doğrultusunda, uzun dönemli stratejik kalkınma planlarını geliştirmeleri ile olanaklıdır.

1.2.2. Stratejik Kalkınma Planının Hedefleri

- Kalkınmayı sağlamak için köklü yapısal ve toplumsal dönüşümleri gerçekleştirmek,
- Ulusal kalkınmayı hızlandırmak,

- Uluslararası rekabet edebilirlik özelliği kazanmak,
- Gelir dağılımını dengelemek,
- Sermaye çekmek ve tüm sektörlerin gelişimini sağlamak,
- Toplum refahını artırmak, olarak belirlenmektedir.

1.2.3 Stratejik Kalkınma Planlarının Türleri

İki tür stratejik kalkınma planları hazırlanmaktadır. Birinci tür stratejik kalkınma planları; ‘İstikrar Sağlayıcı Plan ve Politikalar’ olarak bilinirler ve ülkenin mevcut problemlerinin çözülmesi için plan ve politikalar geliştirmeyi kapsar (Dokeniya, 1999: 106). Bu tür plan ve politikalar genellikle kısa vadeli ve önceliği olan planları içerir; ancak bu planlar kalkınma problemini çözmeye yetmeyebilir çünkü, bu sorunlar ağırlıklı olarak yapısal sorunlardan oluşur.

İkinci tür stratejik kalkınma planları; “yeniden yapılanma” (veya dönüşüm) plan ve politikaları olarak bilinen, mevcut yapısal sorunları tamamen çözecek, yeniden yapılanmayı ve hızlı kalkınmayı sağlayacak planları ifade eder. Ayrıca bu planlar, tespit edilmiş alanlarda sürekli yeni projeler geliştirmeyi de kapsar (Lee, 1997: 2).

Genelde gelişmekte olan ülkeler bütün kaynaklarını birinci tür planlara ayırma eğilimindedirler. Ancak ideal olan, bilgi ve iletişim teknolojilerinin etkin olarak kullanılması, buna bağlı olarak da elektronik ticarete geçilmesi, gelişmekte olan ülkelerin temel hedeflerini oluşturmalı (Nulens, 1998:4) ve ikinci tür (yeniden yapılanma - dönüşüm) planlamalar tercih edilmelidir. Çünkü elektronik ticaret kullanımı, büyük miktarda değer yaratan bir iktisadi kaynak olarak görülmekte, iktisadi kalkınmanın (veya gelişmiş ülkeler için büyümenin) sağlanması için gittikçe önem kazanan bir alt yapı olarak kabul edilmektedir (Geray, 2001:74).

Mevcut gelişmeler ise, bu ülkeler için şu ana kadar görülmüş en büyük fırsatlardan birini sunmaktadır.

Bu iki tür kalkınma planlarının her biri ayrı ayrı araştırma konusu oluşturmaktadır. Bu çalışmada ikinci tür stratejik kalkınma planları incelenmekte olup; elektronik ticarete dayalı kalkınma modeli araştırılmaktadır (Geray, 2001:74). Konunun daha iyi anlaşılabilmesi için stratejik planların hazırlanması aşamasında, her iki tür kalkınma planlarının hazırlanma nedenlerini oluşturan sorunların tespiti yapılmakta, fakat birinci tür kalkınma planları başka bir çalışma konusu olarak görülerek, çalışma dışı bırakılmaktadır.

1.2.4. Elektronik Ticaret Kullanımına Yönelik Stratejik Planların Kapsamı

Stratejik kalkınma planları hazırlanırken, sektörlerin yeniden yapılanarak sorunlarını çözmeyi amaçlayan planlara “sektörel planlama”, işletmelerin dönüşümünü ve sorunlarını çözmeyi amaçlayan planlara “Mikro Ölçekli Planlama” (proje planlaması), ekonomiyi bir bütün olarak gören planlama cinsine de “Makro Planlama” denilir (Dülgeroğlu, 2003: 140).

Bu araştırma, çalışmanın konusunu oluşturan planlama çeşitlerinden; ekonomiyi bir bütün olarak gören ve ekonominin genelini ilgilendiren “makro Planlama” ile firmalar düzeyinde, elektronik ticaretin işleyiş sistemiyle ilgilenen (bu bölümün 4. Kısım konusu olan) “mikro planlama’yı” kapsamaktadır .

Elektronik ticarete dayalı kalkınma modelinin kapsamını, yeniden yapılanmaya dayalı makro planlar ve politikalar oluşturmaktadır. Bu planlamalar Operasyonel yaklaşımla; mevcut tüm verilerden faydalanarak yeni bir sistem kurmayı amaçlar (Kavrakoğlu, 2002: 197) ancak, kurulan sistemler önceki sistemden tamamen farklı özellikler ve yapılanmayı ifade eder. Bu çerçevede elektronik ticarete dayalı kalkınma modeli geleneksel modelin araçlarından da yararlanarak yeni, daha kapsamlı, daha etkin, ve tamamen farklı (pazarların sanal

pazar olması ve ticaretin sanal ortamlarda gerçekleştiği) bir yapıda bulunmaktadır (Melody, 1999: 7).

Elektronik ticarete, alıcı ile satıcının karşı karşıya geldiği geleneksel pazarlardan farklı olarak, alıcı ve satıcının fiziki ortamda karşı karşıya gelmediği, ancak sanal ortamda (elektronik ortamda) karşılaştığı bir yapıya geçilmektedir. Ayrıca rn ve hizmetler fiziki özellikte olan geleneksel pazarlardan sanal (elektronik) pazarlara taşınmaktadır (Güran, 2004: 1). Bu çerçevede ürün ve hizmetler sanal pazarlarda tanıtılmakta, reklamı yapılmakta, özellikleri hakkında her şey detaylandırılmakta ve satış işlemleri elektronik olarak gerçekleştirilmektedir (Güran, 2004: 3). Bu nedenle elektronik ticaretin kullanımına yönelik yapılan planların kapsamı, elektronik alandaki ticari faaliyetlerle birlikte, geleneksel ticaret alanının tüm etkinliklerini de kapsamaktadır.

1.2.5. Kalkınma Planlarının Uygulama Aşamalarını Belirlemek (Politika Oluşturmak)

Stratejik planlar hazırlanırken dikkat edilmesi ve göz önünde bulundurulması gereken konular vardır. Bu konular planlanmaya başlanmadan itibaren değerlendirmeye alınıp planlama aşamasının sonuna kadar dikkatle uygulanmalıdır. Dikkat edilmesi gereken konuların bazıları aşağıda belirtilmekte ve ardından “elektronik ticaret kullanımına dayalı kalkınma modelinin oluşumunu sağlayacak olan stratejik planların uygulama aşamaları” belirlenmektedir.

Hiç bir plan tek başına ve belli bir koordinasyon sağlanmadan uygulanamaz. Hazırlanan planların nasıl, ne zaman, hangi teknik ve yönetici kadrolar tarafından uygulanacağı planların hazırlanma aşamasında belirlenmelidir (Yılmaz, 2002:27). Bu nedenle siyasi irade, oluşturulan bu planları uygulanabilir kılmak için, plan hedeflerine uygun politikalar belirlemelidir. Bu politikalar; planların amacı ve hedeflerine odaklı olarak, koordinasyon ve işbirliğini sağlamalıdır.

Kalkınma planları ve politikalarının uygulanmasının denetimi, planlar arası koordinasyonu, uygulayıcıları, çalışanları, bütçesi gibi bir çok faktörün sorumluluğunu ve sahipliğini üstlenecek yetkili bir organ, daha planlama aşaması başlamadan önce belirlenmelidir (Dülger, 2002: 18).

Hazırlanan planlar, işgücü maliyetini azaltacak, kaynak israfını önleyecek, genel masrafları ve genel giderleri azaltacak şekilde oluşturulmalı ve hazırlık aşamasında planlar arasında bu amaçlara yönelik konular dikkate alınmalıdır (DTP, 1995: 23). Ayrıca her çalışmanın bir maliyeti olacağı için planlama hazırlıklarının ve planlama sonrası uygulama faaliyetlerinin giderlerini karşılamak için bir bütçe çalışması yapılarak, ödenekleri temin edilmelidir (Dülger, 2002: 18). Stratejik planların oluşum aşamasında dikkat edilmesi gereken bu konular göz önünde bulundurularak, çalışmanın konusu olan, elektronik ticaret kullanımına dayalı kalkınma modelini oluşturacak stratejik planların uygulama aşamaları (politikaları) tespit edilebilir.

Elektronik ticaret kullanımına dayalı kalkınma modelini oluşturacak stratejik planların uygulama aşamaları (politikaları), genel olarak altı basamakta gerçekleşen plan ve politikalarından oluşmaktadır. Bunlar sırasıyla;

- Gerekli ve uygun alt yapı çalışmalarını oluşturma planları
- Elektronik devlete dönüşüm planları
- Toplumsal eğitimi amaçlayan global eğitim sistemine geçiş planları
- Mikro ölçekte elektronik ticaret sistemi oluşturma ve sektörlerin elektronik ticareti uygulama planları
- Toplumu sosyolojik ve ekonomik olarak yönlendirme planları
- Elektronik ortamda bütünleşme planları, olarak belirlenmektedir.

1.2.6. Stratejik Planların Uygulanması

Yukarıda altı basamak olarak belirlenen kalkınma ve politikaları yine bir plan dahilinde uygulanmalıdır. Belirlenen bu planların her biri kalkınma açısından çok önemli ve gereklidir. Bu planlardan birisinin olmaması ya da uygulamadan çıkarılması, makro planın yeterince etkin olmamasına, belki de yarıda kalıp işlevini yitirmesine neden olabilir. O nedenle, hazırlanmış olan planlar, bir bütün olarak ve koordinasyon içinde uygulanmalıdır (Acar, 2002: 36-37).

Bu planların başarılı olabilmesi için yukarıda da belirtildiği gibi bu planların uygulanmasından sorumlu ve yetkili bir birim oluşturulmalıdır. Bu çalışma esnasında yapılan inceleme ve araştırmalar sonunda belirlenen tespit ise; bu yetkili ve sorumlu birimin, “bir bakanlık olarak belirlenmesidir”. Kalkınma planları bir ülkenin geleceğini belirler. Hatta gelecekte var olup olamaması gibi bir hayatiyet taşır.

Ayrıca bir devletin en temel amacı, vatandaşlarını refah içinde yaşatmaktır. Böyle hayati öneme sahip plan ve politikalar, çok ciddi radikal önlemler ve uygulamalar ile sağlanabilir (Öğütçü, 1998: 19). Bu nedenle stratejik kalkınma planlarının hazırlanması ve uygulanması, sadece bu çalışmalar için oluşturulmuş ya da görevlendirilmiş bir bakanlık tarafından yönetilmelidir.

Yine bu altı basamak olarak oluşturulan planların her biri çok geniş kapsamlıdır. Kalkınma planları içinde yer alan faktörlerin her biri birbiriyle yoğun ve karmaşık ilişkiler içerisindedir. Bu nedenle “Elektronik Ticaret Kullanımına Dayalı Kalkınma Modeli” uygulamasında yer alan her plan, bir bütün olarak ve ayrı ayrı incelemeye tabi tutulmayı gerektirir (Kavrakoğlu, 2002: 58). Her bir plan aşağıda ayrı ayrı ele alınmakta, faktörler arasındaki ilişkiler ile planlar arasındaki ilişkiler belirlenmektedir.

2. ALTYAPI ÇALIŞMALARININ TAMAMLANMASI

Bir ülkenin ulusal bilgi altyapısı, mevcut bilgilerin işlenmesine, depolanmasına, bir yerden başka bir yere iletilmesine ve bu bilgilere gerektiğinde ulaşılmasına imkan sağlayan teknolojileri, kuralları, standartları ve politikaları kapsamaktadır. Gerekli altyapı planlama çalışmalarının hedefi (Envarlı/Ultav, 2002: 14-15);

- Sürdürülebilir bir kalkınma için genel sosyo-ekonomik yararı en üst seviyeye çıkarmak,
- Bilgi ve iletişim sektörünün donanım, iletişim hizmetleri, yazılım ve içerik sağlamaya dönük sanayinin ve alt dallarının oluşumunu sağlayarak ulusal katkı payını maksimum seviyelere çıkarmak,
- Uluslar arası rekabete uyum sağlayarak mümkün olan en yüksek ulusal kazanımı elde etmek,
- Sonuç olarak bütün bunları gerçekleştirebilecek yapılanmaları üretmektir.

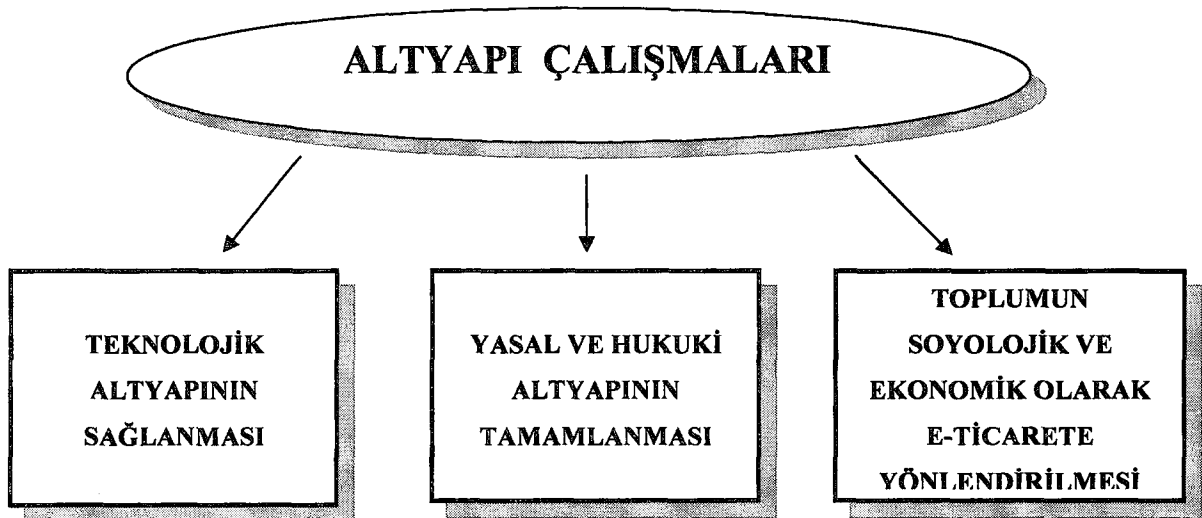
Devlet, altyapı çalışmalarında, bilgi ve teknolojiye dayalı her tür içerik geliştirmeyi ve geliştirilen içeriği ulusal bilgi altyapısı aracılığıyla toplumuna sunmayı hem bir görev hem de sorumluluk olarak kabul etmelidir (Envarlı/Ultav, 2002: 33).

Yeni teknolojiler üretmek ve ya bilim adamı yetiştirmek için yatırım yapmak, ödenek ayırmak gibi belli bir maliyet, firmaların katlandığı ve ya katlanmak istediği maliyetler arasında yer almaz. Kollektif mal niteliği taşıyan temel araştırmalar, bir altyapı yatırımını gerektirmesi, bilgi üretimindeki bölünmezlik ve belirsizlik gibi nedenlerden dolayı devletin müdahalesinin temelini teşkil etmektedir. Bir çok ülkede temel araştırmalar yapmak, bilim adamları ve araştırmacıları yetiştirmek, yüksek öğretim ve kamu kesimi tarafından gerçekleştirilmektedir (Erdost, 2002: 253).

Devlet, araştırma ve teknoloji geliştirme faaliyetlerine özel sektörün de belli bir katkı sağlaması için teşvik ve yönlendirme planları geliştirebilmektedir. Bu teşvik ve yönlendirme planları vergi indirimi veya muafiyeti şeklinde olabildiği gibi, sözleşme veya sübvansiyon yoluyla doğrudan desteklemesi şeklinde de gerçekleşebilmektedir. Devlet, böyle bir yöntem uygulamayla, teknolojik birikimin ve teknolojik altyapının daha hızlı toplumsallaşmasını sağlamış olmaktadır. Bilimsel-teknolojik altyapının devlet desteği ile biçimlenmesi ve oluşturulması, sonra da özel sektörün kullanımına imkan tanınması ise, kalkınmanın gerçekleşmesinde çarpan etkisi göstermektedir.

Devlet, bütün kalkınma plan ve politikalarının uygulama aşamasında olduğu gibi Elektronik Ticarete Dayalı Kalkınma Modeli'nin plan ve politikalarının uygulanmasında da önemli roller üstlenmelidir (Erdoğan/Bilir, 2002: 61). Bu çerçevede; "Elektronik Ticarete Dayalı Kalkınma Modeli" için gerekli altyapı çalışmaları (şekil: 5'de görüldüğü gibi) genel olarak üç aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşama; teknolojik altyapının sağlanması, ikinci aşama; yasal ve hukuki altyapının tamamlanması, üçüncü aşama; toplumun soyolojik ve ekonomik olarak elektronik ticarete yönlendirilmesi şeklindeki plan ve politikalardan oluşmaktadır.

ŞEKİL 5 : Gerekli Altyapı Çalışmalarının Tamamlanması



KAYNAK: Yazar tarafından geliştirilmiştir.

Elektronik ticarete dayalı kalkınmanın sağlanmasında makro ölçekli stratejik planlar hazırlanırken, gerekli altyapı çalışmaları ve yatırımlar, kendisinden sonra hazırlanacak planlara ve bu planların uygulanmasına temel teşkil edecektir. Bu nedenle, altyapı çalışmalarının finansmanı için gerekli kaynakların temini, bu modelin işleminde kritik bir aşamayı oluşturmaktadır (Nulens, 1998: 4).

Devlet bu üç aşamanın gerçekleşmesi için kendi imkanları yanında özel sektör ve yabancı yatırımcıların kaynaklarını da bu altyapı çalışmalarının oluşumuna katkıda bulunması için yönlendirmeli ve teşvik etmelidir. Ayrıca, toplumun gelişen teknolojileri benimsemesi, kullanması ve yaygınlaşması için sosyo-ekonomik teşvikler geliştirmelidir.

Devlet, elektronik ticaret kullanımının sağladığı imkanları, tüm toplumun refahını artıracak şekilde, topluma yaygınlaştırıcı eğitim faaliyetlerini de planlamalı ve uygulama politikaları oluşturmalıdır (Erdost, 2002: 252-253). Belirtilen altyapı planlarının içeriği ve politikalarının uygulanması daha geniş incelemeyi gerektirmektedir.

2.1. Elektronik Ticaretin Teknolojik Altyapısının Sağlanması

Elektronik ticaretin bir ülkede yaygın olarak kullanılabilmesi, o ülkenin teknolojik altyapısına büyük yatırımlar yapılmasını gerektirmektedir. Yatırımların boyutu; yapılacak işin niteliği ve türüne bağlı olarak değişmektedir. Teknolojik yatırımlar önemli miktarda sermaye gerektirdiğinden dolayı, büyük/uluslararası işletmeler ile devletin gerçekleştirebileceği yatırımlardır.

Elektronik ticaret sisteminin işleyebilmesi için gerekli olan teknolojik altyapılar, oluşturulmak istenilen teknik özelliklere, işlem hacmi ve kapasitesine göre planlanarak oluşturulmaktadır. Global ölçekte, ulusal telekomünikasyon sistemlerinin teknik özellikleri ve kapasiteleri farklıdır. Ülkeler iç ve dış imkanlarını teknik altyapı yatırımlarına yönlendirebildikleri oranda teknolojik gelişim sağlayabileceklerdir.

Elektronik ticaret açısından öncelikli olarak planlaması ve yatırım yapılması gereken teknolojik altyapı alanlarındaki ilk faaliyet, internet omurgasının oluşturulup güçlendirilmesidir. ‘İnternet Omurgası’ fiber optik kablolar yardımıyla internet bağlantısını sağlamaktadır. İkinci temel altyapı faaliyeti olarak ISS’ler, ülkenin bölgesel ve yerel bağlantılarını sağlamak amacıyla oluşturulmuş ve ana omurgaya bağlantı yapılmasını sağlayan altyapılardır (Kırçova, 2001 43).

İnternet omurgasının güçlendirilmesi, telekomünikasyon sistemlerinin kapasitelerini, yatırım ve işlem maliyetlerini, fiyatlandırma politikalarını, bağlantı ve işlem hızını belirleyen temel teknolojik altyapı olduğu için, ülkelerin rekabet yeteneklerinin artmasına katkı sağlayabilecektir (Mann, 2000: 4). İnternet Servis Sağlayıcılar (ISS-Internet Server Provider-ISP), internete bağlantı hizmeti vermelerinin yanı sıra, internetteki adresin belirlenip tescil edilmesinden, web sitesinin hazırlanarak yayınlanmasına kadar bir çok hizmet ve destek faaliyetleri de vermektedirler (Dolanbay, 2000: 135). İnternet Servis Sağlayıcılar, elektronik ticaretle ilgili bütün birimlere, gerekli olan hizmetleri bir bütün olarak sunmaktadırlar.

Bunlara ek olarak; Uygulama Servis Sağlayıcılar (USS- Application Server Provider-ASP), Elektronik Posta Adres Listeleri (Domain Name Server-Alan adı sistemi), elektronik ticaret yazılımları, HTML ve HTTP sayfaları oluşturmak için gerekli yazılımlar, Vpos İşlem Sistemi (sanal pos), telekomünikasyon hizmeti sağlayan kuruluşlar (Türk Telecom gibi), telefon hatları ve lojistik işletmeleri diğer teknolojik yatırım yapılması ve geliştirilmesi gereken altyapıları oluşturmaktadırlar (Kırçova, 2001: 43-46).

Bu teknolojik altyapı oluşum, sistem, donanım ve yazılımları büyük miktarda yatırımları gerektirdiği için elektronik ticaretle ilgilenen tüm birimler, bu alanda faaliyet gösteren kurum ve işletmelerin sunduğu hizmet ve desteklerden çok daha ucuza ve yüksek kalitede faydalanma imkanına sahip olabilmektedir (Mann, 2000: 5). Altyapı yatırımları alanında faaliyet gösteren işletmelerin sayısı arttıkça bu alanda da rekabete bağlı olarak; hızlı, sürekli ve güvenli şekilde internette işlem

yapma olanağı hizmet kalitesini artırmakta, maliyetler düşmekte ve elektronik ticaretin yaygınlaşmasını sağlamaktadır.

Günümüzde artık, internet altyapısının kullanımında geniş bant erişiminin sağlanması, üçüncü nesil mobil telekomünikasyon hizmetlerinin ucuzlatılması ve yaygınlaştırılması, akıllı kart ve güvenlik standartlarının artırılması yönünde altyapıları geliştirme çalışmaları devam etmektedir.

2.2. E-Ticarete Dayalı Ekonomik Sistemin Yasal ve Hukuki Altyapısının Tamamlanması

Geleneksel ticaret konularıyla ilgili temel hukuk prensipleri 18-19. Yüzyılda temelleri atılmış ilkeler etrafında oluşturulmuştur. Ancak, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin elektronik ticareti olanaklı kılması, ekonomik yapılarda, ticari işleyiş, ilke ve yöntemlerinde geçmişe göre oldukça farklı bir yapıyı ortaya çıkarmıştır. Bu yeni yapının, toplum hayatının tüm aşamalarını kapsayacak şekilde çok geniş alanlara yayılabilecek özellikte olması (Özyılmaz/Evrensel, 2003: 4), hukuk alanında yeni anlayışların oluşmasını ve yasal düzeyde de yeni düzenlemelerin yapılmasını gerekli kılmaktadır

Elektronik ticaret kullanımına önem vererek yaygınlaştırmak isteyen ülkelerde, elektronik ticaret kullanımına güveni sağlayacak hukuki düzenlemelerin yapılması gerekmektedir. Çünkü, şu ana kadar internet üzerinden gerçekleştirilen ticari işlemlerdeki uygulamalarda güvenlik, doğrulanabilirlik gibi konularda hukuki sorunların yaşandığı görülmektedir (Spyrelli, 2003: 2). Firmalar ve tüketiciler bu sorunların açık çözümlere kavuşturulması sağlanmadan, büyük yatırımlar yapmak ve ticari faaliyetlerde bulunmak konusunda çekingen davranmaktadırlar (Ford, 2003: 5). Bu da aynı zamanda; dünyanın birçok yerindeki mevcut hukuksal çerçevenin, güvenli bir elektronik ticaret ortamı için yeterli garantiler sağlayamadığını ifade etmektedir.

Aslında, geleneksel ticaret şartlarına göre düzenlenmiş ticaret mevzuat ve yasaları, elektronik ticaret kullanımı açısından noksan kaldığından güvenlikten başka çeşitli sorunların yaşanmasına da neden olmaktadır [35]. İnternetin sunduğu teknik olanaklar, insanların yasal boşlukları da fırsat bilerek her türlü yolsuzluğu, aldatma ve hileyi çok daha kolay ve inandırıcı yapabilmelerini mümkün kılmaktadır (Frieden, 200: 36). Bu sorunların çözümünün önemi göz önüne alındığında hukuki altyapı çalışmalarının aciliyet gerektirdiği görülmektedir.

Teknik gelişmeler doğrultusunda tüketim, üretim, pazarlama, ödeme gibi ticari işlem biçimlerini yeniden şekillendiren (Kılılan, 2002: 161) ve gelişimini halen sürdüren elektronik ticaretin, hukuksal altyapısını oluşturup uygulamaya geçilmesi belli bir süreci gerektirmektedir. Bunun nedeni ise; internet uygulamalarının çok hızlı değişmesi karşısında çıkarılan yasaların bu değişim hızına uymakta zorlanmalarıdır (Prentice, 1999: 12). Diğer bir deyişle; elektronik ticaret uygulamalarının gelişim hızı ve yönünün öngörülememesi sonucu düzenlemelerin zamanlamasında gecikmelerin yaşanmış olmasıdır [36].

Bu açıdan yöneticiler ve hukukçular hızlı teknolojik gelişme karşısında, elektronik ticareti hukuk dışı bir platform halinde bırakıp hukuksal güvenlikten yoksun kılmamalı ancak sıkı düzen ve disiplin altına alarak da uygulanmasını engelleyici düzenlemelerden kaçınılmalıdır (Hogan, 2003: 453). Elektronik ticarete dayalı stratejik kalkınma planlarının uygulanmasında düzenlemelerin geciktirilip, elde edilecek faydaları ertelemek için teknolojinin bütün imkanlarından da yararlanılarak hukuki altyapıyı yenileyen plan ve politikalar oluşturulmalıdır [37].

Hukuki altyapıyı oluşturma çalışmalarında ki temel kanun ya da mevzuat düzenlemeleri ise şu şekilde sıralanabilir (DPT, 2003: 29-35)/(Gün, 2001: 101-102);

- Elektronik İmza Kanunu,
- Kişisel Verilerin Korunması Hakkında Kanun,

- Elektronik Ticaretin İşleyişini Düzenleyen, İşlemleri Onaylayan (E-Noter), Vergilendiren, Denetleyen, Yönlendiren Ve Teşvik Eden Kanun Yada Mevzuat Düzenlemesi,
- Ulusal Bilgi Güvenliği Kanunu,
- Türk Ceza Kanununun Bilgi Ve İletişim Teknolojilerindeki Gelişmelere Göre Yeniden Düzenlenmesi,
- Bilgi Edinme Kanunu,
- Elektronik Sözleşmelerin Hukuki Geçerliliğini Sağlayan Kanun Yada Mevzuat Düzenlemesi,
- Elektronik Ortamda Fikri Hakların Korunması için Gerekli Kanun ya da Mevzuat Düzenlemesi,
- İnternet Servis Sağlayıcılarının Görev, Yetki ve Sorumlulukları ile Denetimlerine İlişkin Gerekli Kanun ya da Mevzuat Düzenlemesi,
- Elektronik Ticaret Modelinin Oluşturulması ve İşleyişini Düzenleyen Kanun ya da Mevzuat Düzenlemesi,
- Elektronik Ticaretin İşleyişini Destekleyici Finansal ve Denetleyici İdari Destek Araçlarının Koordinasyonu İlgili Kanun ya da Mevzuat Düzenlemesi,
- Dış Ticarete Elektronik Ticaretin Yaygınlaşmasını Sağlayıcı ve Teşvik Edici İdari, Mali ve Yasal Düzenlemeler,
- Telekomünikasyon Alanında Yeni Yasa ve Mevzuat Düzenlemeleri (stratejik planlara uygun olarak, telekomünikasyon sektörünün hukuki altyapısını bütünüyle yeniden düzenleyen, kanun ve mevzuat çalışmaları),

- Telekomünikasyon Altyapısının Ülke Geneline Yaygınlaştırılması Amacıyla (sunulacak hizmetlerin kapsamı, maliyetleri ve finansmanını düzenleyen) “Evrensel Hizmet Yönetmeliği”nin Çıkarılması,

stratejik kalkınma planları çerçevesinde hazırlanması gereken, elektronik ticaretin hukuki altyapısını oluşturan genel yasal düzenlemeler olarak belirtilebilir.

Gelecekte elektronik ticaretin yaygınlaşmasını, kalkınma üzerindeki etkinlik derecesini ve dünya ticaretindeki payını belirleyecek ana unsur; hukuki altyapı düzenlemeleri olacaktır. Hukuksal altyapı düzenlemeleri, doğru politikalar ve doğru zamanlama ile oluşturulduğu ve değişimle birlikte hareket edildiği takdirde, ekonomik kalkınmanın ve elektronik ortamın güvenliğinin sağlanmasında istikrar sağlayıcı etki yapacaktır (Smedinghoff/Bro, 2003 7). Ayrıca yukarıda genel hatlarıyla verilen hukuksal altyapı düzenlemeleri her ülkenin kendi hukuksal, ekonomik ve toplumsal şartlarına göre değişiklikler gösterecektir.

2.3. Toplumun Hazırlanan Stratejiler Çerçevesinde Sosyolojik ve Ekonomik Olarak Elektronik Ticarete Yönlendirilmesi

21. Yüzyıl'ın bilgi toplumu olmasında en büyük katkıyı bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) sağlamıştır. BİT'in önemini kavrayan ülkeler, bu sektöre büyük yatırımlar yaparak dünyada önde gelen lider ülkelerden olmak istemektedirler (Öğütçü, 1998: 21). Teknolojik alandaki hızlı gelişmeyi yakalayıp bunu toplumun her alanda kullanmasını sağlayarak, hem kullanımını hem de üretimini yaygınlaştırmak, bu ülkelerin en büyük stratejik planlarını ve hedeflerini oluşturmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin çok yeni olması, ülke bazında bilgi ve teknoloji birikimine zaman tanımadığı için, az gelişmiş ülkelere çağı yakalamada önemli fırsatlar sunmaktadır (Mann, 2000: 6).

Günümüzün gelişmiş ülkelerinin teknolojik üstünlüğü sanayileşmede diğer ülkeler karşısında kendilerine büyük katkı sağlamıştır. Ancak bilgi ve iletişim teknolojileri alanında, özellikle de yazılım teknolojileri alanında, teknoloji birikimi

söz konusu değildir. Bu alanda ülkeler arasındaki rekabet başlamış ve belli bir yol alınmış olmakla birlikte geç kalınmış sayılmaz. Bu nedenle, her ülkenin uluslararası rekabete eşit koşullarda başladığı söylenebilir.

Ancak buradaki en önemli husus; altyapı oluşumlarıdır. Altyapı oluşumlarını önce tamamlayan ülkeler diğer ülkeler karşısında büyük bir avantaj ve rekabet üstünlüğü sağlamış olacaklardır (Öğütçü, 1998: 22). Bu çerçevede; yukarıda da bahsedilen altyapı çalışmalarından, teknolojik altyapı ve hukuki altyapının yanında en önemli altyapı unsurlarından biri de toplumun kendisidir (İnce, 1999: 13). Toplumun sosyolojik ve ekonomik olarak bilinçlendirilmesi, eğitilmesi ve ülkenin stratejik planları çerçevesinde yönlendirilmesi, bilgi ve iletişim teknolojilerine dayalı kalkınmada, diğer iki altyapı faktöründen daha büyük önem taşımaktadır. Burada asıl hedef (DPT, 2003: 11);

- Bilgi ve iletişim teknolojilerini çok iyi kullanan,
- Bu teknolojiler ile bilgiye kolay ulaşan,
- Bu bilgileri yeniden bilgiye dönüştüren bireylerden oluşmuş bir “bilgi toplumu”na geçiştir.

Ancak “bilgi toplumu” seviyesine gelindiğinde ya da “bilgi toplumu” olmak hedeflendiğinde, elektronik ticaret modeline dayalı kalkınma yolunda büyük bir ilerleme katedilebilir. Bu modelde bireysel gelişim ve buna bağlı olarak oluşan toplumsal gelişim çok önemlidir.

“Elektronik Ticarete Dayalı Kalkınma Modeli”nde, bireylerin bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanım düzeylerini en yüksek seviyeye çıkarmak, toplumsal altyapıyı oluşturmak için geliştirilen stratejik planların başlangıç noktasıdır. “birey” ve “bireysel gelişim” bu modelde çok önemlidir. Stratejik planların, toplumsal altyapının temel unsuru olan bireyin özelliklerinin geliştirilmesiyle ilgili belirlenen politikalar ise (Buğra, 2002: 93-97) / (Dülger, 2002a:186-190);

- Bireyin bilgi ve teknoloji kullanım düzeyini artırmak,
- Bireye teknolojik gelişimi takip edebilmesi ve yeni teknolojileri kolaylıkla edinebilmesi imkanlarını sunmak,
- Bireylerin, hem bilgi hem de ürün ve hizmet üretiminde bulunmasını teşvik edici projeler geliştirmek,
- Bireylere, bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanma ve kullanım oranlarına göre refah artışı sunmak,
- Bireylerin gelişimini ve eğitimini sağlayıcı ücretsiz ya da çok ucuz eğitim olanakları sunmak,
- Bireyleri teknoloji üretimine katkıda bulunacak ve rekabet edebilirlik özelliklerini geliştirecek şekilde, inceleme ve araştırma yapmaya teşvik etmek,
- Bireylerin, yaygın ve yoğun şekilde bilgi kullanıcısı durumuna gelmelerini sağlamak,
- Bireylerin kişisel gelişimleri ile ulusal AR-GE faaliyetlerine katkıda bulunmalarını sağlamak,

toplumun sosyolojik ve ekonomik yönlendirilmesi ve toplumsal altyapının oluşturulması için, bu modelin stratejik planları çerçevesinde oluşturulan politikalar arasında yer alır.

Açık ve kapalı ağların oluşturduğu elektronik ortamda, toplumsal altyapının en önemli unsuru olan bireyin teknoloji kullanım düzeyini artırması, elektronik ticaret uygulamasının hızla yaygınlaşmasına önemli katkıda bulunur. Elektronik ticaret uygulamasının hızla yaygınlaşmasının en önemli şartı ise; toplumu oluşturan bireylerin, elektronik ortama daha çok katılarak işlem düzeylerini yükseltmelerini,

ve elektronik ortamdan en yüksek katkıyı sağlayacak şekilde faydalanmalarını gerektirmektedir (İnce, 1999: 9).

Elektronik ağların özellikle de internetin toplumun büyük bir kısmı tarafından kullanılmaya başlanması, elektronik ticari işlemlerin yanı sıra, elektronik ağlar üzerinden haberleşmeyi, bilimsel çalışmalar yapmayı, araştırma ve incelemelerde bulunmayı, çeşitli bilgi kaynaklarına ulaşmayı, sohbet ve tartışma formları düzenlenmesini, ağlar üzerinden konferans ya da video konferansların yaygınlaşmasını sağlamıştır [38]. Bunun neticesinde zamanlarının büyük bir kısmını bilgisayarlarıyla geçiren, teknolojik bilgiye sahip insan sayısının artması, ‘elektronik topluluk’ olarak adlandırılan bir kitlenin oluşmasını sağlamıştır (Kırçova, 2001: 48). Aslında stratejik kalkınma planlarının bilgi toplumu oluşturma girişimi de teknolojik bilgiyle donanımlı böyle toplulukların tüm topluma yayılmasıyla toplumsal altyapının oluşturulması ve bilgi toplumuna geçiş amaçlanmaktadır.

Ancak ‘Bilgi Toplumu’nun oluşumu, teknolojik bilginin kullanımının yaygınlaştırılması ve toplumun bilgi ve teknoloji üretir hale gelmesi, stratejik kalkınma ve dönüşüm planları olmadan ya da piyasa mekanizmasının kendi kuralları çerçevesinde gerçekleşebilecek bir olgu değildir (Buğra, 2002:94). Şu ana kadar olan gelişmeler, ampirik gözlemlere dayanarak yapılan analizler çerçevesinde değerlendirildiğinde; iki farklı gerçeği ortaya koymaktadır. Bu analiz, teknolojik bilginin toplumsal altyapıyı oluşturması açısından değerlendirilmesinde, hem üretim hem de tüketim açısından ayrı ayrı ele alınmasını kapsamaktadır (Mann, 2000: 8).

Birincisi; uluslararası düzeyde ele alındığında, gelişmiş ülkelerin bilgi üretici ve satıcı konumunda, gelişmekte olan ülkelerin ise alıcı konumunda olmalarıyla ilgilidir. Ancak burada çok önemli bir ayrıntıya dikkat etmek gerekmektedir. Gelişmiş ülkelerin, ürettikleri teknolojileri, ancak rakiplerinin de aynı teknolojik bilgiyi üretmeye başladıkları zaman, yüksek bedeller karşılığı gelişmekte olan ülkelere sattıkları da unutulmamalıdır (Özveren, 2002: 99).

İkincisi ise; gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin, üretilmiş bilgilerin kullanımıyla ilgili olarak; hem birbirleri arasındaki değerlendirmede hem de kendi içlerindeki değerlendirmede çok büyük farklılıkların oluşmasıyla ilgilidir.

Birinci durumun değerlendirilmesinde; uluslararası patent başvuruları ile teknik ve bilimsel dergi makalelerinin dağılımının gelişmiş ve gelişmekte olan ülke toplumlarının üretimlerinin mukayesesi yapılmaktadır. Uluslararası patent başvurularının % 86'sı ile bilimsel yayınların % 85'i dünya nüfusunun % 14'üne sahip olan OECD ülkeleri tarafından gerçekleştirilmektedir (UNDP, 2001: 39). Buradaki mevcut durum gelişmiş ülkelerin lehinedir. Ancak teknolojik bilgi üretimindeki bu eşitsizlik durumunu gidermenin çözüm yolu toplumsal altyapının oluşturulup oluşturulmamasıyla ilgilidir.

Teknoloji üretmeye yönelik araştırma ve geliştirme politikalarına ağırlık vermek ve eğitim politikalarının bilgi üreticisi yetiştirmek (yani beşeri sermayeyi geliştirmek) amacıyla biçimlendirilmesi, ülkelerin kalkınması açısından hayati önem taşımaktadır (Duff, 2000: 23). Toplumsal altyapı oluşumlarını değerlendiren birinci durum analizi sonucunda; elektronik ticarete dayalı kalkınma modelinin stratejik planları çerçevesinde tüm ülkelerin yapması gereken; teknolojik bilginin üretilmesi ve beşeri sermayenin güçlendirilmesidir.

Toplumsal altyapı oluşumlarını değerlendiren İkinci durumun analizi de; toplumdaki insanların ne oranda teknolojik bilgi kullanıcısı olduğuyla ilgilenmektedir. Buradaki kullanım; bilimsel bilgi (teorik bilgi) yanında pratik bilgiyi de içeren bir teknolojik bilgi kullanımını kapsamaktadır. Uluslararası karşılaştırmalarda yine gelişmiş ülkeler lehine bir durum söz konusudur. İnternet kullanıcılarının dünya nüfusuna oranı % 6,7 iken gelişmekte olan ülkelerin ortalaması % 3'ün altında kalmaktadır. Buna karşılık, ABD'de % 54,3 olan internet kullanıcı oranı, OECD ülkelerinde % 28,2 olarak tespit edilmektedir (UNDP, 2001: 40).

Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki bu dengesizlik yanında ikinci önemli husus: gelişmekte olan ülkelerin içindeki dengesizliklerin de oldukça fazla olmasıdır. Örneğin; Çin'in en az internet kullanan 15 eyaletindeki altı yüz milyonluk nüfusun dört milyonu internet kullanırken, Şanghay'da 27 milyon kişinin 5 milyonu internet kullanmaktadır (UNDP, 2001: 40). Bu durum ise; toplumsal altyapının oluşturulamadığı sonucunu vermektedir. Toplumsal altyapı oluşumu ise elektronik ticarete dayalı kalkınmanın alt yapı oluşumları içinde en önemli kısmı oluşturmaktadır. Alt yapı çalışmalarından, toplumsal altyapının belli bir düzeye çıkarılamaması ise, diğer alt yapı çalışmalarının tamamlanmış olmasına rağmen kalkınmanın gerçekleştirilmesi sonucuna götürmeyecektir (Türkiye Bilişim Şurası Sonuç Raporu, 2002: 527). Sonuç olarak; toplumsal alt yapı olmadan ya da toplumun katılmadığı her hangi bir model işlemeyecektir.

3. ELEKTRONİK TİCARETE GEÇİŞTE TOPLUMSAL EĞİTİM

Çağımızda bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesinin sonucunda elektronik devlet uygulamalarının yaygınlaşması ve elektronik ticaretin gerçekleşmesi, yeni bir ekonomik yapılanmayı ve bilgi toplumu oluşturma aşamasına geçilmesini sağlamıştır [38]. Günümüzde artık tüm ülkelerin ulaşmak istediği hedefler; toplumsal yapı olarak, 'Bilgi Toplumu' yapısını oluşturmak, ekonomik olarak da kalkınmanın sağlandığı gelişmiş ekonomik bir düzeye ulaşmaktır.

Teknolojik gelişmeler, ekonomik kalkınma ve toplumsal yapı arasında eskiden beri var olan ilişkileri her alanda daha da yoğunlaştırmış, hatta bir birinin kaynağı ve altyapısı durumuna getirmiştir (Ekin, 1997: 85). Bu çerçevede, yeni ekonomik yapılanma; bilgi toplumu oluşum aşamasında toplumsal tüm faaliyetleri olağanüstü bir hızla etkiler duruma gelmiştir. Bunun sonucunda gerçekleşen her değişimden ekonomik yapının kendisi de tekrar etkilenerek yeni bir değişimi başlatır konuma ulaşmıştır (Hang, 2001: 3).

Bu sürekli değişim ve gelişim ise; toplumlara kalkınma faaliyetlerinde olağan üstü imkanlar vermektedir. Artık gelişmişlikleri ve zenginlikleri para ile ya da doğal kaynakların zenginliği ile değil, bilgi ve insan kaynaklarının zenginliği ile ölçölmektedir [38]. İnsan gücü yetiştirmenin tek yolu da eğitim ve öğretim olarak kabul edilmektedir. Bu çerçevede bilgi toplumunu hedef almış bir ülkenin en önemli sermayesi olan insanın bilgi, beceri ve disiplini ancak nitelikli; iyi bir eğitimle sağlanabilir. Bu da insanları öğrenmeye yönlendiren ve onlara öğrenme bilincini kazandıracak (enformasyon değil formasyon veren) bir eğitim sistemi ile mümkündür [39].

Bilim ve teknolojileri yakalamak ve gelişmelere ayak uydurarak var olabilmek için mevcut bilgileri öğrenebilen, öğrendiklerini geliştirerek uygulamaya geçirebilen, bilgi ve iletişim teknolojilerinden en verimli şekilde faydalanabilme yetenek ve yeterliliğine sahip insan gücü yetiştirmek, sistemin temel şartı haline gelmiştir (Türkiye Bilişim Şurası Sonuç Raporu, 2002: 525). Bu nedenle, bilgi toplumunu oluşturma ve kalkınmayı sağlama hedefine ulaşmada insanın yetiştirilmesi stratejik bir önem taşımaktadır ve tüm yatırımlar insan üzerine yapılmalıdır [39]. İnsana yapılan yatırım, topluma değişim, gelişim ve kalkınma olarak geri dönecektir.

Günümüzde sanayi toplumlarında olduğu gibi insanı sadece maddi özellikleri açısından değerlendirmenin yanlış olduğu anlaşılmıştır. Bilgi toplumunda insan maddi özellikleri açısından değerlendirilmekten vazgeçilmiş, kişinin verimliliğini artırıcı yollar aranmaya başlanmıştır [39]. Bu çerçevede ekonomik, teknolojik, zihinsel ve toplumsal bazda meydana gelen gelişmeler, sanayi toplum yapısında uygulanmakta olan seçkinci (elitist) klasik eğitim-öğretim yaklaşımlarını temelinden değişime uğratmıştır (Türkiye Bilişim Şurası Sonuç Raporu, 2002: 526)

Toplumsal eğitim incelenirken; seçkinci klasik eğitim ve öğretim yöntemleri ile yeni ekonomi ya da yenilenen ekonomi çerçevesinde gelişen global eğitim yapılanmasının ele alınması faydalı olacaktır.

3.1. Elitist Eğitim Yaklaşımından Global Eğitim Yaklaşımına Geçiş

Tarım devrimi ve ardından sanayi devriminin oluşturduğu toplumsal yapılarda ülkelerin geliştirdikleri eğitim-öğretim politikaları, genellikle iki farklı eğitim yaklaşımı meydana çıkarmıştır. Birincisi “Elitist” yaklaşım, ikincisi de “Global” yaklaşımdır (Carnoy, 1995: 652-653). Elitist eğitim yaklaşımını benimsemiş toplumlar da belli bir kısım bireyleri eğiterek, belli bir seviyeye ulaştırmak, toplumun yalnızca belli bir kısmından faydalanmak amaçlanmaktadır. Seçilen bu kısım insanlara ekonomik ve sosyal açıdan büyük imkanlar verilmekte, bu da hem gelir dağılımını hem de sosyal yapıyı bozucu etki göstermektedir. “Elit” (seçkin) olarak nitelendirilen bu kesim, zamanla toplumun geriye kalan diğer kısmından kopmakta, kendileri dışında kalan kesimi, kendilerinden aşağıda ve ‘dolgu malzemesi’ olarak görmektedirler. Yetiştirilen elit kesimi farklı kılan ise makineleşme olmaktadır (Baloğlu,1999: 84). Bu şekilde elit olarak nitelendirilen kesimin nihai amacı ise sadece ‘kazanmak’ olmaktadır. Toplumsal değerler, toplumun ortak menfaatleri, toplumun kalkınması gibi yargılar zamanla bu elit kesim için hiç bir anlam taşımaz duruma gelebilmektedir.

Elitist eğitim yaklaşımının benimsenmesi ve uygulanması dünya ülkelerindeki örnekleri incelendiğinde; yolsuzlukların da kaynağı durumuna gelmektedir. Bu tür ülkelerde yolsuzlukları yapanların çoğunluğunu bu elit kesim oluşturmakta veya yönlendirmektedir. Bu durum ise; elitist eğitim sisteminin aslında kalkınmayı sağlayıcı değil, kalkınmayı engelleyici bir sistem olduğunu ortaya çıkarmaktadır (Carnoy, 1995: 653).

İkinci Eğitim yaklaşımı ise ‘Global’ (tüm toplumu kapsayan anlamında bütüncül) Eğitim Sistemi yaklaşımıdır. Bu eğitim yaklaşımı, toplumun tümünü yetiştirmek, geliştirmek, verimlileştirmek ve kalkındırmak için hedefler koyan bir yaklaşımdır (Baloğlu,1999: 84). Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, global eğitim sisteminin uygulanmasını daha da kolaylaştırmış; araçlarını, yöntemlerini ve uygulama alanını daha da genişleterek eğitim hizmetlerinin tüm topluma hızla yaygınlaştırılmasına imkan vermiştir.

Günümüz toplumları arasında “insan kaynakları savaşları” olarak da isimlendirilen, ekonomik alan başta olmak üzere hemen hemen her alanda olağan üstü bir rekabet yaşanmaktadır (Hang, 2001: 4). Bu rekabet ortamında “nüfus büyüklüğü” stratejik bir güç unsuru olarak kabul edilmesine rağmen, gerçek ve en büyük gücün aslında eğitilmiş üretken nüfus olduğu bütün çevrelerde kabul edilmektedir. Eğitilmiş üretken nüfusa ulaşmanın tek yolu, nüfusu eğitmek ve ona sahip çıkmaktır (Dülger, 2002: 181). Şayet bir toplumda eğitim geri plana itiliyor ve yetişmiş beyinler de yurt dışına gidiyorsa, o ülkenin kaynakları boşa gidiyor ve kalkınma şansını kaybediyor demektir.

Bu nedenle, tüm toplumların hedefi olan toplumsal kalkınmayı ve bilgi toplumu oluşumunu sağlamak için stratejik eğitim hedefleri ve planlarının oluşturulması ilk ve en önemli adımı oluşturmaktadır [39]. Bu toplumsal hedeflere ulaşmak için “Elitist Eğitim Yaklaşımı”nın terk edilerek, bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) destekli “Global Eğitim Sistemi”ne geçilmesi ve yatırım yapılması ise kaçınılmazdır.

3.2. Global Eğitim Yaklaşımının Hedefleri

Global eğitim yaklaşımının genel olarak iki tür hedefi bulunmaktadır. Birincisi ‘toplumsal hedefler’, ikincisi de “eğitim hedefleri”dir. Ülkelerin makro düzeyde yeniden yapılanmasını amaçlayan toplumsal hedefler (BTYK, 2004: 6);

- Bilim ve teknolojiye hakim,
- Teknolojiyi bilinçli kullanan ve yeni teknolojiler üretebilen,
- Teknolojik gelişmeleri toplumsal / ekonomik faydaya dönüştürme yeteneği kazanmış bir refah (bilgi) toplumu yaratmaktır.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinden yararlanarak, toplumun düşünme, öğrenme ve iletişim alışkanlıklarını geleceğin ihtiyaçlarına göre yeniden yapılanmasını sağlamayı amaçlayan eğitim hedefleri ise (Türkiye Bilişim Şurası, 2002: 513);

- Toplumun tüm kesimlerinde yaratıcı, esnek ve yenilikçi düşünce tarzını oluşturmak,
- Okulları kendi aralarında ve çevrelerindeki dünya ile bağlantılandırmak,
- Bireylerin yaşam boyu eğitimini sağlamak ve sosyal sorumluluğunu geliştirmek,
- Yeni eğitim yöntemleri kullanarak, eğitimdeki etkinliği ve verimliliği artırmak,
- Milli (Genel) Eğitim Sisteminin idari ve yönetsel mükemmeliyetini sağlamak,
- Bilgi toplumuna dönüşümde, hem milli hem de uluslararası alandaki seviye farklılığını gidermektir.

Yukarıda belirlenen hedefleri gerçekleştirecek plan ve stratejileri üretmek ve belirlenen politikaları uygulamak üzere, ülkenin tüm kaynaklarını kullanarak bilgili insan gücü yetiştirmek, “Global Eğitim Sistemi”nin en büyük amacıdır.

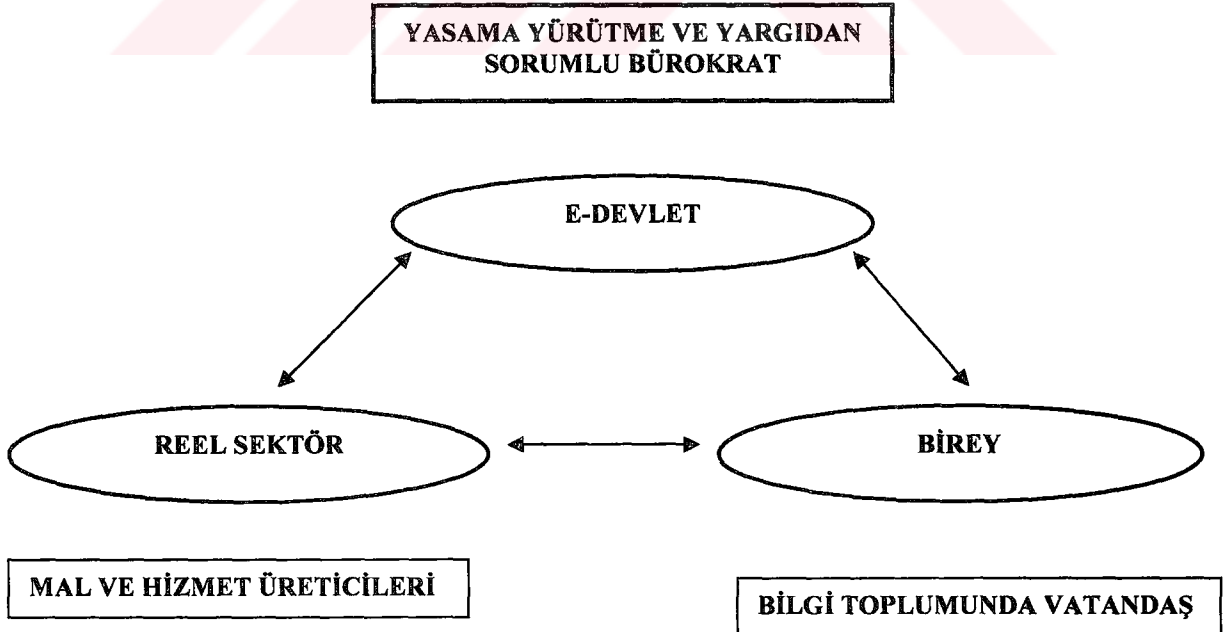
3.3 Bilgi Toplumuna Dönüşümde Global Eğitim Yaklaşımının Kapsamı ve Uygulanması

Global eğitim yaklaşımını iki aşamalı olarak değerlendirmek gerekmektedir. Birinci aşama; klasik global eğitim yaklaşımı, ikinci aşama; teknoloji destekli global eğitim yaklaşımı olarak isimlendirilir. Klasik global eğitim yaklaşımına göre; “eğitim ve öğretim” kavramlarının oluşturduğu ilk etki, zihinlerde “okulları” canlandırmasıdır. Okul sözcüğü ile zihinsel kurguda, “öğretim” ön plana çıkmakta, eğitim fonksiyonu ise daha sonra düşünülmektedir (Tapscott, 1998: 181). Sanayi toplumlarında gelişen klasik öğrenme işlemleri; öğretmenlerin ya da akademisyenlerin bildiklerini öğrencilere anlatmaları, öğrencilerin kütüphanelerde araştırma yapıp ödevler hazırlamaları ve ardından sınav ile değerlendirme sonunda mezun olunma şeklinde gerçekleşmektedir [36].

Eğitici ve öğrenciyi sınıf ortamında bir araya getiren ve yüz yüze eğitimi gerçekleştiren bu geleneksel yöntem “Klasik Sınıf Eğitimi” denilmektedir. Geleneksel yöntemde en sık kullanılan bu eğitim şekli, eğitim içeriğinin geliştirilmesi ve uygulanabilirliği açısından esnek ve hızlı bir yöntem olmasına rağmen, eğitici ve öğrencilerin bir araya getirilmesini gerektirdiği için maliyeti yüksektir. Ayrıca geniş bir kitleye hitap ettiği için idare ve koordinasyonu zordur (Nemli/Yazıcı/Yanık, 2003: 111).

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler global eğitim sisteminin yapısını da değiştirmiştir. Teknolojik gelişmeler sonucu, yeni ekonomi, elektronik devlet, elektronik ticaret ve bilgi toplumu gibi yeni yapıların ortaya çıkması, eğitim sistemlerini de temelinden değiştirmiştir [39]. Elektronik devlet, bilgi toplumu ve elektronik ticaret gibi yeniden yapılanmalar ile eğitim-öğretim faaliyetleri yoğun bir ilişki içinde bulunmaktadır. Yapılanmalardan birisinin olmaması veya aksaması, diğer faaliyetlerin etkinliğini de engellemektedir. Bu ilişkiler incelendiğinde ;

ŞEKİL 6 : YENİDEN YAPILANMA İLE EĞİTİM-ÖĞRETİM ARASINDAKİ İLİŞKİLER



KAYNAK : Türkiye Bilişim Şurası Sonuç Raporu (10-12/06/2002) sayfa: 515

Bilgi Toplumunun çerçevesini “vatandaş-devlet-reel sektör üçgeni içinde yer alan faktörler oluşturmaktadır. Bilgi toplumunun vatandaşı evinden, işinden, POS makinelerinden veya internet kafelerden nüfus, ehliyet, tapu, pasaport, mezuniyet ya da devam ettiği okulla ilgili işlemlerini takip edebilecek bilgi ve eğitim düzeyinde olmalıdır. Tüm toplumu kapsayan teknoloji destekli global eğitim hizmetleri, vatandaşlara asgari yeterliliği sağlayacak şekilde bilişim eğitimi vererek, bilgi toplumu oluşmasını sağlamayı hedefler ve o yönde eğitim faaliyetlerini gerçekleştirir (Türkiye Bilişim Şurası Raporu, 2002: 514-515).

Çalışma hayatındaki nüfus, (hem devlette görev alan asker ve ya sivil, hem de reel sektörde yer alan çalışanların hepsi de) en az bilgisayar ve internet kullanıcısı olmak mecburiyetindedir. Ayrıca çalışan nüfus da kendi içinde iki kategoride gruplandırılır. Birinci grup çalışanlar bilişim personeli, ikinci grup çalışanlar ise; bilişim kullanıcısı olarak isimlendirilir. Birinci grupta yer alan bilişim personelleri; bilişim uzmanı, bilişim teknisyeni ve politika-yazılım üreticisi gibi bilişim alanında uzmanlaşmış kişilerden oluşur (Rosenberg, 2000: 20). İkinci grupta yer alan bilişim kullanıcıları ise; bilgisayar okur-yazarı olan ve bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanabilen kişileri kapsar. Bu her iki grup da yer alan tüm bireylerin, ömür boyu süren, hizmet içi-özel eğitimle ya da örgün eğitimle aralıksız olarak yetiştirilmesi ve geliştirilmesi hedeflenmiştir (Nemli/Yazıcı/Yanık, 2003:111).

Bu çerçevede değerlendirilen teknoloji destekli global eğitim yaklaşımında; bireyin çalışma hayatı, öğrenim hayatı ve ihtiyaçlarını karşılamak için yaptığı ticari faaliyetleri sürekli, birbiriyle aralıksız ilişkili ve ömür boyu öğrenmeye dayalı bir kapsam içinde değerlendirilmektedir (Ekin, 1997: 84). Bu yaklaşıma göre; ekonomik ve sosyal faaliyetler ile eğitim-öğretim faaliyetleri, birlikte ve birbiriyle sürekli ilişki içinde gerçekleşmektedir.

“Teknoloji Destekli Global Eğitim Sistemi” uygulaması, yaşanan ekonomik, sosyal ve teknolojik değişimler sonucu, toplumsal alanın hemen hemen her alanında uygulanabilir hale gelmesiyle geniş bir alanın faaliyetlerini ve çok boyutlu ilişkileri

kapsamına almıştır (Carnoy, 1995: 654). Bu yönüyle, klasik eğitim sisteminden çok farklı ve daha geniş bir yapılanma ve uygulamayı kapsamaktadır.

Bu kapsamda, ‘Teknoloji Destekli Global Eğitim Sistemi’nin uygulanması ile değişen öğrenme fonksiyonları altı farklı aşamada gerçekleşen altı farklı ilişkiyi içermektedir (Tapscott, 1998: 181). Değişen öğrenme fonksiyonları aşağıdaki şekil yardımıyla anlatılmaktadır.

ŞEKİL 7 : TEKNOLOJİ DESTEKLİ GLOBAL EĞİTİM SİSTEMİ İLE DEĞİŞEN ÖĞRENME FONKSİYONLARI



Yeni ekonomi; bilgi, iş, yeni buluşların gerçekleştirilmesi ve üretimde kullanılması çerçevesinde oluşturulduğu için eğitim-öğretim ile çalışma hayatı ilişkisi çok yoğunlaşmıştır. Gelişmeler göstermektedir ki; hemen hemen tüm iş alanlardaki çalışma hayatı sürekli bilgi yenilemeyi gerektirmektedir (Rosenberg, 2000: 22). Örneğin bir fabrika işçisinin, şoförün veya bir inşaat işçisinin sahip olduğu nitelikler pek değişken değildi ve öğrenme katsayısı oldukça düşüktü. Ancak yeni ekonomi çerçevesinde gelişilen işlerin öğrenme katsayısı gittikçe

büyümektedir. Örneğin; genetik alanında araştırma yapan bir araştırmacının, multimedya uygulaması geliştiren bir yazılım uzmanının, bir bankada planlama yapan bir uzmanın sürekli olarak kendini geliştirici bilgileri öğrenmesi gerekmektedir. Aksi takdirde belli bir süre sonra işinin gereklerini yapamaz duruma gelecektir. İşin devamı ve etkinliği için sürekli gelişen bilgilerle donanmak hayatiyet arz eder duruma gelmektedir [39]. Bu nedenle iş hayatı her an ve sürekli şekilde ömür boyu öğrenmeyi gerekli kılmakta bu da eğitim-öğretim ile çalışma hayatını birbiriyle bütünleştirmektedir.

Klasik ekonomik yapılanma çerçevesinde bireyin hayatı, okul hayatı ve çalışma hayatı olarak iki dönemde incelenebilmektedir. Bireyin bir okul ya da üniversiteye giderek bir mesleki veya ticari beceriyi elde etmek için öğrenme fonksiyonunu gerçekleştirdiği okul hayatı birinci dönemi oluşturur [40]. İkinci dönemde ise; hayatının sonuna kadar, öğrendiği ve elde ettiği beceriyle sınırlı kaldığı çalışma hayatı gerçekleşmektedir. Yeni ekonomik yapı çerçevesinde ise; birey hayatı boyunca kendini yenilemek ve geliştirmek zorundadır. Aksi halde, mevcut bilgileri işini devam ettirebilmek ya da iş sahibi olmak için yetersiz kalacaktır (Cohen, 2002: 8).

Öğrenme fonksiyonu artık sadece okullarda gerçekleşmemektedir. Öğrenme ömür boyu sürmesi gerektiği ve çalışma hayatı ile aynı çerçevede bütünleştiği için okulların dışına taşmıştır (Rosenberg, 2000: 23). Birey, bir tüketici olarak, elektronik ticareti kullanarak daha ucuz ve daha çok seçenekten faydalanmak için devamlı öğrenmelidir. Yine birey bir çalışan olarak, işinin gereklerini yapabilmek için öğrenmelidir. Birey bir aile üyesi olarak çocuklarının en iyi eğitim ve becerilerle donanması için yönlendirici bilgilere sahip olmalı, onun için de devamlı öğrenmelidir. Bu nedenlerle artık eğitim-öğretim faaliyetleri okul dışında da devamlılığı gerekli kılmıştır. Eğitim-öğretim faaliyetleri sınıfların dışına çıkmış, işyerlerinde, evlerde ve arabalarda gerçekleşebilir hale gelmiştir [40].

Ayrıca bilgi toplumu ve yeni ekonomik yapılanmanın bilgiye dayalı olarak oluşması ve öğrenmenin de günlük ekonomik hayatın bir parçası olması, şirketler

ve bireyleri de eğitim-öğretim faaliyetlerinin sorumluluğunu üstlenmeye zorlamıştır. Artık günümüz işletmeleri rekabet edebilmek için okulların rollerini de üstlenmiş durumdadır. Çalışanlarının bilgi ve becerilerini artırmak için işletme bünyesinde bir dizi eğitim programlarını uygulamaktadırlar (Tapscott, 1998: 183).

Eğitim kurumları da teknolojik değişimler ve toplumsal yapıdaki olumlu gelişmeler karşısında kendilerini yenilemek zorunda kalmaktadırlar. Bütün yapılanmalarını teknolojinin bütün imkanlarını kullanarak hem eğitim araç-gereçlerini, hem de öğretim yöntemlerini yenilemek mecburiyeti hissetmektedirler. Bu yenilenme, aslında hem birey, hem eğitim kurumları, hem de işletmeler, açısından “öğrenen organizasyon haline gelmelerini sağlayacak” kaçınılmaz bir durumdur (Galagan, 2001: 71).

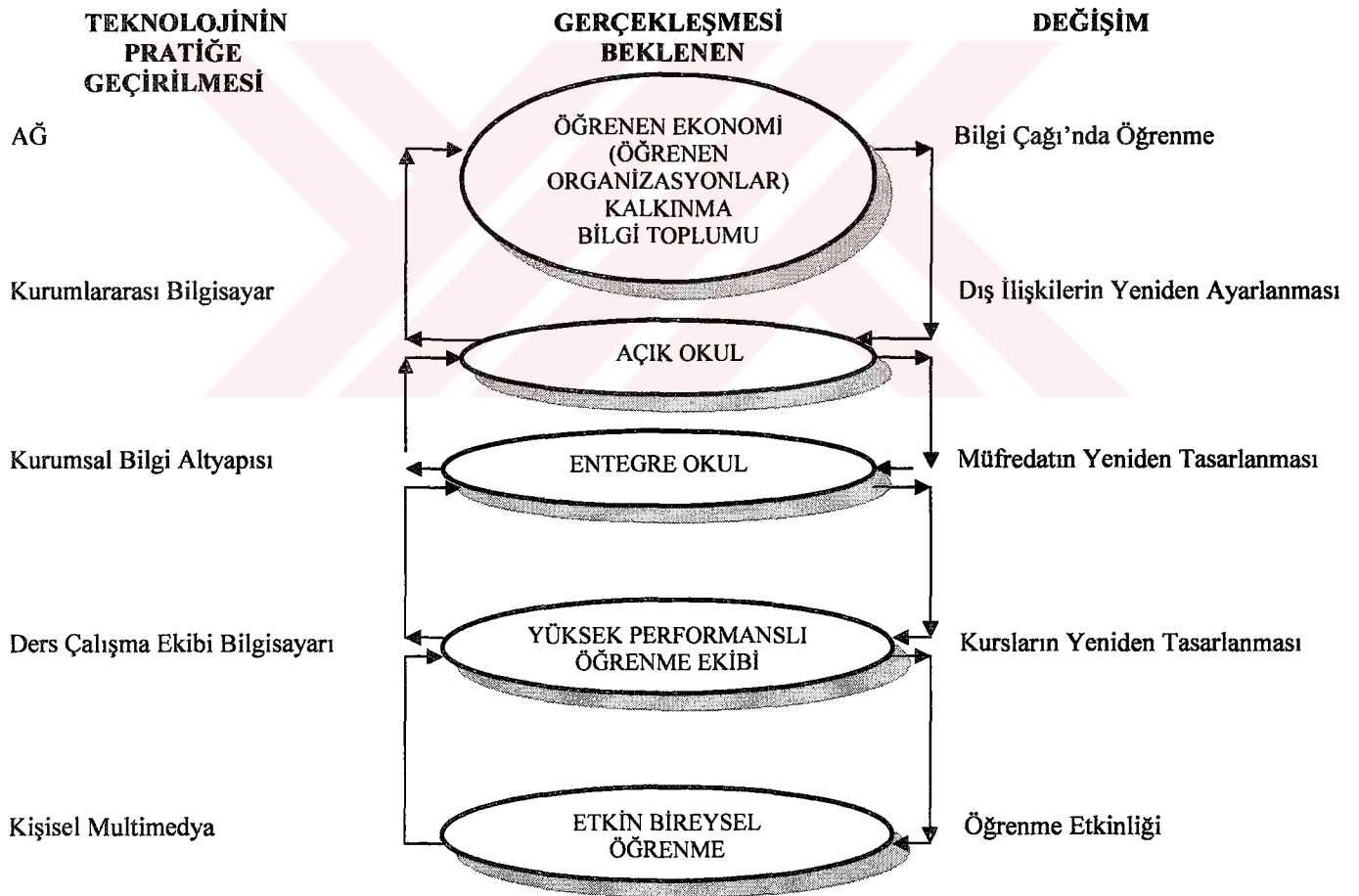
İnternet aracılığıyla tüm toplumların katkısıyla bir veri tabanı oluşturulmuş olmaktadır. Buna ilaveten; enformasyon sağlayan medya kuruluşları, iletişim hizmetleri veren tüm kuruluşlar, eğitim kurumları, e-devlete geçen ülkelerin sağladığı veriler ve bilgisayar ürünleri üreten donanım ve yazılım işletmeleri aslında olağanüstü bir veri tabanı oluşturmaktadırlar [41].

Bu veri tabanı ise; tüm birey ve işletmelerin eğitim-öğretim gördükleri okul ve üniversitelere dönüşmesini sağlayan altyapıyı oluşturmakta ya da aynı işlevi görmektedir. Öğrenciler ve tüm çalışanlar bu altyapıya ulaşip kullanmaya başladıkları zaman kendilerini güçlenmiş hissetmekte, daha çok sorumluluk almaya yatkın olmaktadır [42]. Bu durum ise tüm bireylerin ömür boyu öğrenen organizasyonların birer parçası olmalarını ve böylece bilgi toplumunun oluşmasını sağlamaktadır.

Bilgi toplumunun oluşması ve ülke kalkınmasının gerçekleşmesinde eğitim-öğretimin en az fabrika veya makine gibi bir faktör olduğunu iddia eden görüşler oldukça yaygındır (Dülgeroğlu, 2003: 89). Bu çerçevede bireyi (insanı) bir üretim faktörü olarak kabul edip, verimliliğini artırıcı çalışmalar yapmak, bilgi toplumu oluşumundaki stratejik planlamalarda daha da önem kazanmıştır. Bireyin eğitimi ve

etkinliği arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar; eğitim-öğretim faaliyetlerinin kişi başına milli gelire %25 oranında katkısı olabildiğini ortaya koymuştur (Dülgeroğlu, 2003: 89). Bireyin eğitime yapılacak yatırımlar, aynı makine ve fabrikalara yapılacak yatırımlar gibi düşünülebilir. Yapılan yatırımların maliyeti olduğu gibi karşılığında getirisi de olmaktadır. Bilgi toplumunun oluşumu ve buna bağlı olarak kalkınmanın sağlanmasında birinci derecede önemli olan faktör beşeri kaynaklar olarak kabul edilmektedir. Bu sebeple denilebilir ki; her şey insanla başlamakta, her şey insan için yapılmakta ve bu çerçevede toplumun kalkınması da ana hedefi oluşturmaktadır (Cohen, 2002: 9). Bu sonuç aşağıdaki şekil yardımıyla daha iyi anlatılabilir;

ŞEKİL 8 : TEKNOLOJİ DESTEKLİ GLOBAL EĞİTİM SİSTEMİNİN UYGULANMASI (İŞLEYİŞİ)



KAYNAK : (Tapscott, 1998: 188)

Teknoloji destekli global eğitim sisteminin oluşturduğu altyapı araçlarının kullanımı ve modelin uygulanması; tüm alanlarda büyük bir hızla gelişen

teknolojiyi ve artan veri tabanını, yaygın bir şekilde bireyin öğrenme etkinliğinin gerçekleşmesi için kullanıma sunulmasıyla başlamaktadır. Birey öğrenme etkinliğini bireysel olarak, önce kişisel araçlarla (kişisel multimedya), sonrada yaygın kamusal araç ve alanlarda (kreş, okul, üniversite ve kurslar) gerçekleştirir (Tapscott, 1998: 188). Belirli bir düzeyden sonra “yüksek performanslı ekip” içinde yer alma ihtiyacı duyar. Bunun gerekleri olarak da ders çalışma ekibi bilgisayarlarını kullanabileceği donanım ve yazılımları temin eder. Bu donanım ve yazılımları en verimli kullanabileceği özel ya da kamu kurumunun kursları ve eğitim faaliyetlerinden faydalanır (Kırçova, 2003: 96). Sonraki aşamada “ entegre okul” olarak da isimlendirilen aşamada üniversiteler, enstitüler, hizmet içi eğitimler, konferanslar, seminerler ve ileri eğitim programları gibi ülke genelinde ve global ölçekte müfredatın yeniden oluştuğu, kurumsal altyapıyı oluşturan etkinliklerde bulunur (Kırçova, 2003: 96).

Bu aşamadan sonra; daha önce edindiği bilgi ve becerileri geliştirici ve hayat boyu süren bir eğitim aşamasına geçer. Bu süreç boyunca evde, işte, tatilde hatta eğlencede bile eğitim- öğretimle iç içedir. Buradaki en önemli araç, en baştaki araç olan bilgisayarla aynıdır. Ancak fark sadece daha ileri donanım ve yazılımlar (programlar)kullanılmaktadır (Tapscott, 1998: 189).

Daha sonraki ve son aşama ise öğrenen organizasyon olarak da nitelendirilen öğrenen ekonomi, yeni ya da yenilenen ekonomi aşaması olarak kabul edilir. Bu aşamada birey en üst eğitim ve beceri hedeflemesi ile yönlendirilmiş, yetenek ve gayretleri ölçüsünde bir seviyeye ulaşmıştır. Ancak toplumsal düzeyde bireyler asgari bilgi ve beceriye ulaşmış olarak kabul edilir (Anderson, 2000: 4). Bu aşama aslında kalkınmanın ve bilgi toplumuna dönüşümün gerçekleştiği aşama olmaktadır.

Teknoloji destekli global eğitim sisteminin öğrenmeyi, geleneksel global eğitim sisteminin sağladığı öğrenmeye oranla; % 30 daha fazla , % 40 daha kısa zamanda, % 30 daha az maliyetle gerçekleştirdiği tespit edilmiştir (Tapscott, 1998: 190). Bu nedenle kalkınmayı ve bilgi toplumuna dönüşümü hedefleyen tüm ülkelerin, daha hızlı, az maliyetli ve daha etkin olan “teknoloji destekli global

eğitim sistemi”ni oluşturmaları gerekmektedir. Bu sistem oluşumu aynı zamanda ülkelere, kırsal alanlarda yaşayan ve izole olmuş kesimleri de eğitime fırsatı vermektedir (Dülgeroğlu, 2003: 89). Ülkeler bu sisteme geçip altyapılarını ülkenin her yerinden ulaşılacak hale getirdiklerinde “gerçek yaygın bir eğitim sistemi” kurmuş olacaklardır. Bu oluşum, ülkeler için rekabetin arttığı dünya şartlarında varlıklarını devam ettirebilmelerinin şartı olarak kabul edilmektedir.

4. ELEKTRONİK DEVLETE GEÇİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin sağladığı olanaklar ile bilgi toplumu yapısının oluşturulmasının mümkün olması, ekonomik yapıdaki değişimle birlikte elektronik ticaret uygulamasının yaygınlaşması, teknoloji destekli eğitim sisteminin uygulanabilmesi gibi büyük değişimlerin yaşanması, devlet yapısının, gelişmeler karşısında yetersiz kalmasına neden olmuştur [43]. Bu gelişmeler karşısında devletin yetersiz kalması, gelişmelere cevap verebilecek şekilde devletin yeniden yapılanmasını gerekli kılmıştır.

Devlet yönetiminde geleneksel uygulamalardan, teknolojik gelişmelerin sağladığı imkanlar çerçevesinde yeniden oluşturulmaya çalışılan elektronik devlet uygulamalarına doğru giden bir yapılanma oluşmaktadır. Özellikle gelişmiş ülkelerde yönetim anlayışında geleneksel devlet yapısı ve uygulamalarından hızla uzaklaşmaktadır. Bunun yerine, elektronik devlet yapısının benimsendiği ve uygulamalarının yaygınlık kazandığı hızlı bir dönüşüm yaşanmaktadır (Arifoğlu/Körnes, 2002: 12). Planlama, örgütlenme, koordinasyon, denetleme, bütçeleme gibi yönetim fonksiyonlarının geleneksel yöntemlere göre işleyişi, yerini elektronik devlet yöntemlerine göre gerçekleştirilen uygulamalara bırakmaktadır (DPT, 2003: 11). Bu çerçevede elektronik devletin kapsamının, amaçlarının, elektronik ticaret kullanımına ve kalkınmaya sağladığı katkıların daha iyi anlaşılabilmesi için detaylı incelemeyi gerekli kılmaktadır.

4.1. Elektronik Devletin Kapsamı

Elektronik devlet; “devletin vatandaşlara karşı yerine getirmekle yükümlü olduğu görev ve hizmetler ile vatandaşların buna karşılık devlete karşı olan görev ve hizmetlerinin karşılıklı olarak elektronik iletişim ve işlem ortamında kesintisiz ve güvenli olarak yürütülmesidir” şeklinde tanımlanmaktadır (Arifoğlu/Körnes, 2002: 12). Elektronik devlet; bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeye bağlı olarak devletin yeniden yapılandırılmasıyla, tüm vatandaşların kamu hizmetlerinden daha hızlı, daha kolay ve etkin şekilde faydalanmalarını sağlamaktadır.

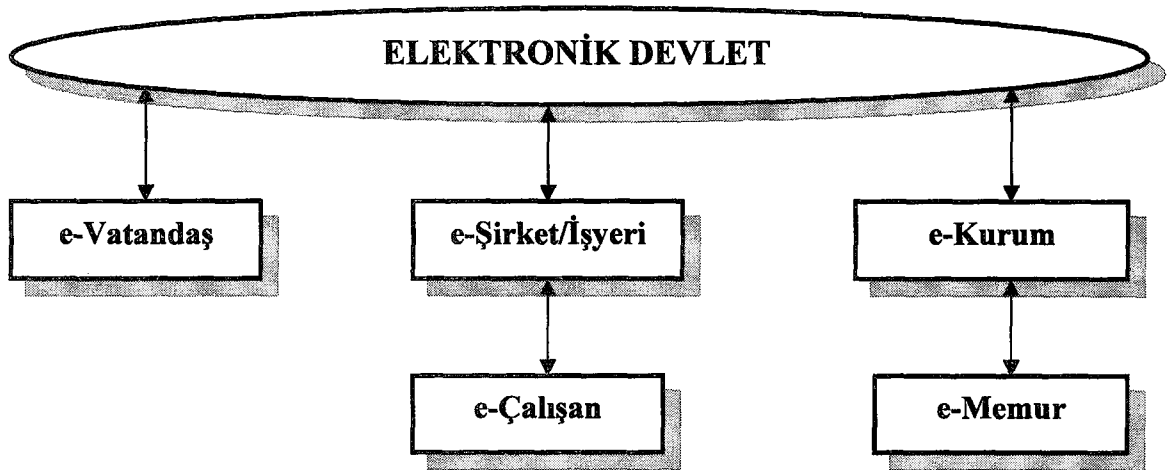
Elektronik devlet yapısı geleneksel devlet yapısına göre daha geniş işlem ve hizmet türlerini kapsamaktadır. Elektronik devlet, bilgisayar sistemleri ve yazılımları ile desteklenen ve kesintisiz olarak günün her saati (24 saat), haftanın ve yılın her günü çalışan ve hizmet sağlayan bir organizasyonun gerçekleşmesine olanak yaratmaktadır [44].

Elektronik devlet yapısında; kamu kuruluşları, vatandaşlar ve işletmeler arasındaki bilgi, hizmet ve mal alışverişi teknolojinin kullanılmasıyla, birebir ve aracısız kamu hizmetleri sağlayan dijital (sanal) ortama taşınmaktadır (Ülker, 2002: 150).

4.2. Elektronik Devlet Yapılanması

Elektronik devlet sanal ortamda hizmet görmesine rağmen yapısal olarak tamamen sanal bir devlet değildir. Elektronik devlet yapısı; geleneksel devletin teknolojik gelişmelerden yararlanılarak çağın gereklerine uygun olarak yeniden yapılandırılmış halidir denilebilir [43]. Yeniden yapılandırılan elektronik devlet üç temel unsuru kapsamaktadır (Türkiye Bilişim Şurası Sonuç Raporu, 2002: 206). Bunlar aşağıda şekil yardımıyla daha detaylı anlatılmaktadır.

ŞEKİL 9 : Elektronik Devlet Yapılanmasındaki Temel Unsurlar



KAYNAK : Türkiye Bilişim Şurası Sonuç Raporu, sayfa :206

Elektronik devlet oluşumu için, devletin yeniden yapılandırılmasında, e-vatandaş, e-şirket ve e-kurum olmak üzere üç temel unsur bulunmaktadır. Bu üç unsurun eş zamanlı olarak ve stratejik planlar çerçevesinde oluşturulması gerekmektedir. Her bir unsur elektronikleşme olgusunu gerçekleştirdikçe diğer unsurları da etkileyerek elektronik devlet oluşumunun gerçekleşmesini sağlayacaktır (Ülker, 2002: 150). e-Vatandaş, teknoloji destekli global eğitim sistemi ile hızla gerçekleştirilebilecek ve bilgi toplumunun oluşmasını da sağlayacaktır (Türkiye Bilişim Şurası Sonuç Raporu, 2002: 206).

e-Şirket/İşyeri (Sanal Şirket) oluşumu ekonomik yapının da yeniden yapılanmasında kilit görev üstlenecektir. Sanal şirketlerin oluşumu ve yaygınlaşması elektronik ticaretinde yaygınlaşması ile aynı anlama gelmektedir (Arifoğlu/Körnes, 2002: 12). e-Şirketler çalışanlarının, hizmet içi eğitim veya başka eğitim programları vasıtasıyla e-Çalışanlar durumuna gelmelerini sağlarken aynı zamanda e-Vatandaş olmalarını da sağlamış olmaktadır. Bu durum ise: e-Şirketlerin hem bilgi toplumu oluşumuna hem de elektronik devlet oluşumuna katkı sağlaması anlamına gelmektedir [39].

e-Kurum oluşumu hem özel sektör hem de kamu kurumlarını kapsamaktadır. e-Kurumların oluşumunda devlete özel görev düşmektedir (DTP, 2003: 12). Bu konuda ki stratejik planların hazırlanmasından koordinasyona, maliyetlerin karşılanmasından eğitim faaliyetlerine kadar her aşamada devlet aktif olarak sorumluluk ve görev üstlenmelidir [40]. Kamu hizmetlerinin elektronik ortama geçmesi devletin devamlı şekilde kendini yenilemesine neden olacaktır. e-Kurum çalışanlarının tümünün e-memur haline getirilme mecburiyeti vardır [42].

Elektronik devlet yapısı içinde, devlete ya da özel sektöre ait e-kurumlarda çalışan memurların, elektronik teknolojiyi kullanamaması düşünülemez. Elektronik devlet yapısında çalışanlarının tümünün e-Memur olması mecburiyeti vardır. Elektronik teknoloji kullanımını öğrenmeyen ya da uyum sağlamayan çalışanlar elektronik devlet bünyesinde uzun süre kalamayacaktır (38).

4.3. Elektronik Devlet Yapılanmasının Amaçları

Geleneksel devlet yapılanmasından elektronik devlet yapılanmasına dönüşüm için gerçekleştirilen tüm plan ve çalışmaların amaçları şu şekilde sıralanabilir (Türkiye Bilişim Şurası Sonuç Raporu, 2002: 212);

- Devletin şeffaflaşması,
- Devletin hızlı ve etkin bir şekilde işleyişinin sağlanması,
- Her düzeyde vatandaşın yönetime katılımının sağlanması,
- Kurumlar arası bilgi alışverişinin sağlanarak iş ve veri yinelenmesinin önlenmesi,
- Kamunun hizmet verdiği vatandaşların yaşamlarının kolaylaştırılması,
- Karar vericinin bilgiye dayalı karar verme süreçlerinin geliştirilmesi ve hızlandırılması.

4.4. Elektronik Devlette Sunulan Hizmetler

Elektronik devlet üç tür hizmet vermektedir. Birinci hizmet türü; bilgi sağlama (verme) amacıyla sunulan hizmetlerdir. Bu hizmetlere örnek olarak aşağıdaki etkinlikler gösterilebilir (Arifoğlu/Körnes, 2002:17);

- Haberler, dokümanlar, raporlar,
- Kamu bilgileri,
- Hava durumu ve meteoroloji hizmetleri,
- Döviz kurları, İstatistiki bilgiler,
- Resmi gazete, mevzuat ve kanunlar,
- Sanatsal ve kültürel etkinlikler.

Elektronik devletin ikinci hizmet türü; “sorgulama ve yanıt alma” şeklinde sunulan hizmetlerdir. Bu hizmetlere örnek olarak aşağıdaki etkinlikler gösterilebilir (Arifoğlu/Körnes, 2002: 18);

- Sosyal yardımlar, sağlık, aile ve çocuk,
- Eğitim,
- Yerel yönetimler,
- Kurumlara dilekçe vermek, ehliyet, pasaport vb. talepler,
- Telefon başvurusu, nakil ve kapama,
- İş / elemen arama,
- Güvenlik ve askerlik,
- Yargı işlemleri.

Elektronik devletin üçüncü hizmet türü ise: “çevrimiçi işlemler” olarak sunulan hizmetleri kapsamaktadır. Bu hizmet türüne giren etkinlikler de şu şekilde sıralanabilir (Arifoğlu/Körnes, 2002:118);

- Vergi beyannamesi ve tahakkuk işlemleri,
- Bankacılık işlemleri,
- Sigorta işlemleri,
- Kamu alımları,
- Hastane randevu sistemi,
- Dispanser ve sağlık ocakları işlemleri,
- Hazine bonoları, devlet tahvili işlemleri,
- Standart, marka, patent başvurusu,
- Sertifikasyon,
- Bilimsel araştırma formlarına başvuru,
- Öğrenci kredisi başvurusu, okullara başvuru ve kayıt,
- Demokratik yönetim ve seçim,
- Askerlik başvurusu,
- Ulaşım, rezervasyon ve bilet alma.

4.5. Elektronik Devlet Yapılanmasının Sağladığı Yararlar ve E-Demokrasi Oluşumu

Elektronik devlet yapılanmasının, teknolojik değişim yanında zihinsel bir değişiklik olarak da algılanması gerekmektedir, çünkü, elektronik devlet, tüm kurum, kuruluş ve çalışanların her yönüyle yeniden yapılandırılmasını ifade

etmektedir [43]. Bu çerçevede; bir ülkenin elektronik devlet yapılanmasını, planlı bir şekilde başarıyla gerçekleştirmesi, o ülkenin ekonomik kalkınmasından, sosyo-kültürel gelişmesine, yaşam kalitesinin artmasından, katılımcı demokrasinin güçlenmesine kadar hemen hemen her alanda yararları olmaktadır. Bu yararlardan başlıcaları aşağıdaki gibidir (Türkiye Bilişim Şurası Sonuç Raporu, 2002: 212) / (Kırçova, 2003: 23-30);

- Yeni bir ekonomik yapılanmayı sağlayarak, ekonomik gelişimin desteklenmesi,
- Elektronik ticaretin koordinasyonunun sağlanması ve yaygınlaştırılması,
- Ülkenin üretim imkanlarının artırılması,
- İç ve dış pazarlara daha kolay ulaşımı ve ihracat imkanlarını artırması,
- Devletin etkinliğinin artması,
- Politika oluşturma süreçlerinin iyileştirilmesi,
- Hizmetlerin daha hızlı sunulması ve zamandan kazanç sağlanması,
- Bürokrasinin azalması,
- Doğru bilgiye ulaşımın sağlanmasıyla analiz yapabilme ve karar almanın kolaylaşması,
- Maliyetlerin düşmesi ve verimliliğin artırılması,
- Vatandaş-devlet etkileşimi sağlanarak, bireysel katılımın ve memnuniyetin artması (toplumsal birliktelik),
- Toplumun hayat kalitesinin artması,
- Kağıt bağımlılığı ve kullanımının azaltılması,

gibi bir çok yarar ve katkıları sayılabilir. Elektronik devlet oluşumu aynı zamanda demokrasinin gelişmesine de katkı sağlamaktadır (DTP, 2003: 12). Demokrasilerde her şey insan içindir. Devletin asli görevi vatandaşlarına en kaliteli hizmeti sunmak ve toplumun refahını artırmaktır. Elektronik devlet, geleneksel devlete göre, vatandaşına daha az personelle daha çok ve daha yaygın hizmet vermekte [44], vatandaşın refahını daha çok artırmaktadır.

Elektronik devlet yapısında, vatandaş, kamu ile olan işlemleri için talep ettiği bilgilere bir noktadan ve doğru şekilde ulaşabilmektedir. Böylece insani yanılgılardan kaynaklanan yanlışlar en aza indirilmektedir [42]. Elektronik devlet ortamında bürokrasinin azaltılması ve doğru bilgilere zamanında ulaşım, vatandaşın ekonomik ve sosyal kararlar almasında kolaylık ve hız sağlamaktadır [44]. Bu da hem ekonomik hayatın hem de demokrasinin daha etkin hale gelmesini sağlamakta, dolayısıyla vatandaşın devlete olan güvenini artırmaktadır. Vatandaş ile devletin ilişkilerinin gelişmesi, vatandaş talebinin ve refahının daha çok ön plana çıkmasını sağlayacak ve güven ortamının oluşumunu kuvvetlendirecektir (Güran, 2004: 7-8).

4.6 Elektronik Devlete Geçişin Elektronik Ticarete Katkıları

Elektronik devlet sisteminin oluşturulması, ticari işlemlerin ağ ortamında yapılmasını sağlayan elektronik ticaret işlemelerinin daha rahat ve kolay yapılabilmesini sağlamaktadır. Devlet, gerek ekonomik sistemi düzenleyici ve denetleyici rolünü, gerekse de ekonomik hayatı geliştirici yönde koordinasyon ve teşvikler uygulaması açısından üzerine düşen görevleri, elektronik ortamın sağladığı olanaklarla daha etkin şekilde gerçekleştirebilir hale gelmiştir (Güran, 2004: 7-8).

Elektronik devlet yapısı, iç ve dış ticarete, gümrük, banka, lojistik, ödeme, kontrol ve onaylama işlemlerinin tamamen ağ ortamında yapılabilmesi ve işlemlerin elektronik dosyalarda yürütülmesi olanağını sağlamaktadır. Kağıt kullanımının tamamen ortadan kalktığı bu uygulamada, zaman tasarrufu sağlanması ve gereksiz beklemlerin önlenmesi iç ve dış ticaretin hızla gelişmesine, elektronik ağların ticaret mekanları olmasına katkıda bulunmaktadır (İnce, 1999: 10). Elektronik

devlet yapısının elektronik ağlara ticareti taşıması elektronik ticaret kullanımını yaygınlaştırmakta, bu da ekonomik büyüme ve kalkınmayı sağlayıcı etki yaratmaktadır.

5. MİKRO ÖLÇEKTE ELEKTRONİK TİCARET SİSTEMİNİN OLUŞTURULMASI

Mikro ölçekteki işletmelerin, kendi bünyelerinde elektronik ticaret sistemi kurmadan önce atması gereken ilk adım, içinde bulunulan sektörde durum analizinin yapılmasıdır. Günümüzde internet bağlantısını kullanan kesimin ülke ya da dünya ortalamasının oranları, firmaların ilk etapta kullanıcı ve pazar analizi yapmalarını gerektirir [45]. İkinci adım olarak da; işletmelerin, işin niteliğine, türüne ve işlem hacimlerine göre elektronik ticaret için gerekli altyapının sağlanması konusunda belli yatırımlar yapması gerekmektedir. Etkin ve karlı bir ticareti hedefleyen elektronik ticaret sisteminin oluşturulmasında, ihtiyaç duyulan altyapının (donanım ve yazılımların) çok iyi planlanması ve bu planlar çerçevesinde işlemlerin gerçekleştirildiği pazarın oluşturulması hem işletme açısından hem de makro dengeler açısından büyük önem taşımaktadır [46].

Kullanılan teknik donanımların seçimi, firmaların işleyiş tarzına, büyüklüğüne, işlem hacmine, üretim, hizmet veya endüstriyel alanda faaliyet göstermelerine, pazar paylarına, kişisel tercihlerine ve benzeri birçok etkene göre, değişiklik arz etmektedir (İnce, 1999: 14).

İşletmenin işleyiş tarzına paralel olarak, internet, intranet veya extranet (açık ve kapalı ağ) bağlantılarının sistemde yer alması, donanım konusunun ilk tercih işlemi olarak ele alınmaktadır. Sunucu, ağ sisteminin temel noktası olarak kabul edildiğinden, bilgisayarların birbirine bağlanabilmesi için öncelikle sunucuya (Server'a) ihtiyaç duyulmaktadır (İlter, 2002: 112-113).

İşletmeler, sunucuyu **İnternet Servis Sağlayıcıları (ISS)**'ndan (İnternet Service Provider- ISP) karşılayabileceği gibi kendi sunucusunu da oluşturabilir,

ancak bu durum, şirket açısından fayda/maliyet analizlerinin yapıp, çıkan sonuçlara göre davranılmasını gerektirmektedir. Bu yöntem yüksek maliyetli ve karmaşık bir yapıyı ihtiva ettiğinden, KOBİ’den ziyade büyük ölçekli işletmelerin başvuracağı bir sistem olarak önerilmektedir (Kırçova, 2001: 43).

İnternet servis sağlayıcısı ya da işletmenin teknik (bilgi işlem) departmanının, sunucunun tespiti veya kurulumu işleminden sonra atması gereken adım, internet adresinin alınmasıdır [36]. İnternete bağlı her bilgisayarı ayrı ayrı tanımlayan bir IP (*Internet Protocol*) numarası mevcuttur. Bu numaraya IP adresi adı verilir ve birbirinden noktalar ile ayrılmış dört rakam kümesinden oluşur. Örneğin Selçuk Üniversitesi’nin IP numarası “171.54.2.389” rakamlar topluluğu şeklindedir [33].

İlk noktadan önceki rakam kümesi internet hiyerarşisinde *Domain* olarak tanımlanmakta ve alanın network (şebeke) adresini vermektedir. Alan adı sistemi (Domain Name Server-DNS) ile işletme, kendisini tanımlayan ya da tercih ettiği bir alan adı olarak internet üzerindeki yerini belirlemektedir. İşletme, alan adı alırken aslında aldığı, daha öncede belirtildiği gibi bir IP numarasıdır. Alınan IP numarasının statik IP adresi olmasına özen gösterilmesi, işletmenin ve bağlantı kuran kişilerin güvenliği açısından önem taşımaktadır (Kırçova, 2001: 44)..

İnternet sistemde olması gereken IP numaralarının yerini, kullanım aşamasında, harfler almıştır. Yazılan her adres yine bir IP numarasını temsil ettiğinden görünen ile gerçekleşen birbirinden farklıdır. DNS, internette insanların kullandığı yer isimlerini bilgisayarların kullandığı IP adreslerine çeviren, yine internete bağlı bir bilgisayardır (server’dır) (Korkmaz, 2002: 96). 171.54.2.389 yerine www.selcuk.edu.tr yazılarak aynı işlem yapılabilmektedir. Bu durum ise; kullanıcı açısından kolaylık sağlanması ve akılda kalması bakımından geliştirilmiş bir yazılımdır.

Aslında bu rakam kümeleri internete doğrudan, peş peşe bağlı bilgisayarları ya da host’u (web sunucusunu) tanımlamaktadır. Az önceki www.selcuk.edu.tr alan

adı örnek alındığında; burada ilk bölüm TCP/IP (*Transmission Control Protocol / Internet Protocol*) alt protokolünü göstermektedir. Buna göre; www, ftp, telnet, irc, gopher gibi alanlar anlaşılmaktadır. Bu sistem internette ağların birbiriyle iletişim kurmak için kullandıkları protokoldür [45]. İkinci kısım olan “selcuk” kısmı ise bilgisayarın adını ifade ederken, üçüncü kısım bilgisayarın bağlı olduğu kurumun türünü ifade etmekte kullanılmaktadır. Son bölüm ise bilgisayarın bağlı bulunduğu ülkeyi tanımlamakta kullanılır. Tek istisna; internetin ABD’de kullanılmaya başlanmasından dolayı, ABD “ülke alan adı” kullanmamaktadır (Kırçova, Öztürk, 2000: 6). Her ticaret veya hizmet işletmesi “.com” uzantılı web adresi alabilmektedir. Ancak bu tür işletmeler, genellikle uluslararası işletmelerdir.

İşletme almak istediği alan adının uzantısının “com.tr” ile bitmesini istiyorsa ticari bir firma ya da marka niteliği taşıdığını ispatlaması gerekmektedir. Bunun için de alan adı olarak tescil ettirmek istediği ismin, Ticaret Sicil Gazetesi’ndeki isim ile uyuşması ya da ilgili markanın daha önce yerel veya uluslararası patent büroları tarafından tescil edildiğinin belgelenmesi gerekmektedir. (Korkmaz, 2002: 18). Türkiye’de “.com.tr” uzantılı web adresleri sadece ODTÜ’den alınabilmektedir.

Kelimeler ile ifade edilen web adresine, URL (Uniform Resource Locator) adı verilen ve standart kaynak bulucu manasına gelen isim verilmiştir. Bir anlamda *adres* kelimesinin karşılığını ifade etmekte kullanılan komut formatıdır. World Wide Web (www) sayfalarını birbirine bağlamak için ağ kaynaklarını isimlendirme yolu olarak da tanımlanmaktadır (Savaş, 1996: 6). Web browser’dan (internet tarayıcısından) (Internet Explorer, Netscape Navigator vs...) istenilen herhangi bir URL, DNS server’a ISS üzerinden geçerek yönlendirilmekte ve bu adres burada IP numarası olarak değiştirilmektedir [34]. Kullanıcı isteği, görüntülenmesi istenilen sayfaya ana omurga üzerinden devam ederek ulaşmaktadır. Işık hızından daha süratli bir şekilde gerçekleşen bu durum, görüntülenmesi istenilen sayfanın ana server’a ulaşarak ve aynı dönüş yolu kullanılarak kullanıcının ekranına yansımaktadır [36]. Dolayısıyla ulaşmak istenen sayfa, kullanıcı ekranında görüntülenmekte ve kullanıcının her isteği yine aynı aşamalardan geçmektedir.

İşletmenin ihtiyaçları ve büyüklüğü doğrultusunda kişisel bilgisayarların (Personel Computer – PC) departmanlar arasında, ethernet kartları yardımıyla, bağlantısının saptanması gerekmektedir. Eğer gerekiyorsa, işletmenin, merkez - bayii - müşteri üçgeni arasında ağ bağlantısının oluşturulması, intranet veya extranet kapalı ağ sistemlerinin kurulumu hayata geçirilmelidir [28]. Modem ile yapılan bağlantı ise, bilgisayarın internete doğrudan bağlanmasını sağlamaktadır. Elektronik ticaretin yapılabilmesi için mutlaka internet yada intranet bağlantılarının olması gerekmektedir. Dolayısıyla işletme, müşterileri ile olan ilişkilerini, elektronik ortamda, web sitesi üzerinden sağlayabilmektedir [44].

Fiziksel donanım sağlandıktan sonra işletmenin çeşitli yazılımlara ihtiyacı olacaktır. İşletmenin tercihlerine göre windows, linux, apple, mac, gibi çeşitli işletim sistemlerinden birisi seçilerek hayata geçirilir. İşletim sistemi olarak genellikle MS Windows kullanılmaktadır (Savaş, 1996: 2).

Bütün bu aşamalardan ve temel donanım ihtiyaçlarından sonra, işletmenin, sunucusuna (main server'ına) ürün yada hizmeti ile ilgili bilgilerini yüklemesi için web sitesinin oluşturulması gerekmektedir. Web sitesinin hazırlanması aşaması işletmenin internete, dolayısıyla elektronik ticarete açılması için en önemli aşamadır. Çünkü işletme, satışını yapmayı arzuladığı ürün yada hizmetini burada sergilemektedir [45]. Web sitesinin hazırlanması sırasında bağlantıların, yerinde ve ilgi çekici nitelikte verilmesi, kullanıcı açısından fayda sağlarken, işletmenin elektronik ticaretteki pazar payını arttırmaya yardımcı olacaktır [46]. Dolayısıyla işletme süreklilik ve maksimum kâr sağlama ana hedefine paralel olarak hızla gelişecektir.

6. E-TİCARET KULLANIM YÖNTEMLERİNİN BELİRLENMESİ VE UYGULANMASI (ELEKTRONİK ORTAMDA BÜTÜNLEŞME)

Elektronik ticaret kullanımı (uygulaması) üç aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşaması, elektronik ortamda bir site açılması ve tanıtımının yapılmasından oluşur. İkinci aşaması; elektronik ticaret işlemlerinin yapılmaya başlanması, alış-veriş

işlemlerinin gerçekleştirilmesini kapsamına alır. Üçüncü aşama ise; birbirinden mal ve hizmet tedarik eden kurumların ticari entegrasyonunu kapsamaktadır (Kavrakoglu, 2002:176).

Bu bölümün konusu ise elektronik ticaretin ikinci ve üçüncü aşama faaliyetlerini kapsar. Bu faaliyetler büyüklü küçüklü çok fazla sayıda işlemde oluşmaktadır, ancak, burada en fonksiyonel olanları ele alınmaktadır.

6.1. Donanımlı ve Eğitilmiş Personel Temini

Elektronik ticaretin yaygınlaşmaya başlaması, bir çok geleneksel sektörün yapısını ve ticari işleyiş yöntemini değiştirmiştir, ayrıca, elektronik ticaretin gelişmesine bağlı olarak yeni iş kolları da oluşmuştur [47]. Hem geleneksel ticaretteki değişiklikler, hem de yeni iş kollarının oluşması, bu işlerin özelliklerini yerine getirebilecek donanıma sahip personellere ihtiyaç duyulmasını sağlamıştır. Bu personellerde genel olarak iki kısma ayrılmaktadır [42]. Birinci kısım personel, işin gereklerini yerine getirirken, son gelişmiş teknolojik özelliklere sahip araç-gereçleri kullanabilme yetenek ve yeterliliğine sahip çalışanlardan oluşmaktadır. Bu personeller; elektronik ticaret faaliyetlerini gerçekleştirirken, kendi görev ve sorumluluklarına düşen işlemleri icra etmeye yarayan gerekli araç-gereçleri tespit edebilen, tüm özelliklerini bilen, işlevleri ve kapasiteleri hakkında gerekli donanıma sahip bireyler olmaları gerekmektedir (İlter, 2002: 63).

İkinci kısım personeller; şirketlere ve tüketicilere internet ve elektronik ticaretle ilgili faaliyetlerde imkan sağlayan altyapı ve bilgi teknolojisi sektörlerinde hizmet gören çalışanlardan oluşmaktadır (Demiröz, 2003: 14). Bu personeller; bilgisayar donanımcıları, program yazılımcıları, web sitesi tasarımcıları, ve teknik altyapı elemanları gibi, yapılan işin işlevine göre belli gruplara ayrılırlar. Bu grubun çalışanları ya yüksek öğretim ya da kurslar yoluyla yoğun ve sıkı bir eğitim aşamasından geçmeleri gerekmektedir. Birinci grubun çalışanlarına hizmet personeli denilirken, ikinci grubun çalışanlarına da “teknik ya da uzman personel” denilmektedir (Türkiye Bilişim Şurası Sonuç Raporu, 2002: 24).

6.2. İmalatın Planlanması ve Üretim Geliştirme

Uluslararası ekonomik alanda rekabetin her geçen yıl daha da arttığı gözlemlenmektedir. Buna paralel olarak şirketlerin faaliyet gösterdiği pazar yapıları da özellikle elektronik ticaret uygulamalarının yaygınlaşmasıyla hızla büyük bir değişim yaşamaktadır [46]. Bunun başlıca nedeni ise; bilgi ve iletişim teknolojilerinin getirmiş olduğu imkanların, bu teknolojilerin kullanıcısı olan işletmelere rakipleri karşısında büyük avantaj sağlamasıdır.

Yeni teknolojileri elde etme ve kullanımında başarılı olan işletmeler varlıklarını sürdürebilir ve pazar paylarını artırırken, yeni teknolojileri elde edemeyen veya bu teknolojilerin kullanımına uyum sağlamada başarısız olan işletmeler varlıklarını sürdüremezler. Teknolojik gelişmelere uyum sağlamış ve yeni teknolojileri kullanarak imalat planlamasında ve ürün geliştirmede kullanabilen yenilikçi işletmeler, yeni tür ürünleri geliştirerek büyük karlar sağlayabilmektedir (Durna, 2002: 73). Ancak işletmenin kullandığı teknoloji, üretilen ürünün niteliği ve pazar yapısının yanı sıra işletmenin elektronik ticaret uygulamasına geçme stratejileri de önemli rol oynamaktadır (Taymaz, 2000: 121). Çünkü elektronik ticaret kullanımı, ürün geliştirme ve imalatın planlanması için uygun bir ortam oluşmasına imkan sağlamaktadır.

Bilgi ve iletişim teknolojileri ve elektronik ticaret uygulamaları sayesinde işletmeler, ürünün üretim ve planlanması aşamalarında, ürünün üretimine başladıktan sonra dahi ürünleri tanımlamaya ve şekillendirmeye devam edebilmektedirler. Bu yenilik ise, elektronik ticareti uygulayan işletmelerin, hızla değişen müşteri ihtiyaçları ve değişen teknolojiyi, ürün pazara sunulmadan önceki son ana kadar, ürünlerine uygulayabilme imkanı sağlamaktadır [42].

Bu işlem sürecine “esnek ürün geliştirme” de denilmektedir (Lansti/MacCormack, 2000: 34). Elektronik ticaretin sağladığı esnek ürün geliştirme süreci, üretim planlanması ve ürün geliştirme faaliyetlerinde elektronik

ticareti ve teknolojiyi kullanan işletmelere önemli oranda rekabet edebilme yeteneği kazandırmış ve karlılığı artırıcı etki yaratmıştır.

Elektronik ticaretin sağladığı imkanlardan faydalanma amacı taşıyan mevcut işletmelerden, elektronik ticareti uygulama yönünde hızlı ve büyük oranda değişim gösterebilen işletmelerin yanı sıra yeni elektronik ticaret uygulaması çerçevesinde yeni oluşturulan şirketler, üretim kalitesini, üretim miktarını, üretim yöntemlerini ve yeni rekabet standartlarını da belirler duruma gelmektedirler [44]. Çünkü elektronik ticaret uygulamasını gerçekleştiren işletmeler, bu model vasıtasıyla alternatif teknik çözümleri hızla değerlendirebilme ve üretimden önce veya üretim aşamasında pazarlama denemelerine imkan bulabilmektedirler [12].

Üretim öncesi ve üretim aşamasında sanal olarak oluşturulan basit ürün prototiplerden karmaşık ürün prototiplerine kadar bir çok seçenek sunulabilmekte, müşterinin tercihleri gerçeğe en yakın şekilde tespit edilebilmektedir. Üretim müşteri merkezli olarak, çok daha az maliyetle ve çok kısa zamanda gerçekleştirilmektedir (Taymaz, 2000: 122).

6.3. Envanter Kontrolü, Gerçek Zamanlı Denetim ve Doğruya Yakın Kestirim

Elektronik ticaretin kullanımı ve yaygınlaşması sonucu “Elektronik Defter”, “Elektronik Belge”, “Elektronik Kayıt” ve “Envanter Kontrolü” gibi uygulamalar ekonomik hayatın gündemine girmiştir. Bu uygulamalar hem kamu kuruluşlarının hem de özel işletmelerinin ekonomik faaliyetlerinde, önemli oranda, maliyetlerin azaltılması ve verimliliğin artırılmasını sağlamıştır [24].

Elektronik ticaret uygulamasını gerçekleştiren üretici bir işletmenin, işlemlerinde barkod okuyucu kullanarak envanter kontrolünü elektronik ortamda gerçekleştirmesi sonucu stoklarındaki ürünlerin takibini yapabilmekte, satış-müşteri eğilimini izleyebilmekte ve eş zamanlı olarak ürün tedarikinin temini ile müşteri siparişinin gönderilmesini sağlayabilmektedir [47].

Elektronik ticaret uygulamasını gerçekleştiren satışa yönelik ticari işlemler yapan bir işletme, satacağı ürünlerin siparişini bilgisayar ağı üzerinden üretici işletmeye otomatik olarak gönderebilmektedir. Elektronik ortamda siparişi alan üretici işletmede, sipariş isteği ile ilgili bilgiler, işletmenin satış, üretim, dağıtım ve muhasebe bölümlerine otomatik olarak iletilmektedir. Siparişlerin ulaşmasından itibaren üretici işletme kendi üretim planlamasını, stok kontrolünü, kayıtlarını ve işlemlerin hangi aşamalarda olduğunu sürekli olarak denetleyebilmektedir. Bu bilgilere tam ve zamanında sahip olabilen üretici işletme, siparişi veren işletmeyi de elektronik ortamda tam olarak bilgilendirebilmektedir. Siparişi veren firma ise; daha stoklarındaki ürünler bitmeden üretici firmanın kendi stoklarını elektronik ortamda izlemesine olanak sağlayarak üretimini planlamasını ve kendi ihtiyaçlarının da zamanında karşılanmasını sağlamış olmaktadır [48].

Elektronik ticaretin envanter kontrolünde sağladığı bu imkanlar, personel ihtiyacının asgari düzeye inmesini ve sipariş aşamasından ürün teslimine kadar olan süreçte, işletmeler arasında çıkan bir çok sorunun oluşmadan önlenmesini sağlamaktadır. Ayrıca tedarik maliyeti, hazırlık maliyeti, elde bulundurma maliyeti ya da elde bulundurmama maliyeti gibi envanter maliyetlerinin ortadan kalkmasını veya en aza inmesini sağlamaktadır (İlter, 2002: 65).

Elektronik ticaretin gelişmesi sonucu envanter kontrolünde sağlanan altyapı aynı zamanda müşteriler hakkında işletmelerin veri tabanı oluşturabilmelerini sağlamaktadır. Veri tabanının oluşturulması ise müşterinin hem üretim planlanmasında hem de üretim geliştirmede doğruya yakın kestirim (tahmin) yapabilme ve gerçek zamanlı denetim olanağı sağlamaktadır. İşletmenin zamanında bütün bilgilere sahip olması, siparişleri zamanında alması ve ürün teslimini zamanında yapabilmesi, aksayan işlemlerin hemen düzeltilmesi gerçek zamanlı denetimin varlığını ve doğruya yakın kestirim özelliklerine sahip olduğunu göstermektedir [46]. Bu iki özellik ise işletmelerin rekabet gücünü ve karlılığını artırmaktadır.

6.4. Outsourcing (Dış Kaynak Kullanımı)

Üretim işlemini gerçekleştiren işletmelerin elektronik ticaret uygulamasına geçtiğinde sağladığı bir çok avantaja ek olarak, dış kaynak kullanımı (Outsourcing) gibi bir avantaja da kavuşmuş olmaktadır. Üretici işletme kendisinin ürettiği bir ürün için gerekli olan bazı ara malları ya da yan ürünleri daha ucuza üretilip pazarlayan işletmeler var ise bu ara mallarını kendisi üretmeyip ucuza pazarlayan firmadan temin etme yolunu tercih edebilir. İşletme bu yolla hem daha ucuza üretim yapabilme hem de bu maların üretimi için yatırım yapmaktan kurtulmuş olacaktır (İlter, 2002: 113-114). Bu durum ise işletme açısından dış kaynak kullanımını ifade etmektedir.

Dış kaynak kullanımı, elektronik ticaret uygulaması ile daha da yaygınlaşma imkanına kavuşmuştur. Elektronik ticaret uygulamasında bulunan işletmeler ister üretim alanında ister ticaret alanında faaliyet gösterebilir dış kaynak kullanımı ile karlılığını ve rekabet gücünü artırabilmektedir (İlter, 2002: 162). Hatta bazı işletmeler oluşturdukları sanal şirket ile kuvvetli bir tedarik zinciri oluşturarak, müşteri siparişlerini doğrudan tedarikçi firmaya yönlendirerek, tedarikçi firmadan müşterinin adresine ulaştıracak koordinasyonu sağlamakta ve kar elde edebilmektedir [44]. Bu durum ise elektronik ticaretin dış kaynak kullanımını kolaylaştırmakta ve karlılığı artırmaktadır.

6.5. İnternet Ortamında Faaliyet (Elektronik Pazarda Olma ve Pazara Yayılma)

İnternet ortamında bir işletmenin elektronik ticaret uygulamasına başlayabilmesi için bazı temel işlevleri yerine getirmesi gerekmektedir. Bu işlevler basit bir şekilde sıralayacak olursa [45];

- İşletmenin uzmanları yada yetkilileri ilgili hukuki ve teknik bilgileri incelemelidir.

- İşletme, bir alan adı belirleyip bunu kendi adına tescil ettirmeli, kurumsal kimlikle ilgili logo, kartvizit, vb. çalışmalar tamamlanmalıdır.
- İşletmelerin faaliyette bulunabilmesi ve yasal kimlik kazanması için gerekli işlemler yapılmalıdır.
- Üretilen ya da pazarlanan ürünle ilgili marka oluşumu ve patentleriyle ilgili yasal işlemler yapılmalıdır.
- İşletmenin elektronik ticareti gerçekleştireceği web sitesi en iyi şekilde hazırlanmalıdır.
- İşletmenin faaliyete başlaması için ilan, reklam, tanıtım ve pazarlama çalışmaları iyi planlanarak faaliyete başlanmalıdır.

Bu şekilde işlemleri tamamladıktan sonra faaliyet aşamasına gelen bir işletmenin, elektronik pazarda olma ve pazara yayılma işlemlerini gerçekleştirmesi gerekmektedir. Elektronik ticaret kanalıyla pazara yayılma ciddi bir yönetim ve planlamayı gerektirmektedir. Çünkü elektronik ticaret ile pazarlama, ara ürün sağlayıcıları, üretim işlemleri, dağıtım kanalları ve alıcılar gibi birbirini tamamlayan bileşenlerin oluşturduğu geniş ve büyük bir sistemi kapsamaktadır [46]. Ürün veya hizmet üreticiden tüketiciye ulaşmaya kadar gerçekleştirilen tüm basamaklar pazarlamanın bileşenlerini oluşturmaktadır [47].

Bu bileşenlerin uyumlu ve etkin olması için elektronik ticaretle pazarlamanın yönetimi ve planlanması, fiyatların oluşumundan tanıtımına, lojistik hizmetlerinden veri tabanı oluşturmaya kadar her aşamada belirleyici konuma gelmektedir. Bu çerçevede elektronik ticaretle pazarlama aşamasına geçişte planlama ve uygulama süreci üç aşamadan oluşmaktadır. Birinci aşamada işletme, statik bir web sitesi ile internet üzerinde varlık gösterebilmektedir. İkinci aşamada; işletmeler web siteleri kanalıyla ticari faaliyetlerine başlamaktadırlar. Üçüncü aşamada ise; işletme içi

faaliyetleri, tedarik zincirinde yer alan işletmeler ile nihai alıcı arasındaki bilgi ve ticari alış-verişleri kapsar [46].

Yönetim ve planlama işlevleri ise profesyonel uzman personel tarafından gerçekleştirilebilecek işlevlerdir. İşletme bünyesinde ya da dış destek kanalıyla işin uzmanları tarafında doğru ve etkili pazarlama planları oluşturmak ve yine elektronik ticaret uygulamasını iyi bilen uzmanlar kanalıyla bu planların uygulanması gerekmektedir (Turhal, 2002: 48). . Elektronik ticaret konusunda yetenekli ve yeterli olmayan uzmanlar ile elektronik ticaret uygulamasının başarıya ulaşması, işletmenin kar elde etmesi ve rekabet edebilirlik özelliği göstermesi imkansızdır. Bu nedenle elektronik ticaret ile pazarlamada insan kaynakları büyük önem taşımaktadır.

6.6. Elektronik Ortamda Tanıtım ve Reklam

Elektronik ticaretin uygulanması ve yaygınlaşması internet üzerinden yapılan tanıtım ve reklam faaliyetleriyle başlamıştır. Bu nedenle, “Reklam ve tanıtım faaliyetleri elektronik ticaretin ilk adımını oluşturmaktadır.” denilebilir. Bununla beraber, internetin dünya çapında yaygınlaşması ve elektronik ticaretin uygulanmasıyla, elektronik ortamda tanıtım ve reklam alanında büyük bir potansiyelin bulunduğu farkedilmiştir (Chissick/Kelman, 1999: 179).

Tanıtım ve reklam faaliyetlerinin elektronik ortamda uygulanabilir hale gelmesiyle işletmeler, düşük tanıtım ve reklam bütçeleriyle büyük bir müşteri kitlesine ulaşabilme imkanı elde etmişlerdir [33]. Bağlantıların ücretsiz olması ve günün her saatinde ulaşabilme imkanı, elektronik ortamda reklam ve tanıtım faaliyetlerinin hızlı bir şekilde yaygınlaşmasını ve tercih edilmesini sağlamıştır [48]. Yurtiçi faaliyette bulunan işletmeler, elektronik ticaret kullanımına başladıktan sonra tanıtım ve reklam imkanlarının çok geniş bir tüketici kitlesine ulaşma imkanı sağlamasından dolayı yurtdışına mal satışına da yönelmektedirler [27]. Ayrıca uluslararası faaliyet gösteren işletmeler de elektronik ortamda tanıtım ve reklam faaliyetlerine önem vermektedirler.

Elektronik ortamda yapılan tanıtım ve reklam faaliyetleri geleneksel reklam ve tanıtım faaliyetlerinden farklı özellikler taşımaktadır. Elektronik ortamda gerçekleştirilen tanıtım ve reklamlar sayfaları ağırlıklı olarak bilgi vermeyi amaçlamaktadır. Bu sayfalar renkli ve görüntülü efektlerden oluşmaları nedeniyle giderek daha çok işletme ve kişi tarafından tercih edilmektedir. Bu durumun geleneksel reklam araçlarının daha az kullanımına neden olması aralarında büyük bir rekabet oluşturmaktadır (Turhal, 2002: 51).

Elektronik ticaret yapan bir işletmenin web sitesinin tanıtımının yapılması ile satışa sunulan ürün ve hizmetin reklamını yapma faaliyetleri, farklı özelliklerdeki işlemleri gerekli kılmaktadır [49]. İşletmenin web sitesinin tanıtımı ve aranıldığı zaman kolaylıkla bulunabilmesi için arama motorlarına kayıt dışında yapılması gereken işlemler aşağıdaki gibidir (Kırçova, 2001: 57-58);

- Web sitesinin varlığını canlı bağlantılarla on-line rehberlerde duyuru yapma,
- Elektronik posta listelerine ve elektronik gruplara duyurular gönderme,
- Basılı yayınların ve on-line yayınların editörlerine web sitesinin varlığını ve faaliyete başladığını duyurma,
- Web sitesinin varlığını geleneksel pazarlama araçları üzerinde gösterme,

gibi işlem ve faaliyetler kanalıyla web sitelerinin tanıtımları yapılmaktadır. Ancak bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler her gün yeni teknik ve araçları da kullanıma sunabilmektedir.

Elektronik ticaret kullanımını gerçekleştiren işletmenin satışa sunduğu ürün ve hizmetin reklamını yaparken kullandığı yöntemler ise şu şekilde sıralanabilir (Kırçova, 2001: 58-61) / (Turhal, 2002: 52-55);

- Banner reklamlar (şerit reklamlar),
- Elektronik posta reklamları,

- İzinsiz gönderilen mesajlarla yapılan (İsterstitial) reklamlar,

gibi yöntemlerle işletmeler ürün ve mallarının elektronik ortamda reklamlarını yapmaktadırlar. Ancak tanıtımda olduğu gibi; bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, yeni teknik ve yöntemlerin gelişmesini ve uygulanmasını olanaklı kılacaktır.

6.7. Farklı Sektörlerde Elektronik Ticaret Kullanımı

Elektronik ticaret ile gerçekleştirilen işlemler sonucu oluşan katma değer, elektronik ticaretin tüm sektörlerde hızla yayılmasına neden olmaktadır. Bunun başlıca nedenleri ise; elektronik ticaret uygulamasının işletmelere, bir çok aktiviteyi düşük maliyetlerle gerçekleştirme olanağı sağlaması, örgütsel ve yönetsel etkinlik katması, rekabet yeteneği kazandırması, hizmet kalitesini artırması, değişimlere hızlı uyum sağlama ve hızlı ürün geliştirme imkanı yaratması olarak belirtilebilir [49].

Elektronik ticaret, sanayi ile hizmet sektöründe işlem yapan işletmeler tarafından daha çabuk benimsenmiş ve kullanılmaya başlanmıştır; fakat tarım teknoparkların ve altyapısının oluşturulamamış olmasından dolayı, tarım sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin elektronik ticaret uygulamalarını benimseyebildiği ve yaygın kullanıldığı söylenemez (Tilmaç/Çakar, 2003: 92).

Sanayi sektöründe elektronik ticaret kullanım yöntemlerinden; envanter kontrolü, üretim planlaması, ürün geliştirme, tedarik zinciri oluşturma ve dış kaynak kullanımı gibi metotları yaygın olarak kullanılmaktadır. Sanayi sektörü içinde yer alan çimento, tekstil, otomotiv gibi alanlarda faaliyet gösteren işletmeler, elektronik ticaret uygulamasını daha çabuk benimsemişler ve daha hızlı uyum sağlamışlardır (İlter, 2002: 110).

Sanayi sektöründe elektronik ticaret kullanım metotlarının yaygınlaşması, işletmeleri dinamik bir yapıya kavuşturabilmektedir. Bu durum ise, işletmeler için

yeni ürün geliştirmeyi (inovasyon) fiyattan daha önemli bir hale getirebilmektedir. Çünkü sürekli yeni ürün geliştirmek, dinamik bir yapıya sahip olmayı gerektiren günümüz koşullarında şletmelerin varlıklarını korumak için hayati bir önem taşımaktadır (Demiröz, 2003: 16).

Ancak elektronik ticaret kullanımının hizmet sektöründeki şletmeler arasındaki gelişim hızı, sanayi sektöründeki şletmelere nazaran daha yüksektir (Atkinson/Court, 2003: 15). Hizmet sektöründe faaliyet gösteren şletmeler genellikle hizmet pazarlaması, tedarik zinciri ve envanter kontrolü gibi metotları daha yoğun olarak kullanmaktadırlar. Hizmet sektöründe yer alan, ulaştırma, lojistik, konaklama-turizm, iletişim-haberleşme, bankacılık ve müzik-eğlence gibi alanlarda faaliyet gösteren şletmeler, hizmet sektöründe faaliyet gösteren diğerk şletmelere nazaran, elektronik ticaret uygulamasını daha çabuk benimsemişler ve daha hızlı uyum sağlamışlardır [50].

7. ELEKTRONİK TİCARETİN TARAFLARI ARASINDA OLUŞAN ELEKTRONİK TİCARET İŞLEYİŞ TÖRLERİ

Elektronik ticaretin tüm faaliyetlerinde aynı teknoloji kullanılmasına rağmen elektronik ticareti kullanan taraflar arasındaki ticari işlemlerin gerçekteştirilmesine göre elektronik ticaret alt kısımlara ayrılmakta ve elektronik ticaretin işleyiş türleri olarak isimlendirilmektedir (Çak, 2002: 19). Bu konuda bir çok araştırmacı ve ekonomist farklı gruplandırma yapmaktadır. Bu çalışmada, birinci bölümde detaylı olarak verilen elektronik ticaretin tarafları arasındaki ilişkiler, elektronik ticaretin işleyiş türleri olarak beş alt başlık altında gruplandırılmakta ve incelenmektedir.

7.1 İşletme – İşletme Arasındaki Elektronik Ticaret (B2B)

İki şletme arasında gerçekteştirilen elektronik ticaret işlemine, şletmeden şletmeye elektronik ticaret (Business to Business) denilmektedir. Bu işlem türünde, ürün veya hizmet, tedarikçi şletmeden satış yapmak üzere bir başka şletmeye satılıyorsa, bu işlemler elektronik ortamda gerçekteşliyorsa şletmeden şletmeye

elektronik ticaret faaliyetleri gerçekleşmiş olmaktadır. Elektronik ticaret işleyiş türleri içinde günümüzde elektronik ticaret işlemleri en çok işletmeden işletmeye gerçekleşmektedir. Gelecekte de yoğunluğun bu işlem türünde olacağı tahmin edilmektedir (Canpolat, 2001: 11).

7.2 İşletme – Tüketicici Arasındaki Elektronik Ticaret (B2C)

Bir işletme ile tüketiciler arasında gerçekleştirilen elektronik ticaret uygulamasına işletmeden tüketiciye elektronik ticaret (Business to Consumer) denilmektedir [52]. İşletmelerin son kullanıcılara yönelik olarak hazırladığı sanal mağazalarda günün her saati ve yılın her günü satış işlemlerinin olanaklı olduğu elektronik ticaret işleyiş türüdür. Bu tür bireysel tüketicinin ihtiyaç duyduğu malın doğrudan işletme tarafından karşılanmasını hedeflediği için hızla yaygınlaşmaktadır [53]. Ancak işletmeden işletmeye elektronik ticaret türüne göre daha yavaş gelişim göstermektedir.

7.3 İşletme - Devlet Arasındaki Elektronik Ticaret (B2G)

Elektronik ortamda, işletmeler ile devletin kamu kurum ve kuruluşları arasında gerçekleştirilen ticari işlemlere, işletme-devlet (Business to Government) arasındaki elektronik ticaret denilmektedir (Çak, 2002: 20). İşletmeler ile kamu kurumları arasında vergiler, gümrük işlemleri, sosyal güvenlik, istatistik ve ticari izinlerin elektronik ortamda izlenmesi işlemlerin kapsamaktadır. Ayrıca, elektronik ortamda kamu ihalelerinin yayınlanması, teklif verme ve ihale işleminin gerçekleşmesi de bu tür işlemler arasında yer alır [50]. Elektronik devletin gerçekleşmesi durumunda işletme-devlet arasındaki elektronik ticaret işlemleri de yoğunluğunu artıracaktır.

7.4 Devlet - Tüketicici Arasındaki Elektronik Ticaret (G2C)

Devletin, kamu kurum ve kuruluşları ile tüketiciler arasında elektronik ortamda gerçekleştirilen ticari ilişkilere devlet-tüketicici arasındaki elektronik ticaret

(Government to Customer) denilir. Devletten tüketicie elektronik ticaret türü henüz gelişim aşamasındadır. Bu tür elektronik ticaret elektronik devlet yapılanmasına bağılı olarak gelişim gösterebilecektir [53]. Bu tür faaliyetin içinde mevcut uygulamalara göre; vergi ödemeleri, sosyal içerikli ödemeler, sağıık hizmetleri örnek olarak gösterilebilir.

7.5 Tüketicie - Tüketicie Arasındaki Elektronik Ticaret (C2C)

Bir tüketicinin kişisel eşyalarını ya da gayri mülkünü bir başka tüketicie elektronik ortamda satma işlemine tüketiciden tüketicie elektronik ticaret (Customer to Customer) denilmektedir (Çak, 2002 :21). Tüketiciden tüketicie elektronik ticaret çok yaygın olmamakla birlikte, tüketiciler tarafından yeni bir pazarlama türü olarak kabul edilip kullanılan bir yöntemdir (Canpolat, 2001: 13). Tüketiciden tüketicie elektronik ticarete baş vurulan yöntem; genellikle elektronik ortamda tüketicie tarafından hazırlanan web sitesinde ve ya belli başlı sitelerde, söz konusu olan malın açık artırma yöntemiyle satılmasını içermektedir. Ayrıca e-posta vasıtasıyla da satış işlemleri gerçekleştirilebilmektedir. Burada söz konusu olan mevcut bir mal vardır ve amaçta bir malla sınırlı ve ilgilidir [53]. Bu tür hakkında istatistiki veri oluşturma ve takip edebilmek oldukça güçtür.

----- O -----



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARET KULLANIMININ KALKINMA ÜZERİNE ETKİLERİ

1. ELEKTRONİK TİCARETİN KALKINMA ÜZERİNDEKİ EKONOMİK ETKİLERİ

Elektronik ticaret kullanımının yaygınlaşması tüm sektörleri ekonomik, sosyal, siyasal ve teknolojik gelişim açısından etkilemiştir. Bu etkilerin makro ölçekte incelenmesi sonucunda, elektronik ticaret kullanımının ülke kalkınmasına etkilerinin önemli bir boyutta olduğu anlaşılmaktadır. Çalışmanın bu bölümünde, elektronik ticaret kullanımının kalkınma üzerine etkileri incelenirken, ekonomik etkileri, sosyal etkileri, siyasal etkileri ve bilgi-iletişim teknolojileri üzerindeki etkileri ana başlık olarak incelenmektedir. Bu etkilerin detayları ise alt başlıklar şeklinde ele alınmaktadır

1.1. ELEKTRONİK TİCARETİN PAZAR YERLERİNİ DEĞİŞTİRME ETKİSİ

Elektronik ticaret, bilgi ve iletişim teknolojilerine bağlı olarak gelişen ticari işlemleri ifade ettiğine göre, elektronik ticaretin oluşturduğu sanal pazarların büyüklüğü, etkinliği ve taraflarının konumları da yeni teknolojiler ve tekniklerin kullanım ve yaygınlaşma hızına bağlı olarak gelişme göstermektedir.

Bu gelişme hızı, elektronik ticaretinin oluşturduğu sanal pazarın büyüklüğünü, etkinliğini ve tarafların konumunu belirleyen birinci ana unsur olmaktadır. Ayrıca elektronik ticaret taraflarının, elektronik ticaret hakkında daha çok bilgi edinmesi ve yeni teknolojilerin elektronik ticaretteki sorunları azaltması, sanal pazarın büyüklüğünü değiştirecektir. Tüketici ve tüketici gruplarının elektronik ticareti benimsemesi ve kullanması, teknolojik gelişmelere açık olması, yeni teknolojilere ulaşabilmesi, yine sanal pazarın büyüklüğünü belirleyen diğer önemli unsurlardır.

Elektronik ticarete bağlı olarak oluşan sanal pazarların büyüklüğü ve etkinliği, aynı zamanda elektronik ticaretin, ülke kalkınmasına yaptığı katkının

yoğunluğunu da belirlemektedir. Bu nedenle elektronik ticaret çerçevesinde oluşan pazarın büyüklüğü ve etkinliği ülkenin kalkınmasını önemli oranda etkilemektedir.

Elektronik ticaret kullanımının yaygınlaşması ve sanal pazarın büyümesi ise; geleneksel pazar yapısının değişimini gerektirmektedir. Elektronik ticaretin yaygınlaşmasını sağlamak için pazar yerleri, nesnel bir pazardan sanal bir pazara taşınmalı, mübadele araçları ve yöntemlerinin değişimi sağlanmalıdır. Bu değişimin gerçekleşmesi için ise; geleneksel ticaret yönteminin elektronik ticaret biçiminde yeniden planlanması ve örgütlenmesi gerekmektedir. Bu gelişim aşağıda alt başlıklar altında daha detaylı incelenmektedir.

1.1.1. Elektronik ticaret ile Pazar Yerlerinin Nesnel bir Pazardan Sanal Bir Pazara Taşınması

Elektronik ticaret kullanımının yaygınlaşması, geleneksel pazar yapısı ve alışveriş yöntemlerinin değişimi yönünde etki yapmaktadır. Bu etki, elektronik ticaretin yaygın kullanıldığı sektörlerde zorlayıcı nitelik taşıırken, yaygın kullanılmayan sektörlerde teşvik edici etki şeklinde gerçekleşmektedir.

“Elektronik ticaretin sektörde yaygın olarak kullanıldığı” ifadesi; sektördeki işletmelerin çoğunluğunun, elektronik ticaret uygulamasını kullandığı anlamına gelmektedir. Elektronik ticaret, bir sektörde yaygın olarak kullanıldığında, kullanıcı işletmelerin kullanmayan işletmeler karşısında avantajlı duruma geçmesine neden olacaktır. Bir sektörde rekabet edebilirlik özelliğini kaybeden işletmeler ise varlıklarını devam etmekte zorlanacaklardır. Bu nedenle, zorunlu olarak gelişmelere uymak zorunda kaldıklarından, geleneksel ticaretten elektronik ticarete zorunlu bir geçiş yapmak zorunda kalabileceklerdir.

Elektronik ticaretin yaygın olarak kullanılmadığı sektörlerde, elektronik ticareti kullanan az sayıdaki işletmelerin, göstermiş olduğu gelişme, etkinlik, karlılık ve büyüme, diğer işletmeler için teşvik edici bir etki meydana getirecektir.

Diğer işletmelerin geleneksel pazardan sanal pazara taşınmasını hızlandıracak, sanal pazarın büyümesini sağlayacaktır.

1.1.2. Mübadele Araçları ve Yöntemlerinin Değişmesi

Geleneksel ticarete kullanılan araçlardan bazıları her ne kadar elektronik ticarete geçiş aşamasında ve elektronik ticaretin ileri uygulama aşamasında kullanılmakta ise de genel olarak incelendiğinde, elektronik ticarete, yeni teknolojiye dayalı araçların kullanılması, önemli farklılıkları meydana getirmektedir.

Ancak, geleneksel ticaret uygulamasında kullanılan yöntemler ile elektronik ticaret uygulamasında kullanılan yöntemler tamamen farklıdır. Bu farklılıklardan dolayı etkiler ve kazanımlar da farklı olmaktadır. Geleneksel ticaret faaliyetlerinin gerçekleştiği geleneksel pazarlardaki bir çok zorluk elektronik ticaretin uygulandığı sanal pazarlarda ortadan kalkmaktadır [51]. Geleneksel pazarlarda yaşanan; rekabeti engelleyici, maliyetleri artırıcı, karlılığı düşürücü, etkinliği azaltıcı gibi bir çok sorun, sanal pazarlarda kullanılan araç ve uygulanan yöntemlerle sorun olmaktan çıkmaktadır.

Geleneksel ticaret faaliyetlerinin uygulama yeri olan geleneksel pazardan, elektronik ticaret faaliyetlerinin uygulama yeri olan sanal pazarlara geçildiğinde, mübadele araçlarının ve uygulama yöntemlerinin değişmesi, pazar yapısından rekabet şartlarına, ekonominin işleyiş yoğunluğundan çalışma ortamının değişmesine kadar bir çok etki ve değişime neden olmaktadır. Bu etki ve değişimler ise ana başlıklar şeklinde şu şekilde sıralanabilir (Ersoy, 2000: 27-28).

- Geleneksel pazar yapısından elektronik pazar yapısına dönüşüm başlar,
- Pazara girişteki engeller azalır,
- Pazarda büyük işletmelerin yanında küçük işletmeler de etkin hale gelir,

- Küçük sermayeye sahip işletmeler sanal pazarlarda büyük sermayeli işletmelerle rekabet edebilir,
- Sanal pazarlarda ticari işlem yapan tarafların, geleneksel pazarda işlem yapan taraflara göre iletişim şekli değişir,
- Sanal pazarlar zamanın göreceli önemini değiştirir. Günün her saati açık olan bir pazar imkanı sunar,
- Sanal pazarlar coğrafi ve ekonomik sınırları ortadan kaldırır,
- Sanal pazarlar ekonomik işlem yoğunluğunun artmasını sağlayarak ekonominin ve ticaretin canlanmasını sağlar,
- Sanal pazarlar, uluslararası ticaretin ve ekonomik ilişkilerin gelişmesini sağlar,
- Sanal pazarlar, işletmelerin, iş ortakları, bağlı kuruluşları, tedarikçileri ve işletme çalışanlarını hakkındaki gerekli bilgiye, tüketiciler başta olmak üzere isteyen her keskin ulaşmasını sağlar,
- Sanal pazarlar yeni ürünlerin satıldığı yeni pazarların oluşmasını sağlar,
- İşletme ile tüketiciler arasında ürünlerin tasarımı aşamasından üretim aşamasına, pazarlık aşamasından ürün teslimine kadar her aşamada yoğun bir ilişki ve yakınlık sağlar,
- Sanal pazarlar, personelin yeterliliğini devamlı şekilde artırmaya yönlendirir,
- Sanal pazarlar işletmelere, çalışma ortamını değiştiren; sürekli eğitim imkanı oluşturma, işletme içi dayanışma, işbirliğini artırma, esneklik, çalışanlar arası yüksek uyum gücünün oluşması gibi yeni imkanlar sağlar.

1.1.3. Geleneksel Ticaret Yönteminin Elektronik Ticaret Biçiminde Yeniden Planlanması ve Örgütlenmesi

Geleneksel ticaret ve geleneksel pazarlar ulusal ve uluslar arası düzeyde incelendiğinde, “Tüketici Pazarı” ve “Endüstriyel Pazar” olmak üzere iki tür pazarın oluştuğu görülmektedir (Kırçova/Öztürk, 2000: 20). Elektronik ticaretin kullanılmaya başlanması ve yaygınlaşmasıyla birlikte bu iki pazar, geleneksel pazar yapısından sanal pazar yapılanmasına doğru bir dönüşüm yaşamaktadır. Hem tüketicilerin hem de işletmelerin elektronik ticareti kullanması, geleneksel ve endüstriyel pazarları, sanal tüketici pazarına ya da sanal endüstriyel pazarına dönüştürmektedir [52].

“Sanal tüketici pazarları”; elektronik topluluklar (tüketiciler) tarafından, her tür tüketim malının sipariş edilip satın alındığı pazarlardır [53]. Elektronik ticaretin kullanıldığı sanal pazarlarda yapılan stratejik planlar ve altyapı çalışmaları , sanal tüketiciler pazarı dikkate alınarak oluşturulmaktadır. Bu planlar ve altyapı çalışmaları sanal tüketiciler pazarının işlem hacmini artırmaya yönelik oluşturulmaktadır. Gelecekte bu pazarın işlem hacminin ülke ekonomisini ve kalkınmasını önemli ölçüde etkileyecek boyutlara ulaşacağı beklenmektedir [54].

Sanal tüketiciler pazarının gelişmesi; kişisel bilgisayarların artması, güvenlik sorunlarının çözülmesi ve erişim maliyetlerinin azaltılmasına bağlı olduğu için (Altunel/Gönüllü, 1998: 60), sanal pazarları geliştirme planları arasında bu sorunların giderilmesine yönelik çalışmalar da önemli yer tutmaktadır. Pazar geliştirme ve elektronik ticaret kullanımını yaygınlaştırma plan ve çalışmalarında öncelikle, mümkün olduğu kadar çok tüketicinin bilgisayar okur yazarı olması, bilgisayar donanımına sahip olabilmesi ve internete ulaşımın kolaylaşması için yoğunlaşmaktadır.

“Sanal endüstriyel Pazar; üretim sektörlerinde ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren işletmelerin hem diğer ulusal işletmelerle hem de uluslararası işletmelerle elektronik (sanal) ortamda ticari ilişkilerini ve işlemlerini

gerçekleştirdikleri pazara denir [55]. Elektronik ticaretin zaman ve mekan problemini büyük oranda çözmüş olması, sanal endüstriyel pazarın hızla gelişmesini sağlamıştır. Bunun yanı sıra sanal endüstriyel pazarların gelişmesini sağlayan faktörler şu şekilde belirtilebilir (Kırçova/Öztürk, 2000: 26-27);

- İşlem maliyetlerinin azalmasına karşın müşterilere sunulan hizmet kalitesinin artması,
- Elektronik ticaret uygulamalarının ve kullanımının benimsenme sürecinin hızlı olması ve rekabet üstünlüğü yaratması nedeniyle çok sayıda işletmenin sanal pazarlarda faaliyet gösterme isteği taşıması,
- Maliyet ve etkinlik açısından elektronik ticaret uygulamalarının geleneksel ticaret uygulamalarına göre önemli tasarruflar sağlaması.

Elektronik ticaret kullanımı sonucu oluşturulan (yukarıda belirtildiği gibi, ticari hayatta oldukça önemli sayılacak etki ve sonuçlar yaratan) sanal endüstriyel pazar faaliyetleri, büyük işletmeler tarafından tercih edilmekte ve desteklenmektedir [55]. Sanal endüstriyel pazarda güvenlik ve altyapı yatırımlarıyla ilgili sorunların daha kolay çözülebilmesi, bu pazarın, sanal tüketiciler pazarından daha hızlı gelişmesine katkı sağlamaktadır [56]. Sanal endüstriyel pazarın gelişmesi ve hacminin büyümesi aynı zamanda uluslararası ticaret hacminin büyümesine de olanak yaratmaktadır.

Sanal endüstri pazarda, işletmelerin çokluğu-azlığı, ticari işleme konu olan malın tek bir mal ya da çok maldan oluşması, ticari işlemlerin aracılı ya da aracısız gerçekleşmesi gibi farklı özellikler ve işlemlere göre, üç farklı şekilde örgütlenme ve planlama çalışmaları yapılmaktadır (UNCTAD, 2001: 65). Bunlar da “Yatay Sanal Pazaryeri”, “Dikey Sanal Pazaryeri” ve “Bağımsız-Üçüncü Taraf Pazaryeri” olarak tanımlanmaktadır.

Dikey sanal pazaryeri, tek bir ürün ya da hizmet alanında faaliyet gösteren endüstri odaklı bir platformdur. Alıcı ve satıcı işletmeler tarafından, tek bir endüstriyel ürünün alım-satımını gerçekleştirdikleri pazarı ifade eder. Nihai endüstrinin işlemlerini kapsamayan ürün ve hizmetlerin işlemlerini kapsamaz (UNCTAD, 2001: 66). Yatay sanal pazaryeri, birden fazla endüstri odaklı bir platformdur. Alıcı ve satıcı işletmelerin birden fazla ürün ve hizmetin alım-satımını gerçekleştirdikleri pazarı ifade eder. Her tür ürün ve hizmetin ticari işlemlerinin yapılmasına imkan sağlar. Bağımsız-üçüncü taraf sanal pazaryeri, ticari işlemlerde işletmeler arasında aracılık görevi üstlenen kurum ya da işletmelerin, ticari aracılık işlemlerinin gerçekleştiği sanal pazarlardır. Üçüncü tarafı oluşturan işletme, aracılık işlemleri için bir ücret tahsil etmektedir (UNCTAD, 2001: 66). Alıcı ve satıcı işletmelerin küçük boyutta ve çok miktarda olduğu bir yapıda görülen bir pazar yapılanmasıdır.

Geleneksel ticaretin yöntemleri ve geleneksel pazarların, elektronik ticaret uygulamalarının kullanımı ve yaygınlaşması sonucu, büyük bir değişime uğradığı günümüz dünyasının en yoğun yaşadığı ekonomik olgudur. Değişim ve gelişim süreci sona ermiş değildir. Hem kamu kurumları hem de özel işletmelerdeki “elektronik ticaret kullanımı” ve “sanal pazar” yapılanması, artan yoğunlukta devam etmektedir. Ancak bu yoğunluk ülkeden ülkeye değişmektedir (Kavrakoğlu, 2002: 58-59). Bunun ana nedeni ise, ülkelerin elektronik ticareti benimsemeleri, devletin toplumu ve işletmeleri teşviki, yine devletin altyapı yatırımlarını gerçekleştirmesi gibi etkenlere bağlıdır.

Ancak bunların içinde en önemlisi devletin ve işletmelerin; geleneksel ticaretten elektronik ticarete geçişi planlamaları ve hedeflerini belirlemeleridir. Hem devletin hukuki ve teknik altyapı oluşumunu stratejik planlara dayandırması, hem de işletmelerin mikro ölçekte elektronik ticarete geçiş planlarını yapması sanal pazarların etkinliğini ve hacmini hızla büyütecektir. Geleneksel ticaretten elektronik ticarete geçiş planlarının belli başlı bölümleri ve konuları ise şu şekilde sıralanabilir (Sayın/Fazlıoğlu, 2000: 18);

- Etkileşimli elektronik pazarlama yönetimi,
- Etkin ve hızlı müşteri talepleri yönetimi,
- Elektronik ödeme imkanlarının planlanması,
- Etkileşimli tedarik zinciri yönetimi
- Etkileşimli stok yönetimi,
- Bankacılık ve sigortacılık hizmetlerinin sisteme katkılarının planlanması, finansal hizmetlerin ve işlemlerin yönetimi,
- Değerlendirme anketlerinin oluşumu ve yönetimi,
- Pazar yapılarında yenilikler ile yeni oluşum ve işleyişin takibi.

1.2. ELEKTRONİK TİCARETİN REKABETİ GÜÇLENDİRME ETKİSİ

Elektronik ticaret ve sanal pazar, hem ulusal hem de uluslararası alanda serbest rekabetin oluşmasını sağlayacak imkanlar sunmaktadır. Elektronik ticaretin kullanılması ve yaygınlaşmasıyla birlikte yerel, bölgesel ve küresel ölçekte oluşan sanal pazarlara girişler, geleneksel pazarlara girişlerden daha kolay ve daha az maliyetli olmaktadır [57].

Bu çerçevede rekabet olgusu incelendiğinde görülmektedir ki; rekabet ile fiyatlar, kaynakların etkili tahsisi ve maliyetler, yetişmiş insan kaynakları ve verimlilik gibi faktörler arasında yakın ilişki vardır. Ayrıca, elektronik ticaretin sektörlerde yaygınlaşması, sanal pazarların oluşumu, dış rekabete açıklık, işletme yönetimlerinin teknolojik gelişmeler çerçevesinde yeniden yapılandırılması, profesyonelleşme, AR-GE ve yenilikçilik gibi faktörler, ekonomik rekabet gücünün oluşumunu etkilemektedir (Uzunoğlu/Alkin, 2001: 27). Ülkedeki işletmelerin, sürdürülebilir bir rekabet yapısını oluşturabilmeleri için sayılan bu faktörlerin etkilerinin, elektronik ticaret kullanımı ve sanal pazarın etkinleştirilmesi çerçevesinde yeniden planlanması, sürdürülebilir rekabet gücünü artırabilir.

1.2.1 E-Ticaretin Maliyetleri Azaltıcı ve Karlılığı Artırıcı Etkisi

Ekonomik ve ticari işlemlerin geleneksel ticaret yöntemleri ve geleneksel pazarlardan, elektronik ticaret uygulaması ile sanal pazarlara taşınması, işlem maliyetlerinin önemli oranda azalmasını sağlamaktadır. Elektronik ticaretin maliyet tasarrufu sağlayıcı ve maliyetleri azaltıcı etkisi, elektronik ticarete ilgiyi daha da artırmakta ve elektronik ticaret kullanımını yaygınlaştırarak sanal pazarlarda rekabetin artmasına neden olmaktadır.

Elektronik ticaretin, ticari işlem sürecinde oluşan maliyet tasarrufları ve maliyetleri azaltıcı etkisi dört ana grup da toplanmakta ve incelenmektedir. Bunlar şu şekilde belirtilebilir (OECD, 1999: 55);

- **Satış sırasında sağlanan satış maliyet tasarrufları;**

Elektronik ticaret uygulamasını benimseyerek kullanan bir işlemin, geleneksel ticaret uygulamasına devam eden işletmeye göre sağlayacağı ilk maliyet tasarrufu, satış sırasında sağlanan maliyet tasarrufları olacaktır. Satış sırasında maliyet tasarrufu sağlayan işlem ve faaliyetler ise şöyle sıralanabilir (Heng, 2000: 3);

- Elektronik ticaret uygulaması ile elektronik ortamda, siparişlerin on-line olarak alınıp verilmesi,
- Sipariş formlarının belli formatlarda ve uzman personelin kontrolünde olması,
- Satış ve alış işlemlerinin on-line olarak gerçekleşmesi ve işlenmesinde sağlanan kolaylıklar,
- Tüketicinin izlenmesi ve satış sonrası hizmetler ile bunlar için gerekli az sayıda nitelikli personelin istihdamı,

- Satış sırasında sağlanan kağıt ve diğer araçların kullanımının minimum seviyeye inmesi,

Ürün ve hizmetlerin elektronik ticaret uygulamasıyla sanal pazarlarda satış işlemlerinin gerçekleştirilmesi ile satış sırasında sağlanan maliyet tasarrufu yanında ayrıca sipariş ve faturalama işlemlerinde de daha az hata oluştuğu tespit edilmektedir (Atiyas, 2000: 39). İşlem hatalarının azalması ise; hem verimliliği artırmakta hem de sanal pazarlara girişleri kolaylaştırdığı için sanal ortamdaki tüketici sayısının artmasında teşvik edici rol oynamaktadır. Pazara girişlerin kolaylaşması ve elektronik ortamı kullanan tüketicilerin artması, hem ulusal hem de uluslararası rekabeti artırmaktadır (WTO, 1998: 20). Bu da fiyatları azaltıcı yönde baskı oluşturarak karlılığı artırmaktadır.

• **Üretim girdilerinin satın alınmasında sağlanan maliyet tasarrufları;**

Elektronik ticaret uygulamasını kullanan işletmelerin sağlayacağı ikinci tür maliyet tasarrufu; üretim girdilerinin satın alınması aşamasında sağlanan maliyet tasarruflarıdır. Elektronik ticaret kullanımıyla, imalatçı ve tedarikçi işletmeler sanal pazarlarda karşı karşıya gelmektedirler. Oluşturulan arz zincirleri ile elektronik olarak birbirine bağlanmakta ve arzlar otomatik olarak tedarik edilmektedir. Arz zincirinin oluşturulduğu elektronik ortamda (UNCTAD, 2001: 26);

- Elektronik sipariş programları kağıt üzerinde gerçekleştirilen sipariş süreçlerini basitleştirmekte, dolayısıyla istihdam ihtiyacını azaltmakta,
- Kağıt tüketimi azalmakta,
- Satın alma sürecini hızlandırdığı için zamana dayalı ek masrafları azaltmakta,
- Üretim girdilerinin satın alımındaki sipariş ve faturalandırma işlemlerinde daha az hata oluşmakta ve hatalardan dolayı oluşan ek masraflar azalmakta,
- İhtiyaç duyulan personelin azalmasından dolayı donanım masrafları azalmaktadır.

- İletişimin telefon veya faks yerine elektronik posta aracılığıyla yapılması, tedarik sürecindeki maliyetleri önemli oranda düşürmektedir.

- **Ürünün tesliminde sağlanan maliyet tasarrufları;**

Elektronik ticaret uygulamasında sağlanan maliyet avantajlarının üçüncüsü; ürünlerin dağıtımı veya teslimi aşamasında sağlanan maliyet tasarruflarıdır. Bu aşamada sağlanan maliyet tasarrufları özellikle sanal pazarlarda elektronik olarak teslim edilen dijital ürünlerde söz konusu olmaktadır (UNCTAD. 2001: 26-27). Ayrıca, hizmet sektöründe yer alan finansal ve seyahat hizmetlerinin işlemleri, sanal pazarlarda gerçekleştirildiğinde, dağıtım maliyetlerini önemli oranda düşürmektedir (Schneider/Perry, 2000: 10).

Dijital ürünlerin, hem ulusal hem de uluslararası düzeyde, sanal pazarda dağıtımında ulaşım maliyeti olmadığı için, elektronik ticareti daha cazip ve rekabetçi duruma getirmektedir. Fiziki ürünlerin dağıtımı ise avantajlı olmayabilir. Hatta bazen tek tek dağıtımdan dolayı daha masraflı da olabilir.

- **Stoklamada sağlanan maliyet tasarrufları;**

Elektronik ticaret uygulaması ile sağlanan maliyet avantajlarının dördüncüsü; stoklamada sağlanan maliyet tasarruflarıdır. Elektronik ticaret uygulaması ile işlemlerini sanal pazarda gerçekleştiren işletmeler, arz zinciri oluşturarak veya mevcut arz zincirlerine dahil olarak stoklama maliyetlerini düşürmektedirler.

İşletmeler, özellikle işletmeler arası elektronik ticaret uygulama modeli (B2B) ile oluşturulmuş olan arz zinciri çerçevesinde siparişlerin gönderilmesi ve kabulü otomatik olarak ve karşılıklı kontrol ile yapılmaktadır (Atiyas, 2000: 40). Bu çerçevede; tedarikçi firma, imalatçı firmanın deposundaki ya da envanterindeki tedarik konusu olan malın stoklarını kontrol edebilmektedir. Stoktaki malın üretimde kullanım hızı da tedarikçi firma tarafından kontrol edilebilmektedir. Bu nedenle malın sürüm hızına göre mal bitmeden ve her iki işletmede fazla mal stoklamadan tedarik planlaması yapabilmektedir (Siems, 2001: 5-6). Elektronik

ticaret uygulamasının sağladığı bu imkan ise, mal tedarik aşamasında fazla miktarda stoklama yapmadan tedarik işleminin gerçekleşmesini mümkün kılmaktadır. Bu da stoklama maliyetlerinde önemli miktarda tasarruf sağlamaktadır.

Elektronik ticaret uygulaması, yukarıda sayılan maliyet tasarrufu sağlayıcı yönüyle karlılığı artırmaktadır. Maliyetleri düşen ürünler karlılığı artırdığı için ve fiyatlarda ayarlamalar yapabilme imkanı verdiği için işletmenin rekabet edebilirlik gücünü ve yeteneğini de artıracaktır [52].

Elektronik ticaret uygulaması, maliyetleri azaltıcı ve fiyatlarda elâstikîyeti sağlamasının yanı sıra karlılığı artırıcı başka imkanlar da sağlamaktadır. Elektronik ticaret uygulaması işletmelerin iç organizasyon ve yönetimine daha hızlı ve daha ucuz iletişim imkanı sağlamaktadır (WTO, 1998: 19). Elektronik ticaret altyapısı sayesinde işletmeler, kendi iç organizasyonlarında, bilginin daha hızlı, ucuz, ve en etkin şekilde dağılmasını sağlayabilmektedirler. Ayrıca işletmeler bu imkan sayesinde işletme içi denetimleri de en etkin şekilde gerçekleştirebildikleri için karlılıklarını artırebilmektedirler.

Elektronik ticaret uygulaması ile zaman, çalışma-emek ve belli bir masraf gerektiren araştırma maliyetleri de düşmektedir (Heng, 2000: 4). Ürün ve işletmeyle ilgili bilgilerin elektronik ortama aktarılması, alıcılara işletme ve ürün bilgileri toplamada büyük bir imkan sağlamaktadır. Bu da alıcılara ürün seçiminde rehberlik etmektedir. Satıcılar da elektronik ticaret uygulaması sayesinde, potansiyel alıcılara daha düşük maliyetler ile büyük bir müşteri kitlesine ulaşabilmektedirler. Ayrıca, elektronik ticaret uygulaması ile daha önce ulaşılamayan pazar ve alıcılara ulaşılabilir (Ertaş, 2000: 8). Bu çerçevede alıcılar yeni satıcılara, satıcılar da yeni alıcılara ulaşabilmektedirler. Bu da hem tüketicilere, hem de satıcılara araştırma konusunda tasarruf sağlarken, her iki grup için de karlılığı artırmaktadır.

Elektronik ticaret uygulaması, alıcı ve satıcıları doğrudan karşı karşıya getirdiği için geleneksel ticarete ararcılık işlemleri yapan bir çok oluşum ve birimi aradan çıkarmaktadır. Ayrıca elektronik ticaret uygulaması, fiyat şeffaflığını da

getirmektedir. Sanal pazar, fiyatların önceden ilanını gerektirdiği için tüketiciler ilgilendikleri ürünün fiyatına kolaylıkla erişebilmekte, rakip işletmeler de piyasa fiyatlarını kolaylıkla izleyebilmektedirler (Ülgen, 2000, 19).

Ticaretteki araçların elenmesi, fiyatlarda saydamlığın arması, uluslararası ticaret hacmini artırması ve ticarete konu olan mal sayısının artırması gibi özelliklerinden dolayı işletmelerin karlılığını artırarak rekabet edebilme yeterliliği kazandırmaktadır.

1.2.2 Elektronik Ticaretin İnsan kaynaklarındaki Verimliliği Artırıcı Etkisi

Günümüz işletmelerinde, işletme yönetimi ve işleyişinde yönetim kalitesi ya da kaliteli yönetim olgusu ön plana çıkmış bulunmaktadır. Yönetim kalitesi ya da kaliteli yönetim kavramlarını açıklayacak birçok model ve bu modellerin işletmeler tarafından kendi bünyelerine uyarlanması için yapılan çalışmalar vardır. Ancak tüm modellerin ortak noktası; entelektüel sermayeyi ön plana çıkarmalarıdır. Entelektüel sermaye dendiğinde ise; özellikle insan kaynaklarının önemi üzerinde durularak, çalışanların memnuniyeti ve çalışanların gücü vurgulanmaktadır (Nuhoğlu, 2003: 122). İnsan kaynakları, tek tek bireylerin bilgisi, kapasitesi, çalışma becerisi ve deneyimlerinin bir bütünü ve entelektüel sermayenin temel taşlarından biri olarak kabul edilmektedir.

İnsan kaynakları, artık işletmeler tarafından bir sermaye olarak görülmekte ve insan kaynakları sermayesi olarak isimlendirilmektedir. İnsan kaynakları sermayesi muhasebe kayıtlarının bilançolarında gösterilememekte, fakat verimlilik analizleri ile ifade edilmeye çalışılmaktadır. İnsan kaynaklarındaki verimlilik ölçümü ise; $\text{Verimlilik} = \frac{\text{Çıktı}}{\text{İşgücü (Sayı)}}$ şeklinde formüle edilmektedir (Çağlar, 2002: 172). Teknolojik gelişim ve elektronik ticaret uygulaması ise, verimliliğin göstergesi olan “çıktı / işgücü” oranını önemli derecede yükseltmektedir (Demirtaş, 2003: 55). Bu nedenle, hızlı teknolojik gelişim ve elektronik ticaret uygulamaları, hem üretim aşamasında hem de ticaret aşamasındaki verimliliği artırmaktadır.

Elektronik ticaret uygulamaları, belli teknolojik araçları ve elektronik ticarete yararlanılan donanımları kullanabilme bilgi ve becerisine sahip işgücü için talep oluşturmakta; nitelikli insan kaynakları ihtiyacını artırmaktadır. Bu çerçevede işletmeler, çalışanlarının hepsinde bilgisayar kullanabilme bilgi ve becerisi aramaktadır. Elektronik ticaret uygulayan işletmelerde artık editör, grafik, sunum programları kullanım bilgisi, web tasarım veya düzenleme yapabilme, elektronik posta ve interneti etkin kullanabilme gibi konularda belli bir yeterlilik, işletmenin herhangi bir departmanında çalışabilmenin gerekli koşulunu oluşturmaktadır (Çağlar, 2002: 173).

Elektronik ticaret uygulamasına geçen işletmelerde çalışan personellerin, geleneksel ticaret uygulamasında çalışan personellere göre daha farklı bir ticaret kültürüne sahip olmaları gerekmektedir. Geleneksel ticaret uygulaması etiğine sahip olan personel, gerekli değişimi ve gelişimi gösteremezse, elektronik ticaret uygulamasına geçiş yapan işletmelerde etkin görev yapamayacak, işini kaybetmekle karşı karşıya kalacaktır. Çünkü elektronik ticaret uygulamasında, elektronik ticaret etiğine uygun stratejiler geliştirebilecek insan kaynağına ihtiyaç vardır (Tekinay, 1999: 216). Elektronik ticaret uygulamasına geçişin ilk aşamalarında danışman işletmelerden yararlanılırken, projenin işlerlik kazanmasından sonra sorumluluk, işletmenin kendi bünyesinde (bilgi sistemleri departmanında) görevlendirdiği personellere devredilmektedir. Bu nedenle; elektronik ticaret uygulamasının insan kaynağını oluşturan bireyler, elektronik ticaret kavramını ve işleyişini iyi bilen, işletme fonksiyonlarının internet üzerindeki uygulama şekilleri konusunda eğitim almış kişilerden olması zorunluluğu doğmaktadır [56].

Bu çerçevede genel olarak değerlendirildiğinde; elektronik ticaret uygulamasının nitelikli insan kaynakları unsurunun varlığını gerektirmesi, toplumun insan kaynakları kalitesini yükseltmede zorlayıcı bir faktör görevi görmektedir. Bu da toplum refahını ve kalkınmayı artırıcı bir görev görmesini sağlamaktadır.

1.2.3 Sektörlerdeki Verimliliği Artırıcı Etkisi

Elektronik ticaret uygulaması, bütün sektörlerin ekonomik ve örgütsel yapılarını doğrudan etkileyen, yaygın ve etkin bir faktör konumuna ulaşmıştır. Özellikle imalat ve hizmet sektörlerini ileri derecede etkilemekte ve bu sektörlerin büyük bir değişim yaşamasına neden olmaktadır [37].

Elektronik ticaret uygulaması yaygınlaştıkça, hizmet ve sanayi sektörlerinde hem ekonomik, hem de yapısal alanda oluşan değişim ise, bu sektörlerin verimliliğinin artmasını sağlamaktadır. Elektronik ticaret uygulamasının verimliliği artırıcı değişimleri sağlayan etkileri ise şu şekilde belirtilebilir (Kırçova/Öztürk, 2000: 28-32);

- Pazarlara erişimde kolaylık sağlaması,
- İşletme bütçesinde tasarruf sağlaması,
- Zaman tasarrufu sağlaması,
- Fırsat eşitliği sağlaması,
- Zengin bilgi ve karşılıklı etkileşim sağlaması.

İşletmelerin hedef kitleye ulaşmalarında uygun iletişim aracı bulma ve pazara erişim oldukça önemlidir. Elektronik ticaret uygulamaları, sanal pazarlara ulaşımı kolaylaştırması ve pazara erişimin ucuz şekilde gerçekleştirilmesi işletmelerin ve sektörlerin verimlilik artışında büyük imkanlar sunmaktadır.

Elektronik ticaret uygulamasıyla veri işleme, veri tabanı pazarlaması, veri saklama, veri transfer etme, veriye yeniden ulaşma, haberleşme, dosyalama, ve benzeri alanlardaki maliyetler, geleneksel ticaret yöntemlerine göre çok daha düşüktür (Çağlar, 2002: 174). Elektronik ticaretin işletme bütçelerinde sağladığı bu

maliyet düşüşünden sağlanan tasarruflar, işletme ve sektör verimliliğini artırıcı unsurlardan birini oluşturmaktadır (Söylemez, 2001: 85).

Elektronik ticaret uygulamasını kullanan işletmeler, yılın her günü ve günün her saati hizmet verebilme imkanına kavuşmaktadır. Ayrıca ülkelerarası saat farkından kaynaklanan zamansal kısıtlayıcılık ortadan kalkmaktadır. Aynı şekilde izin, tatil, dinlenme, uyku gibi pazarlama faaliyetine sınırlamalar getiren etkenler ortadan kalkmakta ve zaman en iyi şekilde kullanılmaktadır (Türkiye Bilişim Derneği, 2004: 77).

Elektronik ticaret uygulamasının gerçekleştiği sanal pazarları, herkes anında ve kesintisiz izleyebildiği için elektronik ticaret tüm işletmelere ve sektörlerle fırsat eşitliği sunmaktadır [22]. Geleneksel ticarete karşılaşılan doğal engeller kendiliğinden oradan kalkmaktadır. İşletmeler ve sektörler büyüklükleri ne olursa olsun, sanal pazar ortamında etkin olan işletmeler ve sektörler daha verimli ve daha rekabet edebilir konuma gelebilmektedirler.

Elektronik ticaret uygulaması ve sanal pazarlar, tüketicilerin bilgi, ürün ve hizmet taleplerini karşılayan en uygun ortamı oluşturmaktadır. Sanal pazar ortamında, müşteri-işletme iletişimi çok kolaylaşmış ve içeriği zenginleşmiştir. Bir işletmenin web sitesini ziyaret eden diğer işletme veya müşteriler, ilgili işletmenin pazarladığı ürün ve hizmetlerle ilgili her türlü bilgiyi kolaylıkla edinebilmektedirler (Çağlar, 2002: 175). Hatta, ilgili işletmenin yetkilileriyle anlık iletişime geçip, anında bilgi alabilmekte ve taleplerini iletebilmektedirler.

Elektronik ticareti geleneksel ticarete göre daha etkin kılan bu etkiler, elektronik ticaret verimliliğini yükselten kaynağı oluşturmaktadır. Elektronik ticaret uygulamasının geleneksel ticaret uygulamasına göre daha verimli ve etkin olması, elektronik ticareti uygulayan işletmeleri ve sektörleri rekabet edebilirlik açısından daha avantajlı kılmaktadır.

1.2.4 Sektörlere Daha Uygun Kaynak Ve Girdi Sağlayıcı Etkisi

İster geleneksel ticaret, isterse elektronik ticaret uygulamasında olsun, tedarik zinciri yönetimi; bir ürün ya da hizmetin üretilmesine yönelik olarak, geliştirme, üretim, sunum, dağıtım ve tüketiciye satış aşamalarından oluşan bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Kırçova, 2001: 25). Elektronik ticaret çerçevesinde ele alındığında, bu süreç; elektronik tedarik sistemi, elektronik tedarik zinciri yönetimi, kaynak ve tedarik sağlama, global tedarik sağlama, dış kaynak tedariki gibi kavramlarla ifade edilmektedir.

Elektronik ticaret ile geleneksel ticaret uygulamalarındaki tedarik yönetimi sistemindeki farklılıklar; kullanılan araç-gereçler ile uygulama yöntemlerinde ortaya çıkmaktadır. Elektronik tedarik zinciri yönetimi, sektörlerin yapı ve işleyiş özelliklerine göre; farklı sektörlerde farklı şekilde gerçekleşmektedir. Değişik sektörlerde faaliyet gösteren işletmeler, tedarik zinciri yönetimini, kendi sektörlerinin ve işletmelerinin özelliklerine uygun olarak, belirledikleri hedef ve planlara göre uygulamaktadırlar (İnfomag, 2001: 5). Çünkü bu işletmeler, birbirlerinden tamamen bağımsız olarak lojistik, üretim, hammadde ve satış konularında hizmet vermektedirler [58].

Elektronik ticaret uygulamalarıyla birlikte tedarik zinciri yönetimi, geleneksel yöntemden tamamen uzaklaşmış, kendi altyapı ve üstyapı araçlarıyla birlikte kendi yöntemini geliştirmiştir. Elektronik ticaret çerçevesinde geliştirilen tedarik zincirleri, çok geniş bir alanı kapsayacak şekilde genişlemiştir. Bunun temel nedeni ise; bütün işletmelerin global ölçekte artan rekabet dolayısıyla, maliyetleri azaltıcı ve iletişimi hızlandırıcı rol oynayan tedarik zincirleri oluşturmak veya oluşturulan tedarik zincirlerine katılmaya odaklanmalarıdır (İlter, 2002: 88). Sektörlerde oluşturulan tedarik zincirleri, sektörlerin ve işletmelerin ihtiyaç duydukları sermaye ya da kaynakları en uygun şekilde temin etme ve yine bu kaynaklar ile en uygun fiyatlarda ve şartlarda girdi temini işlevini görmektedir. Elektronik tedarik zincirlerinin, uygun kaynak bulma ve girdi temininden başka sağladığı fayda ve etkileri ise şunlardır (Dolanbay, 2000: 214);

- Taşıma maliyetlerini azaltmaktadır,
- Üretim mekanlarının daha karlı ve maliyetleri az olan yerlere taşınmasına neden olmaktadır,
- Tedarik kaynaklarının tercihinde, seçeneklerin artmasını sağlamaktadır,
- Müşterilere farklı kanallardan ulaşılabilmesini sağlamaktadır,
- Vergi, gümrük ve benzeri yasal sorunlar nedeniyle, tedarik işlemlerinin başka ülkelerde gerçekleşmesini olanaklı kılmaktadır.

1.2.5 Elektronik Ticaret ile Sürekli Rekabet Edebilme Yeteneğini Kazanım

Elektronik ticaret uygulamasının yaygınlaşması, hem ulusal, hem de uluslararası düzeyde rekabeti daha da artmıştır. Ekonomik faaliyetlerin global ölçekte kullanılır olması ve yayılması sınırları, zamanı, ekonominin araçlarını, rekabet yöntemlerini ve rekabet anlayışını büyük oranda değiştirmiştir [58].

Elektronik ticaret uygulamalarının gerçekleştiği sanal pazara, tüm tüketiciler ve tüm işletmeler, çok rahatlıkla istedikleri zaman ulaşabilmeleri dinamik bir rekabet ortamının oluşmasını sağlamaktadır. Elektronik ticaret uygulaması sonucu oluşan dinamik rekabet ortamında, işletmelerin rekabet edebilirlik özelliği kazanmaları, eş zamanlı olarak üretim ve hizmet maliyetlerini düşürmelerine, kaliteyi yükseltmelerine ve müşteri ihtiyaç ve isteklerini en kısa zamanda karşılayabilme yeteneklerine bağlı hale gelmiştir (Güleş, 2003: 59). Sanal pazara kolay ulaşım ve bu pazarda işlem ve ticaret maliyetlerinin düşük olması, ürün ve hizmetlerin fiyatlarını hem ucuzlatmakta, hem de fiyat oluşumunu şeffaflaştırmaktadır.

Pazardaki ürün ve hizmet fiyatlarının ucuzlaması ve şeffaflaşmasını, elektronik ticaret imkanları ile tüm tüketiciler ve işletmeler tarafından, gerçek

zamanlı olarak takip edilebilmek mümkün olabilmektedir. Sanal pazarlarda elektronik ticaret uygulaması ile bütün ticari faaliyetlerin, ürün çeşitleri ve fiyat hareketlerinin takip edilebilmesi, işletmelerin pazara olan ilgilerini ve pazardaki işlem yoğunluğunu artırmaktadır (Güleş, 2003: 60).

İşletmelerin sanal pazarlardaki sıkı denetimleri, sürekli rekabet açısından bir oto kontrol görevi de görmektedir [59]. Şöyle ki; fiyatlandırma stratejisi uygulayan bir işletmenin fiyatlarını düşürmesi, rakip işletmeler tarafından, gerçek zamanlı denetim sayesinde anında farkedilecektir (Ülgen, 2000: 19). Rakip işletmeler de bu fiyat düşüşü karşısında fiyatlarında yeni bir düzenleme yaparak karşı tedbirlerini almış olacaktır. Bu fiyat hareketlerinin çok sıkı bir şekilde takip edilmesi ve karşı tedbirlerin anında alınması, rekabeti artırmakta ve sürekli bir rekabet atmosferinin yaşanmasına neden olmaktadır. Sürekli rekabet gerekliliği ise, sektörler ve işletmeler üzerinde rekabet güçlerini artırma yönünde baskı oluşturmaktadır (Demiröz/Senyücel, 2000: 49).

Sanal pazarların, sürekli rekabet atmosferine bürünmesi, bu alanda işletmelerin çok dikkatli davranmalarını ve bu konuda çeşitli önlem almalarını gerektirmektedir. İşletmelerin bu atmosferde karlılıklarını ve rekabet yeteneklerini geliştirme ihtiyacı duymaları, işletmelerin, sürekli rekabet edebilirlik yeteneklerini geliştirmekte, verimlilik ve etkinliklerini artırmaktadır (Kayasü/Pınarcıoğlu, 2003: 26). Böylece sanal pazarda sürekli bir rekabet ortamının oluşması sağlanmaktadır. Sürekli bir rekabet özelliği kazanan sektörler ve işletmeler, ülke kalkınmasında lokomotif görevi görmektedir.

1.3. ELEKTRONİK TİCARETİN İSTİHDAM VE MESLEK YAPILARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Elektronik ticaret, mevcut istihdam ve meslek yapılarını yeniden biçimlendirme konusunda, giderek artan ölçüde etkili olacağı ve bunun kalkınma üzerinde önemli sonuçlar doğuracağı gözlemlenmektedir. Elektronik ticaret uygulamasının başlamasıyla fiziksel pazardan elektronik pazara geçilmesi, istidam

ve meslek yapılarında, değıştirici ve geliştirici etki yapmaktadır. Elektronik pazar, istihdam olanaklarını artırırken, istihdamın niteliğini de değışime zorlamaktadır [59]. Mevcut meslek yapılarındaki değışim, yanında yeni mesleklerin ortaya çıkmasını da sağlamaktadır. Bu değışim ve yeniden yapılanmalar aşağıda daha detaylı incelenmektedir.

1.3.1. E-Ticaretin İstihdama Etkisi

Elektronik ticaret modelinin uygulanmasıyla, elektronik pazarda gerçekleşen işlem miktarındaki hızlı artış ve pazar payındaki büyüme, çalışma usulleri ve istihdam yapısının tüm boyutlarını etkilemektedir [41]. Geleneksel ticaretle faaliyet yürüten işletmelerdeki istihdam yapısında hiyerarşı; yönetim kademesinden alt kademedeki çalışanlara doğru (personel-işgücü-işçi) karar alma ve sorumluluk paylaşma şeklinde gerçekleşmektedir [55].

Elektronik ticaret modeline göre işleyen hiyerarşide ise çalışanlar; (personel-işgücü-işçi), “üst merkezden yönetilen üretim bandının değıştirilebilir bir parçası olmaktan çıkarak, bağımsızlıklarına kavuşmakta, giderek iş bölümlerinin sorumluluğunu ve yönetimini üstlenmiş bir çalışan haline gelmektedirler” (Türkiye Bilişim şurası Sonuç Raporu, 2002: 138). Elektronik ticaretin uygulanması sonucu yeniden yapılanan işgücü; ellerini kullanarak üreten işgücünden, beyin gücünü kullanarak üreten; daha farklı bir donanıma sahip işgücüne dönüşmüştür.

Elektronik ticaret modelinin uygulanması ile istihdam yapısında meydana gelen değışimler, çalışma ortamını da etkilemiştir. Yeni yapıda çalışma ortamları demokratikleşmekte, yönetici-işçi tanımları iç içe geçmekte, her çalışan organizasyonun en değerli parçaları haline dönüşmektedir [46]. Bu yeni yapıda, karşılaşılan sorunların özölmesi ve işletmenin verimliliğinin artırılması, çalışanların tüm enerji ve ruhunu ortaya koyduğu hedefler haline gelmektedir (Türkiye Bilişim şurası Sonuç Raporu, 2002: 138).

Teknolojik gelişim ve elektronik ticaret uygulaması işletmelerin verimliliğinin artmasına ve devamlı ürün yeniliklerine gitmesine neden olmaktadır. Ürün yeniliğinin gerçekleşmesiyle talebi artan bir ürünün diğer bir takım ürünlerin tamamlayıcısı olması, bu ürünlerinde talebini artırarak işgücü talebi oluşmasına neden olmaktadır. (Demirtaş, 2003: 55). Bu durum ise istihdamı artırıcı bir gelişme meydana getirmektedir.

Elektronik ticaret uygulaması ve elektronik pazar faaliyetleri, uzman işgücüne olan talebi artırmaktadır. Ancak elektronik ticaret sayesinde elde edilen otomasyon ve süreç yenilikleri nedeniyle, işgücü talebi azalabilecektir (Demirtaş, 2003: 55). Özellikle vasıfsız işgücünün yer aldığı belirli kesimlerde, işten çıkarmalar da görülebilecektir. Bu geçici bir durum olmakla birlikte, bazı olumlu gelişmelerin yaşanmasını da sağlayabilecektir. Şöyle ki; elektronik pazarda ikame edilebilecek yeterlilikten yoksun olan vasıfsız işgücü, iş bulabilmek için gerekli olan bilgi ve donanıma sahip olabilmek amacıyla kendilerini eğiteceklerdir (Çak, 2002: 36). Bu da istihdam yapısının daha verimli bir yapıya dönüşmesini sağlamaya yardımcı olacaktır.

Sonuç olarak denilebilir ki; elektronik ticaret işgücünün niteliğini ve istihdam yapısını değiştirmekte ve çok yönlü beceriye sahip olan işgücü talebini artırmaktadır. Talep edilen bu iş gücü; kendini sürekli eğiten, becerilerini yenileyen, esnek görevlendirmelere açık ve genişletilmiş sorumlulukları olan bir iş gücü yapısıdır.

1.3.2 Sektörel ve Mesleki Yapıları Geliştirici ve Değiştirici Etkisi

Elektronik ticaret modelinin uygulanması, sektörlerin ve işletmelerin işleyiş yapılarının yeniden biçimlenmesinde etkili olmaktadır. Geleneksel pazarlardan elektronik pazarlara geçilmesi, elektronik ticareti uygulayan işletmelerin işletme yapılanmalarında köklü değişiklikler meydana getirmektedir. İşletmelerin yapılarında değişimlerin meydana gelmesi ise, zorunlu olarak, ilgili sektörleri de yeniden yapılanmaya zorlamaktadır (Kepenek, 1999: 65).

Elektronik ticaret ile işletme yapılarındaki değişimde; eski yapı tasfiye edilerek, tamamen yeni ve farklı bir yapı ortaya çıkmaktadır. Eskisinden bağımsız ve yeni tip organizasyonlar olarak ortaya çıkan yeni işletme yapılarının ortak özellikleri ise şunlardır (Çakır, 2000: 26-27);

- İşletme yönetiminde hiyerarşik yapı ortadan kalkmış, düz bir yapı oluşmuştur,
- İşletme ve sektör yapıları, statik bir yapıdan dinamik bir yapıya dönüşmüştür,
- Hem işletme içi bölümler arasında, hem de diğer işletmeler arasında ekip-takım çalışması yapılmaktadır,
- Birey ve bireyin yetenekleri işletme açısından daha değerli ve önemsenir olmuştur,
- Birey, işletme içinde ve işletmeler arasındaki işlemler karşısında, daha fazla hareketlilik (Mobilité) kazanmıştır. Birey, bir çok değişik bölümde, bir çok değişik işlemi gerçekleştirmek için görevlendirilebilmektedir,
- İşletme içinde ve işletmeler arasında daha yoğun iletişim ihtiyacı bulunduğundan, işletme ve sektörlerin iletişim araçları kullanımı artmıştır,,
- Daha esnek bir çalışma ortamı oluşmuş, zamana ve mekana bağımlılık azalmıştır,
- Yeni pazarlara girmek ve mevcut pazarlarda paylarını artırmak için işletmeler arası ve sektörler arası işbirliği artmıştır,
- İşletmeler verimli ve karlılığı yüksek olan alanda faaliyette bulunmakta, verimsiz oldukları alandaki ürün ve hizmeti dışarıdan satın almayı tercih etmektedirler,
- İşletme ve sektörler, rekabet avantajı sağlamak ve varlıklarını sürdürmek için, çalışanlarının sürekli eğitimini gerçekleştirecek yapıları oluşturmaktadırlar.

1.3.3 E-Ticaretin Yeni İş Alanları Yaratma Etkisi

Elektronik ticaret, yeni işletme oluşumlarında çok daha dinamik, değişken ve akışkan bir üretim ve dağıtım yapılanması oluşturabilme imkanı sağlamıştır. Bu imkan ise, yeni yeni iş modellerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Yeni iş modellerinin ortaya çıkması genellikle iki şekilde gerçekleşmektedir (Çak, 2002: 36). Birinci tür yeni iş oluşumları; mevcut işletmelerin, kendi organizasyon yapısını yeniden yapılandırırken, piyasalarda yeni oluşan ürün veya hizmet ihtiyacını karşılamak için, mevcut işletme içinde, yeni iş modeline göre yeni departmanlar oluşturmak ya da yapılandırmak şeklindedir (Güleş, 2003: 62).

İkinci tür yeni iş oluşumları ise; piyasalarda ki gelişmeler sonucu gereklilik duyulan ihtiyacı karşılamak amacıyla, yeni bir iş ve işletme oluşturma şeklinde gerçekleşmektedir. Bu tür iş modelleri eski işletmeler tarafından da kurulabilir. Ancak, eskiden olan işletmenin yapısının değiştirilmesi şeklinde olmayıp, yeni ve bağımsız bir oluşumu ifade etmektedir.

Elektronik ticaretin yeni iş olanakları yaratmasındaki temel faktörlerden birincisi; elektronik ticaretin mekana bağlı olarak çalışma olgusunu ortadan kaldırmış olmasıdır. Bu sayede (Aytekin, 1998: 23);

- Beden özürlü kişiler de ekonomiye etkin bir biçimde katkıda bulunabilmektedirler,
- Elektronik ticaretin sağlamış olduğu evden iş ortamına katılma gibi imkanlar iş ortamlarının yeniden düzenlenmesine neden olmaktadır,
- Elektronik ticaret sayesinde iş yerine ulaşmak için harcanan para ve zaman tasarrufu sağlanmaktadır,
- İşletmelerde çalışanların bir arada olmalarından kaynaklanan koordinasyon, maliyet ve benzeri bir çok sorun ortadan kalkmakta ya da azalmaktadır.

- Bürokratik süreçler ve hiyerarşik yapılar ortadan kalktıkça, sorumluluk ve yetkiler işi yapan kişilere verilmektedir.
- Elektronik ticaret ile sınırlar ortadan kalkmış, iş veya işlemler sınır ötesi personelle de yapılabilir hale gelmiştir.

Elektronik ticaretin yeni iş olanakları yaratmasındaki temel faktörlerden ikincisi; elektronik ticaretin, zamana bağlı olarak çalışma olgusunu ortadan kaldırmış olmasıdır. Bu sayede(Power, 2000: 57-60);

- Günün her saati ve yılın her günü iş yapabilme olanağı ortaya çıkmış,
- Uluslar arası saat farkından dolayı meydana gelen kısıtlılık ortadan kalktığı için uzun süre iş veya işlem yapabilen iş modelleri oluşmuştur,
- Zaman kavramını ortadan kaldıran iletişim hızı sayesinde, fiziki yapıya sahip işletme yapısının, işgücünün ucuz olduğu gelişmekte olan ülkelere kaydığı gözlemlenmiştir.

Elektronik ticaret modelinin uygulanmasıyla yeni iş modelleri oluşturuıcı etkileri yukarıda belirtildiğı gibidir. Elektronik ticaretten güçlü bir şekilde etkilenen sektörlerde, bu etkilere bağılı olarak gelişen faaliyet ve iş modelleri ise üç ana grup şeklinde incelenebilir (Çak, 2002: 36);

- Elektronik ticaretin altyapısını sağılayan işler,
- Elektronik ticaret yazılımı ve diğier yan hizmetleri veren işler,
- Elektronik ticarete konu olan ürün ve hizmetin pazarlanmasıyla ilgili işlerdir.

Elektronik ticaret modelinin uygulanmasıyla, bu üç ana grup çerçevesinde oluşturulan çok sayıda yeni iş modeli ve iş alanı oluşmuştur. Her geçen gün bu yeni iş modellerinin uygulanması, işletmelerde ve sektörlerde hızla yaygınlaşmaktadır.

1.4. ELEKTRONİK TİCARETİN EKONOMİK AÇIKLIK (ŞEFFAFLIK) ÜZERİNE ETKİLERİ

Elektronik ticaret modelinin uygulanmasının çok geniş alanlara ulaşabilecek şekilde yaygınlaşma imkanına sahip olması, herkesin her zaman ulaşabilmesi, elektronik devlet oluşumunu destekleyici olması gibi özelliklerinden dolayı şeffaflaşmayı sağlayıcı etki yapmaktadır (Güleş, 2003: 52). Ayrıca, devlet kurum ve kuruluşlarının, işletmelerin ve ekonomik faaliyette bulunan bireylerin, elektronik ticaret modelini kullanarak ticari işlem gerçekleştirmek hedeflemeleri; kendileri, ürün veya hizmetleri hakkında gerekli tüm bilgileri muhataplarına vermeyi zorunlu kılmaktadır [47]. Bu zorunluluk ise, ekonomik ve ticari faaliyetlerin de şeffaflaşmasının zorunluluk haline gelmesini ifade etmektedir.

İşletmeler, elektronik ticaret modeline göre faaliyette bulunmayı hedefledikleri andan itibaren, bazı açıklık sağlayıcı uygulamaları gerçekleştirmek zorundadırlar [23]. Bu çerçevede, işletmelerin, ekonomik ve ticari işlem ve faaliyetlerinde açıklık (şeffaflık) sağlayıcı uygulamaları genellikle üç şekilde gerçekleşmektedir [36]. Bu uygulamalar aşağıda alt başlıklar halinde daha detaylı olarak incelenmektedir.

1.4.1. İşletmelerin Elektronik Ticaret Aracılığı ile İş Yaptığı Diğer İşletmelere ve Tüketicilere Şeffaf Olması

İşletmelerin iş yaptıkları diğer işletmelere ve tüketicilere karşı ekonomik şeffaflığı sağlayıcı ve bunun sonucunda güven oluşturuıcı bilgilendirme çalışmalarını gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Bu çerçevede işletmeler; kanuni-ticari ünvanını, faaliyet gösterilen açık adresi, telefonu, faksı, e-posta adresleri, diğer elektronik irtibat yolları, devlet tarafından kayıt altına alınmış numaraları (vergi numarası, esnaf ve sanayi odaları numaraları, vb.) da içeren işletmeye ait bilgilerin tümünü, açık, doğru ve gerektiği detaylarıyla birlikte vermek durumundadır (Yücedağ, 2002: 37).

Ayrıca işletme, başarılı bir elektronik ticaret uygulaması için, tüketiciler ile diğer işletmelerin kendisiyle kolay, etkin ve çabuk bir biçimde irtibata geçebilecek iletişim altyapısını oluşturmalıdır [56]. İşletme bu sayede, tüketiciler ile arasında oluşabilecek sorunların en etkin ve en uygun şekilde çözülmesini sağlayabilecektir. Bu tür imkanların varlığının, tüketiciler ve diğer iş yapılan işletmelere elektronik ticaret işleyişi içinde en açık şekilde duyurulması, müşterilerin hem o işletmeye, hem de elektronik ticaret modeline olan güvenini artırmaktadır (Yücedağ, 2002: 38). Bu güvenin oluşması, elektronik ticaret modelinin işletmelere şeffaflaşma imkanı vermesiyle gerçekleşmektedir.

1.4.2. Elektronik Ticaretin Ürün ve Hizmetlerle İlgili Bilgilere Kolay Ulaşım İmkânı Vermesi

Elektronik ticaret modelinin üretimden pazarlama aşamasına kadar her kademede uygulanabilmesi, ekonomik hayatı tamamen değiştiren bir gelişmedir. Elektronik ticaretin tedarik işlemlerinde kullanılması, tedarik edilen aramaların ürüne dönüştürülmesi ve ürünün pazarlanması, gerçek zamanlı olarak denetlenebilmektedir [40]. Elektronik ticareti uygulayan işletmeler, tüketici ve diğer işletmeleri, ürünün her aşamasında elektronik ticaret modeli sayesinde bilgilendirebilmektedirler.

İşletmeler ilgili diğer işletmelerden ara malı tedarik ederken, tedarikle ilgili tüm bilgileri, ürün pazarlarken ürünle ilgili tüm bilgileri şeffaf bir şekilde ilgili birimlere gerçek zamanlı olarak aktarabilmektedir [14]. Diğer işletmelerde kendilerinin üzerine düşen işlemleri, en uygun şekilde gerçek zamanlı olarak yerine getirmek için, tüm verilere sahip olabilmektedirler.

Tüketiciler almak istedikleri ürünün özelliklerini, üretim aşamasında üretici işletmeye bildirerek, istekleri doğrultusunda üretim yapılmasını sağlayabilmektedir. Üretim aşamasında tüketici ürünün miktarında, özeliğinde, miktarında belirlemeler yaparak yönlendirici olabilmektedirler. Ayrıca müşteri konumunda bulunan tüketici veya diğer işletmeler tüm bu bilgileri yazılı olarak da edinebilmektedirler. Bu

işleyiş modeli ise, günümüzün en verimli ve karlı çalışma biçimini oluşturmaktadır [54]. Bu da elektronik ticaretin ürün ve hizmetlerle ilgili bilgilere kolay ulaşma imkan vermesinden kaynaklanmaktadır.

1.4.3. Elektronik Ticarete İşlemlerin Ekonomik Şeffaflığı Sağlayacak Şekilde Belirli İlke ve Standartlara Bağlanması (Elektronik Sözleşmeler)

Elektronik ticaret modelini uygulayan işletmeler, tüketicilere ve ilişkili oldukları diğer işletmelere, ticari işlem yaparken, bilgilendirilmiş olarak karar almaları için yeterli bilgi sağlayacak tüm imkanlara sahiptirler [36]. Bu bilgilendirmede, ticari işlemlerle ilgili masrafları, ürün ya da hizmetlerle ilgili tüm özellikleri web sitesinde duyurabilecek ve detaylandırabilecek olanaklar mevcuttur [57].

Ayrıca elektronik ticaret modelinin uygulanmasında ticari işlemlerin içeriği ve gerçekleşme şekliyle ilgili tüm ilke ve standartlar bir sözleşme haline getirilebilmektedir. Elektronik sözleşmeler de denilen bu tür anlaşmalarla, karşılıklı taahhüde girilebilmektedir. Bu sözleşmelerin gerçekleşmesi elektronik ortamda yapıldığı için, zaman, nakliye ve iletişim masrafları da büyük oranda azalmaktadır. Fakat elektronik ortamda gerçekleştirilen bilgilendirmeler ve elektronik sözleşmelerin ekonomik hayata en büyük katkısı; ekonomik ve ticari hayatın şeffaflaşmasını sağlamasıdır (Yücedağ, 2002: 39).

1.5. E-TİCARETİN “ZAMAN” KAVRAMININ GÖRELİ ÖNEMİNİ DEĞİŞTİRMESİ

Elektronik ticaret modelinin uygulanması ile “zaman” kavramının ifade ettiği anlam ve önem büyük bir değişime uğramıştır. Geleneksel ticarete, zaman kavramından dolayı yaşanan bir çok kısıtlılıklar, elektronik ticaret modelinin uygulanmasıyla ortadan kalkmaktadır. Bunları şu şekilde sıralayabiliriz (Kırçova/Öztürk, 2000: 30);

- Elektronik ticaret uygulayan işletmeler, günün her saatinde ve günde 24 saat hizmet verebilmektedir,
- Elektronik ticaret uygulayan işletmeler, yılın her günü ve yılda 365 gün hizmet verebilmektedir,
- Elektronik ticaret modelinin uygulanmasıyla ülkeler arası saat farklarından kaynaklanan sorunlar ortadan kalkmaktadır,
- Elektronik ticaret uygulaması ile izin, tatil, dinlenme ve uyku zamanları gibi sınırlamalar ticari faaliyetlere engel oluşturmaktan çıkmaktadır.

Elektronik ticaret modelinin uygulanmaya başlaması ile geleneksel ticaret modelinde gerçekleşen iş ve işlem süresi de büyük oranda değişime uğramıştır.

1.5.1. Elektronik Ticaretin, Ticari İşlem Süresini Minimize Etmesi

Geleneksel ticaret modelinde, siparişlerin alınması, işlenmesi ve sınıflandırılması gibi işlemler belli bir zaman harcamayı gerektirmektedir. Elektronik ticaret modelinin uygulanması ile siparişlerin alınması, işlenmesi ve sınıflandırılması gibi işlemler çok daha kısa sürede, hızlı bir şekilde gerçekleştirilebilir hale gelmiştir. Bu işlemlerin hızlı bir şekilde gerçekleştirilebilmesi, önemli oranda zaman tasarrufu sağlamaktadır [55].

Elektronik ticareti uygulayarak pazarlama yapan bir işletmenin web sitesine girilerek bir sipariş verilmesi, işletme tarafından anında değerlendirilmektedir. Sipariş incelemesi ve cevabı bilgisayar aracılığı ile otomatik olarak teyit edilmektedir [41]. Siparişin kesinleştiği zamandan itibaren ürünün mevcut olup olmadığı, eğer ürün stoklarda varsa müşteriye gönderilme işlemi başlatılmaktadır. Şayet ürün stoklarda yoksa, tedarikçi işletme ile iletişim kurulmakta ve ürün istenmektedir. Devamlı çalışılmakta olan tedarikçi işletmeden ürün temin

edilemiyorsa, başka tedarikçi işletmelerle eş zamanlı iletişim kurularak, ürünün tedariki gerçekleştirilmekte ve müşteriye gönderilmektedir [58].

Bu işlemler gerçekleştirilirken, müşteriye, elektronik posta sistemi ile her aşamada bilgi verilmektedir. Ürünün tedarik edilip nakliye işleminin tamamlandığında, hangi gün ve saatte gönderildiği, hangi tür lojistik seçeneğin kullanıldığı, hangi lojistik işletmenin tercih edildiği, müşterinin takip edebilmesi için verilen bir numara ile birlikte kaç gün içinde müşteriye ulaşacağı gibi tüm detaylar müşteriye aktarılmaktadır. Tüm bu işlemler geleneksel ticaret yöntemi ile yapıldığında en az birkaç hafta zaman alırken, elektronik ticaret modelinin uygulanması sayesinde, birkaç saat içinde yapılmaktadır (Güran, 2004: 3).

Ticari işlemlerin yapılması, zaman açısından ele alınıp değerlendirildiğinde, elektronik ticaret modelinin uygulanmasının önemli zaman tasarrufu sağladığı görülmektedir. Ticari işlemlerin kısa zamanda ve hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesinin sektör ve işletmelere sağladığı katkılar ise şu şekilde sıralanabilir (Kırçova/Öztürk, 2000: 31);

- Pazarlama faaliyetlerinin etkinliğini, verimliliğini ve karlılığını artırmakta,
- Pazarlamada kullanılan yazılı ve basılı araçların hazırlanması için gereken uzun bekleme süreleri ortadan kalkmakta ya da çok azalmakta,
- Elektronik ortamda gönderilen mesajların anında karşı tarafa iletilmesi karar verme sürecini kısaltmakta,
- Haberleşme niteliği taşıyan iletilerin ve sözleşme niteliği taşıyan bilgilerin hazırlanması, basılması, düzeltilmesi ve gönderilmesi elektronik posta mesajları gerçekleştirilmesi, önemli zaman tasarrufu sağlamakta,
- Bir çok işlemin elektronik posta ile yapılması zaman tasarrufu sağlaması yanında , işlem sayısını da azaltmakta,

- Müşteri ile işletme arasında iletişime ayrılan zaman kısalmakta,
- Telefon etmek, muhatap bulamamak, yeterli bilgi alamamak gibi sorunlar ortadan kalkmaktadır.

1.5.2. E-ticaretin Üretim ve İş Süresini Minimize Etmesi

Elektronik ticaretin, pazarlama faaliyetleri yanında, üretim sürecinde de yoğun olarak kullanılabilmesi, üretim-zaman ilişkilerinin yeniden oluşmasına ve iş-üretim sürecinin yeniden yapılandırılmasına neden olmuştur. Ayrıca elektronik ticaret, ekonomik veri ve değişkenlerin “zaman” kavramı ile ilişkilendirilmesini de başka bir boyuta taşımıştır. Bunlar aşağıda daha detaylı incelenmektedir.

Üretici işletmeye verilen ürün siparişinden-teslimata, yeni ürün geliştirip piyasaya sürmeye kadar tüm üretim süreçleri incelendiğinde, toplam üretim süresinin sadece %10’nun üretimde geçtiği tespit edilmektedir. Diğer % 90’ı ise; iletişim, analiz, planlama, bürokrasi, eyleme geçme ve diğer faaliyetlerle geçmektedir (Kavrakoğlu, 2004: 12).

Üretim sürecinde gerçekleştirilen faaliyetler; planlama, üretim, kontrol, düzeltme şeklindeki işlerden oluşmaktadır. Bu tür faaliyetler, üretim sürecinin çok küçük bir kısmını oluşturmaktadır. Üretim sürecinde zamanın büyük kısmı daha çok bürokrasi, iş bilmezlik, ihmal, geri dönüşler ve hatalar gibi işlemlerle geçirilmektedir. Bu durum ise üretim-iş sürecinde hız, verim, karlılık ve zaman kaybına neden açmaktadır. Bu kayıplar hem sektörlerin hem de işletmelerin rekabet edebilirlik özelliklerini kaybetmelerine neden olmaktadır [59]. Bu şekilde kayıpların devam etmesi ise işletmelerin ve sektörlerin varlıklarını sürdürmelerini imkansız hale getirecektir.

Elektronik ticaret modelinin uygulanması ise;bu kayıpları tümüyle ortadan kaldırmaktadır. Elektronik ticaretin üretim-iş süreçlerine uygulanması ile bu zaman kayıplarının nedenleri kendiliğinden yok olmaktadır (Yücedağ, 2002: 42).

Geleneksel yöntemde üretim yapılırken haftalar alan işlemler ve bürokratik düzenlemeler birkaç saat içinde çözülmektedir [18]. Elektronik ticaret uygulaması bürokrasiyi otomatikman ortadan kaldırmakta ya da minimum seviyeye indirmektedir. Bu modelin uygulanması sonucu bürokratik işlemleri bilgisayar programları kendiliğinden halletmektedir [32].

Elektronik ticaret modeli yapısı gereği yeterli ve yetenekli personeli gerekli kıldığı için, acemilik ya da iş bilmezlik gibi sorunların hemen hemen hiç görülmediği bir alan olarak oluşmuştur. Yine bu modelde ihmalden dolayı kayıplar yok denecek kadar azdır. Çünkü bu model ihmalin oluşmasına olanak tanımayan bir sistemdir [49]. Bütün işler bilgisayarlar tarafından otomatik olarak kontrol edildiği ve bütün çalışanlarında uzman olduğu için, ihmalden dolayı kayıpların olması küçük bir ihtimal olarak karşılanmaktadır.

Elektronik ticaret modelinin üretim sürecinde uygulanması, üretim sürecinin ana fonksiyonları olan planlama, üretim, kontrol, düzeltme işlemlerinin hepsinin eş zamanlı olarak tam bir koordinasyonunu sağlamaktadır. Bu da üretim-iş sürecinin minimum bir zaman aralığında gerçekleşmesini olanaklı hale getirmektedir [53]. Elektronik ticaret modelinin uygulanması süreçlerin, işlem ve faaliyetlerin aşırı zaman almasını önlemesi ve bu süreçlerin minimum zaman aralığında gerçekleşmesini olanaklı kılması, modelin yaygınlaşmasında etkili olmaktadır.

2. ELEKTRONİK TİCARETİN SOSYAL VE KÜLTÜREL ETKİLERİ

Geçmişten günümüze kadar tarihsel süreç incelendiğinde; icat edilen her yeni teknolojinin topluma yayılmasıyla birlikte, kültürün bu araçlar tarafından yönlendirildiği ve bunun sonucunda da çok çeşitli toplumsal değişikliklerin yaşandığı görülmektedir. Sanayi devriminin yaşanmasıyla, makineleşme sonucu fabrikaların ortaya çıkması, o zamanki toplum yaşamında köklü değişikliklere neden olmuştu (Levy, 1994: 25). Bu gelişme, şehirleşme kültürünü, işçi kültürünü, sendikalaşma, sosyal güvenceler, yoğun üretim, ekonomik insan, pazar ekonomisine

bağlı kazanç kültürünün oluşması gibi bir çok yeni ve köklü kültürel ögenin toplum hayatına girmesini sağlamıştır.

Yeni teknolojilerin kültürü etkileyerek toplumsal değişimlere neden olması; kültür, teknik ve toplum öğeleri arasında, hassasiyet derecesi yüksek olan bir ilişkinin var olmasıdır. Kùltürler iletişim süreçlerinden oluşurlar. Bütün iletişim biçimleri ise; sosyal değer ve göstergelerin üretimine ve tüketimine dayanır (Castells, 2002: 212).

Bütün sosyal değer ve göstergelerin toplumdaki insanlara taşınması ve aktarılması ise, teknik sayesinde gerçekleşmektedir. Toplumdaki insanlar kültürel olgular çerçevesinde hareket eder, karar alır ve yaşamlarını devam ettirirler. Bu nedenle kültürel olgular toplumdaki insanlar arasında hangi yoğunlukta paylaşılsa, toplumsal kalkınma, toplumsal barış ve toplumun diğer toplumlar karşısındaki gücü aynı yoğunlukta gelişir.

Kùltürün oluşması iletişimle, iletişim teknikle, teknik kùltürün topluma aktarılmasında, birinci derece ilgili ve etkili olan unsurlardır. Bu nedenle denilebilir ki; kùltür, teknik (teknolojik gelişim) ve toplum arasında yoğun bir ilişki vardır. Hatta bazı yazarlar kùltür, teknik ve toplumun birbirinden ayrı asla var olamayacağını iddia etmektedirler (Levy, 1994: 25). Teknolojik icat ve gelişmeler, genellikle toplumsal kalkınma ile doğru orantılı olarak ilerlemektedirler. Bu çerçevede; yeni teknolojik icat ve gelişmeler, toplumsal kalkınma ve kültürel gelişim üzerinde, ani ve çarpan oranda geliştirici etki yapmaktadır denilebilir (İnce, 1999: 11).

Günümüzün teknolojik icat ve gelişimini, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler oluşturmaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojileri içindeki en önemli iki unsur ise; internet ve elektronik ticaret modelinin oluşturulup uygulanmasıdır. Elektronik ticaret modeli zaten internetin yaygınlaşmasıyla birlikte oluşturulmuş, temel unsuru internet olan bir ticari uygulama modelidir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin, özellikle elektronik ticaretin yaygınlaşmasının sağladığı imkanlar, aslında toplumsal kalkınma ve kültürel gelişimin hizmetine sunulmuş güç olarak kabul edilmektedir (Ersöz, 2003: 36). Bu çalışmada, elektronik ticaret uygulaması, bilgi ve iletişim teknolojilerinin bütün imkanlarından yararlandığı için bilgi ve iletişim teknolojilerinin vermek istediği tüm anlam ve olgular da elektronik ticaret kavramı ile anlatılmaktadır.

Bugün elektronik ticaret modelinin uygulaması sosyal ve kültürel olarak topluma; gelecek için daha demokratik, insanlar arasındaki iletişimin daha iyi olmasını sağlayacak imkanlar sunmuştur (Castells, 2002: 213). Elektronik posta, sohbet formları, tartışma grupları, eğitim programları, tele konferansları, uydu bağlantılı seminerler gibi bir çok sosyal, kültürel ve eğitim içerikli toplumu geliştirici imkanlar ortaya çıkmıştır. Toplumsal kalkınmayı sağlayan bu imkanların kullanımının yaygınlaşması ise, hemen hemen her alanda toplumun tümünü etkilemektedir [59]. Bu etkiler ise aşağıda daha detaylı incelenmektedir.

2.1 Elektronik Ticaretin Devletin Sosyal politikalarına etkileri

Elektronik ticaret modelinin uygulanması, piyasaların elektronik pazara dönüşümünü sağlaması, ekonomiyi küreselleştirmesi, toplumun tüm ekonomik yapılarını yeniden oluşturması ekonomik bir olgu olmasına rağmen, aynı zamanda toplumsal değişim sürecinin de parçalarından biri konumundadır. Aslında ekonomik ve ticari işlemlerin tümü, toplumsal koşul ve kültürel davranışlarla biçimlenmektedir (Castells, 2002: 213). Elektronik ticaret modeli kullanımının gelişmesi ve yayılması öncelikle toplumun elektronik ticaret modelini benimsemesine bağlıdır.

Elektronik ticaret modeli kullanımının toplum tarafından benimsenmesi, devletin ekonomi politikalarına ek olarak sosyal, kültürel ve eğitim politikaları tarafından da desteklenmesi gerekmektedir (Clinton/Gore, 2000: 5). İnternetin ve elektronik ticaretin yaygınlaşması, toplumun kalkınmasında önemli bir katkı

sağlayabilecek duruma gelmesi, devletin bu alana büyük önem vermesini ve bu yönde destekleyici politikaları oluşturmasını zorunlu kılmıştır.

Günümüzün uluslararası rekabet koşullarında artık elektronik ticaret modeli kullanımının, bir ülke kalkınmasında önemli çok önemli olması, devletin tüm politikalarını bu modeli destekleyici şekilde hazırlanmasını zorunlu kılması, bazı yapısal değişikliklerin yapılmasını da zorunlu kılmıştır. Elektronik ticaret modelinin, devletin yeniden yapılanma ve sosyal politikalarına etkilerinin görüldüğü uygulamalar ana hatlarıyla şöyle belirtilebilir (Singh, 1999: 12) / (Kaleağası, 2001: 47);

- Elektronik devlete geçiş için, devletin yapısal dönüşüm plan ve politikaları yeniden oluşturulmaktadır,
- Yeni gelişmeler çerçevesinde, ekonomik hayatın hukuki ve yasal altyapısı yeniden düzenlenmektedir,
- Elektronik ticaret uygulaması için gerekli teknolojik altyapı yatırımları yapılmaktadır,
- Eğitim sistemi, global eğitim sistemi şeklinde yeniden oluşturulmaktadır,
- İnternet kullanımı, bilgisayar okur-yazarlığı, bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımının işletme ve sektörlerde hem kullanımının hem de üretiminin gerçekleşmesi yönünde, sosyal ve ekonomik politikalar, planlar ve projeler geliştirilmektedir [60].

Elektronik ticaret modeli uygulanmasının devletin sosyal politikalarına etkisi, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde farklı şekilde ve farklı boyutta olmaktadır (OECD, 1997: 4). Elektronik ticaret uygulamasını özel sektörün ağırlıklı olarak üstlendiği ve kullandığı gelişmiş ülkelerde, devlet; sadece kural koyucu durumda bulunmakta ve düzenleyici görevini yerine getirmektedir.

Gelişmekte olan ülkelerde ise devlet; elektronik ticaretin gelişmesini ve toplumda benimsenmesini teşvik için daha aktif ve daha yoğun olarak katkıda bulunmak zorundadır [60]. Altyapı yatırımlarından, satış işlemlerine kadar her aşamada katılımcı, teşvik edici, özendirici, olmak durumundadır.

2.2 E-Ticaretin Neden Olduğu Toplumsal Değişikliklerin Firmalara etkileri

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişimi ve elektronik ticaret modelinin uygulanmasıyla birlikte, ekonomik yapı içinde yeni tür işletmeler meydana çıkmıştır. Bu yeni işletmelere elektronik işletmeler ya da sanal işletmeler denilmektedir. Bu sanal işletmeler, yeni iş modelleri ile değişik sektörlerde faaliyette bulunan çeşitli tür ve büyüklükte işletmelerden oluşmaktadır [52].

Ancak bu işletmelerin, elektronik ticaret modeli çerçevesinde faaliyet gösterebilmeleri için; elektronik ticaret modelinin gerekli kıldığı bilgi ve değerlerin, sanal işletmeler tarafından benimsenmiş ve kavranmış olması gerekmektedir. Çünkü yeni sanal işletme kültürü, geleneksel işletme kültürü içinde yer almayan değerleri içermektedir [61]. Sanal işletme kültürü ise her geçen gün geleneksel işletme kültürünü daha fazla değişime; daha doğrusu dönüşüme zorlamaktadır.

Elektronik ticaret modelinin kullanılması ve yaygınlaşmasıyla birlikte oluşan sanal işletme kültürü; bilginin üretilmesi, paylaşılması ve çoğaltılmasıyla doğrudan ilişkilidir. Sanal işletme kültürünün oluşum temelleri, sanal işletmeler ve elektronik ağlar üzerine inşa edilmiştir. Gelecekte ekonomik işleyiş ve yapılanma; tek bir pazar, tek bir müşteri tipi ve tek bir ekonomik yapıdan oluşacaktır [62]. Bu nedenle sanal işletmecilik kültürünün, mevcut işletmeler başta olmak üzere tüm sektörler ve toplumun tümü tarafından benimsenmesi önem taşımaktadır. Yeni iş kültürü ve sanal işletme kültürünün bileşenlerinden önemlileri şu şekilde sıralanabilir (Kırçova/Öztürk, 2001: 11-13).

- İşbirliği kültürü,

- Paylaşma kültürü,
- Anlaşma ve çözüm kültürü,
- Güven kültürü,
- İletişim kültürü,
- Hızlı değişim ve düzensizlik (kaotik düzen) kültürü,
- Karşılıklı kazanç (kazan – kazan) kültürü,

Bu kültürel temeller üzerine inşa edilen yeni tip (sanal) işletmeler, geleneksel tip işletmeleri de bu kültürel temeller üzerinde yapılanmaları yönünde hızla dönüşüme zorlamaktadırlar. Sanal işletme olarak kurulan ya da sanal işletmeye dönüşümü gerçekleştirmiş işletmelerde, geleneksel orta kademe yöneticilerinin sayısı azalırken, sanal işletme kültürüne uygun yeni görev ve unvanlar oluşturulmaktadır [60]. Sanal işletme kültürü çerçevesinde işletmeler daha fazla uzmanlaşmakta, yatay ve dikey küçülmeler etkinliği artırmaktadır.

2.3 Elektronik Ticaretin Firma Çalışanları Üzerindeki Etkileri

Geleneksel sistemde çalışanların, sistemde aktif görev almaları, yönetim kademelerinde söz sahibi olmaları, üretim ya da hizmet süreçlerini etkilemelerini engelleyen yapılar oluşturulmuştur. Bu yapılara zamanla yeni teknolojik araç takviyesi yapılmış olsa da, yine de değişim ve gelişimin önünde en büyük engelleri oluşturdular [13]. Bu yapılarda görevli çalışanlar da değişimin ve gelişimin karşısında ki engellerden birini oluşturdular.

Geleneksel sistemde çalışanların geleneksel çalışma metotlarının değişimine karşı direnmelerinin temel nedeni; mevcut çıkarlarını korumaktır (Cerf, 1998: 229). Her değişimde olduğu gibi, elektronik ticaret modelinin getirdiği değişimde, özellikle yaygınlaşmaya başladığı dönemde, çalışanların belli bir direnciyle

karşılaşmaktadır. Değişimden faydalanacak olan; bu modelde görev alabilecek yeterlilikte bulunan az sayıdaki çalışan, değişimi koşulsuz desteklemektedir. Geleneksel sistemle geçinen ve zenginleşen büyük çoğunluk ise değişime karşı direnmektedir (Cerf, 1998: 230).

Günümüz dünyasında rekabetin artması ve elektronik ticaret modelinin uygulayan ülkelere büyük avantajlar sağlaması, çalışanlar başta olmak üzere, toplumsal değişimi zorunlu kılmaktadır. Artık bu değişime direnmek, ülkenin varlığını ve kalkınmasını tehlikeye atabilecek bir yıkıcılık yapmaktadır (59]. Bir çok ülke tarafından bu gerçeğin anlaşılması; ülkelerde, iş yaşamındaki değişim ve dönüşüm ile iş gücünün yeterliliğinin artırılması, özel sektör ile devletin birlikte planlayarak, etkin hale getirebilecekleri bir alan olarak kabul edilmesini sağlamıştır.

Bu çerçevede elektronik ticaret modelinin uygulanması için çalışanlar başta olmak üzere insan kaynaklarını geliştirici planları uygulamaya koymaları elektronik ticaret modelinin hızla yaygınlaşmasına ve çarpan etkisiyle büyümesine neden olmaktadır. Elektronik ticaretinin hızlı yaygınlaşması ve önemli oranlarda büyümesi ise çalışanları büyük oranda etkilemektedir. Bu etkiler ise genel olarak şu şekilde sıralanabilir (Castells, 2002: 217) / [60];

- Çalışanların; elektronik ticaret altyapısını kullanabilecek beceri ve eğitim programlarından geçmesini gerekli kılmakta,
- Bütün çalışanların bilgisayar okur-yazar olmalarını sağlamakta,
- Çalışanların eğitiminin yaşam boyu olmasını gerektirmekte,
- İşgücünün çok yönlü beceri geliştirmesi ve kendilerini geliştirmelerini zorunlu kılmakta,
- Çalışmaların iş yerleri ile sınırlanmasını kaldırmakta, evde eğlencede, tatilde de iş yapılabilir hale getirmekte,

- Zaman kavramını ortadan kaldırarak, mesai anlayışını değiştirmekte,
- Çalışana saygı ortamı oluşturarak, çalışanların da karar verme mekanizmalarına katılımcı olacak ortamı yaratmakta,
- Çalışanın yaratıcılık gücünü geliştirmekte ve deneysel çalışma imkanı vermekte,
- Çalışanları yetenekleri ve bilgileri çerçevesinde “beceri kategorileri” altında toplamaktadır.

Elektronik ticaret modeli çalışanlar üzerindeki bu etkileri yanında işgücü piyasasına yönelik olarak yeni gelişmelere de ortam hazırlamaktadır. Bu çerçevede; işgücü piyasasına yönelik olarak beceri değerlendirme, çözümleme ve eğitimi konularında uzmanlaşma, derecelendirme ve geliştirme alanlarında yeni sektörlerin gelişmesini sağlamaktadır.

2.4 Elektronik Ticaret Kullanımının Etik İlkelerine (Ticaret Ahlakına) Etkileri

Elektronik ticaret modeli uygulamasının hızı, yoğunluğu ve yaygınlığı, toplumsal hayatı çok boyutlu ve derinlemesine etkilemiştir. Bu gelişmeler toplumsal hayata çok önemli ve olumlu katkılar sağlarken, bazen de yeni sorunların oluşmasına neden olabilmektedir. Bu sorunlar genel olarak şu başlıklar altında toplanabilir (Dedeoğlu, 2003: 45);

- Bilgiden doğan haklar, bilgiye yönelik haklar, özel hayatlar ve mahremiyet gibi konularla ilgili sorunlar,
- Güvenlik (çalışma güvenliği) sorunu,
- Yaşam niteliklerindeki (işini kaybetme, geliri azalma, teknolojiye uyum sağlayamama, demokratik algılamada, ve benzeri konularda ki) değişim,

- Fikri mülkiyet haklarıyla ilgili sorunlar, kaliteli ve toplum yararına sistemler oluşturma sorumluluğunda yaşanan zafiyetler (kötü niyetle geliştirilen virüs yazılımları gibi).

Elektronik ticaret uygulaması ve internetin yaygınlaşmasıyla birlikte ortaya çıkan bu sorunların, etik anlayış ve değerlerin toplumsal değerler olarak benimsenmesiyle önemli oranda çözülebileceği görüşü yaygındır (Töreci / kesmez / Üney, 2001: 76)

Elektronik ticaret uygulaması, toplumsal kalkınmanın sağlanmasında çok önemli fırsatlar sunmaktadır. Şayet bu model, etik bir yaklaşımla ve etik ilkeler doğrultusunda geliştirilir ve kullanılırsa, büyük bir dönüşüm yaşanabilecektir [37]. Elektronik ticaret modelinin uygulanmasıyla, yıllardır süregelen sorunlar çözülerek, ekonomik kalkınma ve bilgi toplumuna dönüşüm gerçekleştirilebilecektir. Etik ilkelerinin önemli etkilerinin olduğu bu ekonomik ve toplumsal dönüşümle, refahı artmış bir toplumsal yaşam sağlanabilecektir.

Geleneksel ekonomide ticaret ahlakı ya da ticaretin etik ilkeleri denilen olgular elektronik ticaret uygulaması ile teknik özellikleri gereği büyük değişime uğramış ve yeniden oluşturulmuştur. Elektronik ticaret modeli uygulaması çerçevesinde yeniden oluşturulan etik ilkeler, (Ticaret Ahlakı boyutu) şu başlıklar altında toplanabilir (Türkiye Bilişim Şurası Sonuç Raporu, 2002: 334-335);

- **Toplama Sınırlaması:** Kişisel veriler, kanunlara uygun ve adil olarak, veriye konu kişinin bilgisi ve rızası dahilinde toplanmalıdır.
- **Veri Kalitesi:** Kişisel veriler, verilerin kullanılacağı amaca uygun olarak toplanmalıdır. Veri güncel tam ve doğru olmalıdır.
- **Amacın Belirtilmesi:** Verilerin toplanması öncesinde verinin toplanma amacı açıkça belirtilmeli ve veri sadece belirtilen amaca yönelik olarak kullanılmalıdır.

- **Kullanım Sınırlaması:** Toplanan veriler ifşa edilmemeli ve toplama amacı dışında bir amaca yönelik kullanılmamalıdır.
- **Güvenlik Kuralları:** Kişisel veriler yetkisiz erişimi, verinin imhasını, değiştirilmesini veya ifşasını engelleyecek güvenlik önlemleri ile korunmalıdır.
- **Açıklık:** Veriyi kontrolü altında bulunduran kişi veya kurumun kişisel verilerin varlığı ve kullanımı hakkında bilgiye erişimi açık tutması gerekmektedir.
- **Kişisel Katılım:** Kişi, verinin kontrolünü üstlenen kişi veya kuruma başvurarak, verinin yanlış olduğu durumlarda veriyi düzeltme hakkına sahiptir.
- **Sorumluluk:** Verinin kontrolünü elinde bulunduran kişi veya kurum, belirtilen kurallara uymakla yükümlüdür.

Elektronik ticaret modelinin uygulanması ile yeniden oluşan bu temel etik değerler, ekonomik hayatta meydana gelebilecek sorunların tek, doğru, kesin ve tam çözümlerini sağlamayabilir. Ancak, bu etik değer ve ilkelerin, gerek kurumsal bazda gerekse bireysel bazda benimsenmesi, bir çok olumsuz durumun hiç oluşmaması ya da bertaraf edilmesini sağlayacaktır. Elektronik ticaret modelinin uygulanması ile yeniden oluşan bu temel etik değerlerin hem kurumsal bazda hem de bireysel bazda benimsenmesini sağlayacak çalışmalar yapılmalıdır. Bu çalışmalar ise ana başlıklar altında şu şekilde belirtilebilir (Dedeoğlu, 2003: 45-46);

- Ticari etik ilkelerinin benimsenmesi ve yaygınlaştırılması için devlet ve özel sektör, birlikte uygulayabilecekleri politikalar oluşturmalıdır. Meslek örgütleri ve sanal işletmeler, meslek etik ilkeleri oluşturmalı, duyurmalı ve bunu yaygınlaştırmak için çalışmalıdır. Bu çalışmalar, hem elektronik ticaret modeline, hem de işletmenin kendisine güveni artıracak, uzun vadede işlemenin de yararına olacaktır.

- Teknolojinin tüm imkanlarından faydalanılarak güvenli sistem kurma çalışmaları yapılmalıdır.
- Devlet tarafından yasal düzenlemeler yapılmalıdır. Tüketicilere ve işletmelere yasal koruma sağlanmalı, haksız fiil sonunda gereken kararlar verilmelidir.
- Bu etik ilkelerin benimsenmesi ve yaygınlaştırılması üniversiteler başta olmak üzere ilgili okullarda ve eğitim kurumlarında derslerin konularını oluşturmaktadır.

2.5 Elektronik Ticaret Kullanımının İnsan İlişkilerine Etkisi

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin sağladığı imkanlar sayesinde gerçekleşen elektronik ticaretin, sanayi toplumundan bilgi toplumuna dönüşümü sağlaması, aslında toplumdaki bireylerin de sosyal hayatlarında büyük bir dönüşüm yaşamaları anlamına gelmektedir. Diğer bir deyişle; elektronik ticaret modelinin yaygınlaşması, bireylerin sosyal hayatlarını çok yönlü olarak etkilemiştir [60]. Bu etkiler; bireylerin iş yaşamlarından eğitimlerine, kültürel gelişimlerinden özel hayatının gizliliğine, diğer insanlarla iletişim kurma şekline aile hayatındaki ilişkilerine kadar hemen hemen her alanda görülmektedir.

Elektronik ticaret kullanımının bireyin sosyal hayatına ve insan ilişkilerine, bazı olumsuz etkileri olmakla birlikte genelde olumlu etkileri olduğu gözlemlenmektedir. Elektronik ticaretin yaygınlaşması, eğitim durumu düşük bireylerin iş yaşamında, işini kaybetme riski oluşturabilirken, eğitim durumu yüksek ve gerekli bilgiyle donanmış bireylerin iş yaşamında, çok güzel olanaklara kavuşmasını sağlayabilmektedir [35].

Bireyler gerekli bilgi ve yeterlilikle donandıklarında, elektronik ticaret modeli bireylerin yaşam standartlarını önemli ölçüde artırmaktadır. Bireylerin gerekli bilgi ve yeterlilikle donanmaları için; gerekli sosyal ve teknik altyapı hazırlanması, gerekli eğitim politikaları oluşturulup uygulanması, geleneksel okur

yazarlıktan bilgisayar okur yazarlığına geçilmesi temel şartları oluşturmaktadır (Bozkurt, 2000: 74). Bu çerçevede elektronik ticaret modelinin uygulanması, kısa vadede, bazı iş kollarının ortadan kalkmasının da etkisiyle, bireylerin işlerini kaybetme riski oluşturmalarına rağmen, uzun vadede istihdamı artıracığı için bireylerin refah seviyesini yükseltici etki yapacaktır.

Elektronik ticaret modelinin sağladığı imkanlar çerçevesinde; yerinden alışveriş, yerinden bankacılık, işe gitmeden evde çalışma ve benzeri kullanımlar, insanın sosyal hayatını etkileyen unsurları oluşturmaktadır [63]. Bu imkanlar aslında insanlara, başka işler yapmak için zaman kazandırmaktadır. İnsanlar, daha önce çok yoğun geçen gündelik hayatlarında yapamadıkları aktiviteleri, elektronik ticaret sayesinde yapabilmekte, kendilerine daha çok zaman ayırmaktadırlar (Yalın, 2003: 60). Değişik ilgi alanlarına ilginin artmasını sağlayarak sosyalizasyonun artmasını sağlamaktadır.

Elektronik ticaret ve bilgi iletişim teknolojileri kullanımının yaygınlaşması, toplumun sosyolojik yapısını etkilemekte ve farklılıklar yaratmaktadır. Sohbet ve iletişim ortamlarının sağladığı imkanlar ile, insanları arasındaki iletişim gelişmektedir. İnsanların tanışması, dünyanın farklı yerindeki insanlar arasında dostlukların oluşması, sosyal ve kültürel faaliyetlere ulaşımın kolaylaşması, sosyal ilişkilerin ve sosyalizasyonun gelişmesi elektronik ticaretin bireyin sosyal hayatına katkıları olarak kabul edilmektedir [64].

Bu gelişmelerin karşıtı olarak; bazı bireyler birebir iletişim yerine sadece sanal ortamda iletişim kurmayı tercih etmekte, komşuları, ailesi ya da yakınları yerine, sanal arkadaşlığa ağırlık vermekte ve toplumdaki uzaklaşmakta gibi olumsuz örnekler de görülebilmektedir (Şentürk, 2003: 48). Yine bu çerçevede; elektronik ticareti kullanan insanları takip etmek çok kolay hale gelmiştir. Bilgi ve iletişim teknolojileri ile ailelerin aile bireylerini izlemeleri, işverenlerin çalışanlarını izlemeleri, işletmelerin müşterilerini izlemeleri çok kolay hale gelmiştir. Bu imkanlar, insanların kendi istekleri dışında, kendileri hakkında bilgi toplanması ve izlenmesi hatta kişilikleri hakkında analiz yapılması içinde kullanılabilir

(Topçuoğlu, 2001: 39). Bu durum ise; insanın özel yaşamına müdahale olarak algılanabilmekte ve rahatsızlık yaratmaktadır. Ancak her şeye rağmen bu süreç, yeni ve halen yaşanmakta olan bir süreç olduğu için gelişimi ve etkileri incelenmeye ihtiyaç duymaktadır.

Elektronik ticaret modelinin uygulanması ve yaygınlaşması, bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımının toplum tarafından benimsenmesi, elektronik devlete dönüşümünün gerçekleşmesi insanların yaşam tarzlarını ve insanlar arası ilişkileri etkilemekte, biçimlendirmekte, yönlendirmekte ve yeniden yapılandırmaktadır [50]. Bu çerçevede yeni bir kuşak oluşmaktadır. Artık, bireylerin yaşamını , insanlar arası ilişkileri, toplumun sosyal yapısını, insan yaşamının sosyal boyutunu değerlendirirken geleneksel anlamda değil, değiştiği anlamda değerlendirmek daha faydalı olacaktır.

3. ELEKTRONİK TİCARETİN SİYASAL ETKİLERİ

Bilgi ve iletişim Teknolojilerinin gelişmesi sonucu elektronik ticaretin yaygınlaşmasının, hem ulusal hem de uluslararası bazda siyasal etkileri olmuştur. Diğer bir değişle; elektronik ticaret, uluslararası bazda belirgin bir değişim sürecinin yaşanmasına neden olmuştur (Enformasyon ve Dokümantasyon Müdürlüğü, 2002: 14). Kalkınmayı ya da büyümeyi hedeflemiş ülkeler bilgi ve iletişim teknolojilerine büyük oranda yatırımlar yapmış; elektronik ticaret uygulamasını yaygınlaştırmayı hedeflemişlerdir (Türkiye Ulusal Raporu, 2002: 100). Ülkelerin, bilgi ve iletişim teknolojilerine yatırım yaparak, ülkelerinde elektronik ticaret kullanımını yaygınlaştırmaları; uluslararası alanda, ekonomik ve siyasal kararlarda söz sahibi olmalarını, siyasal ve ekonomik güçlerini artırarak rekabet edebilirlik imkanlarını artırmalarını, büyüme (veya kalkınmışlık) düzeyini yükseltmelerini sağlamıştır (Waller/Livesey/Edin, 2001: 138).

Ulusal düzeyde ele alındığında ise; elektronik ticaret, ülkelerin ekonomik yapılarını etkilediği gibi siyasal yapı ve politikalarını da etkilemiştir. Elektronik

ticaret modelinin benimsenmesi ve uygulanmasının yaptığı siyasal etkiler, ana başlıklar altında şu şekilde sıralanabilir (Waller/Livesey/Edin, 2001: 138);

- Elektronik ticaret, ülkede, elektronik devlete dönüşümü zorlamakta ve elektronik devlet yapılanmasını ve dönüşümü hızlandırmakta,
- Bütün toplumsal alanlarda, şeffaflaşma yönünde baskı oluşmasına neden olarak, yönetimde şeffaflaşmayı mümkün kılmakta,
- Bürokrasinin olumsuzluklarını ortadan kaldırmakta, devletin ekonomik ve toplumsal kalkınma çabalarında daha etkin ve düzenleyici görev yapmasını sağlamakta,
- E-Demokrasiyi ön plana çıkarmaktadır.

3.1. Elektronik Devlet Yapılanması ve Dönüşümü Hızlandırması

Elektronik ticaret modelinin uygulanması, ülkede, elektronik devlete dönüşümün hızlanmasını sağlamaktadır. Çünkü devletin piyasalardan ve toplumdan geri kalması ekonomik ve toplumsal yaşamı olumsuz etkilemektedir (Demir, 2001: 167). Bu durum ise devleti değişime zorlamaktadır. Bu zorunluluk karşısında geleneksel devlet yapısının, elektronik devlet yapısına dönüşümü, işletmelerin ve vatandaşın etkisiyle daha da hızlanmaktadır. Burada aynı zamanda tersine bir etki de söz konusudur. Şöyle ki; elektronik devlete dönüşüm, hem bilgi toplumu yapısına dönüşümü, hem de elektronik ticaretin yaygınlaşmasını hızlandırmaktadır (Erkan, 1999: 54). Buradaki karşılıklı etkileşim, ülke kalkınmasının çarpan etkisiyle gerçekleşmesini sağlamaktadır.

3.2. Yönetimde Şeffaflaşmayı Mümkün Kılması

Elektronik devlete (E-Devlet) dönüşüm gerçekleştirildiğinde, şeffaflaşma artacaktır. Çünkü elektronik devlet yapılanması gereği devletle ilgili çok gizli

sayılacak bilgiler hariç tümü elektronik ortamlara aktarılması ve topluma duyurulmasını gerekli kılmaktadır (Enformasyon ve Dokümantasyon Müdürlüğü, 2002: 13). Böyle bir sonuç ise ister istemez şeffaflaşmayı zorunlu hale getirecektir. Elektronik ticaret modelin uygulanması ile bu şeffaflaşma daha da artacaktır (Şentürk, 2003: 49). Elektronik ticaret uygulaması özel sektör işletmelerinin iş yapabilmeleri ve güven oluşturabilmeleri için kendileriyle ilgili bir çok bilgiyi, toplumla paylaşmaları gerekmektedir. Kendileriyle ilgili gerekli bilgileri vermedikleri zaman, güven oluşumunu sağlayamayacak ve ticari işlemleri azalacaktır (Sergerie, 1999: 26). Bu tür bir baskı ilgili bilgilerin topluma sunulmasını sağlayarak şeffaflaşmayı sağlayıcı ekti meydana getirecektir.

Bu durum kamu yönetiminde de geçerlidir. Elektronik ticaret uygulaması ile kamudaki ihaleler ve bir çok ekonomik etkinlikler, elektronik ortamda gerçekleşeceği için kamuda ki ekonomik işlemlerle ilgili karar ve uygulamalarda şeffaflaşacaktır (Türkiye Ulusal Raporu, 2002: 101). Her türlü işlemin toplumun önünde açık olarak ve topluma bilgi verilerek yapılması, yönetimle ilgili kararların toplumla paylaşılması yönetimin de şeffaflaşmasını sağlamaktadır (Eryılmaz, 2002: 10). Yöneticiler ve bürokratların, bilgi ve iletişim teknolojilerinin geliştiği ve kullanımının yaygınlaştığı bir ortamda yönetimin şeffaflaşmasını engellemesi zorlaşmakta, hatta imkansız hale gelmektedir (Sergerie, 1999: 28). Bu da bilgi ve iletişim teknolojilerinin ve elektronik ticaret uygulamasının şeffaflaşmayı sağlamada zorlayıcı etkisinin olduğunu kanıtlamaktadır. Bu etkiler ise makro ölçekte ele alındığında ülke kalkınmalarına pozitif yönde etki yapmakta, kalkınma hızını artırıcı unsur olarak kabul edilmesini sağlamaktadır.

3.3. Bürokrasinin Olumsuzluklarını Ortadan Kaldırması

Elektronik devlete dönüşüm, kamu yönetiminde şeffaflaşmayı sağlarken elektronik ticaret modelinin uygulanması da ekonomik alanlarda şeffaflaşmayı sağlamaktadır (Waller/Livesey/Edin, 2001: 138). Şeffaflaşmanın artması ve bütün kamu işlemlerinin elektronik ortama aktarılması ise işlem hızını artırdığı için bir çok bürokratik işlem ya tamamen ortadan kalkmakta, ya da çok hızlı bir şekilde

bitirilmektedir. Böyle bir durum ise bürokratik işlemlerin sorun olmasını ortadan kaldırmaktadır (Eryılmaz, 2002: 11). Bir ülkede bürokratik engellerin ortadan kalkması ekonomik ve siyasal alanın daha istikrarlı yapıya kavuşmasını sağlar. ekonomik ve toplumsal kalkınma ise ancak istikrarlı bir yapıda gerçekleşebilir (Erkan, 1999: 54). Bu çerçevede; elektronik ticaret modelinin ülke kalkınmasına bu açıdan da katkı sağladığı söylenebilir.

3.4. E-Demokrasiyi Geliştirmesi

Elektronik ticaretin en önemli siyasal etkilerinden biri de E-Demokrasi oluşumuna yaptığı katkıdır. E-Demokrasinin oluşması için; elektronik ticaret uygulamasının yaygınlaşması ve elektronik devlete dönüşümün gerçekleşmesi gerekmektedir. Bu iki unsur, E-Demokrasinin temel unsurları olarak kabul edilebilir (Waller/Livesey/Edin, 2001: 138). E-Demokrasi ortamının oluşturulması ile bilgi toplumuna dönüşüm de eş zamanlı olarak gerçekleşecektir. İki olgu da birbirini hem tamamlayan parçalar konumunda bulunmakta, hem de birbirinin oluşmasında kullanılan araçları oluşturmaktadırlar.

Bu çerçevede; elektronik devlet dönüşümü ve elektronik ticaret modeli uygulaması gerçekleştirildiğinde, E-Demokrasinin fiziki unsurları oluşturulmuş olmaktadır (Şentürk, 2003: 50). E-Demokrasinin toplum tarafından benimsenmesiyle de sosyolojik altyapısı tamamlanmaktadır (Türkiye Ulusal Raporu, 2002: 100). Yasal düzenlemelerin de yapılmasıyla elektronik demokrasinin siyasal unsuru tamamlanmakta ve elektronik demokrasi için bütün şartlar yerine getirilmiş olmaktadır (Özsağır/Küllük, 2003: 567).

Elektronik demokrasinin yerleşmesi ve işler duruma gelmesinin etkileri ise ana başlıklar halinde şu şekilde belirtilebilir (Şentürk, 2003: 51);

- Toplumsal grupların toplumsal yaşama katılım düzeyleri artmaktadır.
- Toplumsal grupların karar verici mekanizmalara katılım düzeyleri artmaktadır,

- Toplumun bilgiyi okuma ve teknolojiyi kullanım düzeyleri artmaktadır.
- Bu gelişmelerin toplam etkisi ise bilgi toplumuna dönüşümü ve kalkınması sağlayıcı etki yapmaktadır.

4. ELEKTRONİK TİCARETİN TEKNOLOJİ ÜZERİNE ETKİLERİ

Elektronik ticaret modeli ile teknoloji, birbiriyle yakın ilişkili olan kavramlardır. Bu iki kavram birbirini karşılıklı ve devamlı şekilde etkileyen, verimliliği birbirine bağlı olan, birisindeki gelişme diğerinin de gelişmesine neden olan kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadırlar [54]. Öncelikle bilgi ve iletişim sektöründeki gelişmenin elektronik ticaret modelinin oluşumunu sağlaması, daha sonraki aşamalarda elektronik ticaret uygulamasının gelişmesi ve yaygınlaşmasının teknolojiyi geliştirici etki yapması şeklinde, devamlı bir etkileşim ve bu etkide devamlı bir dönüşüm meydana geldiği gözlemlenmektedir (Adrian, 2002: 2). Bu etkileşim ve dönüşüm, aşağıda detaylı olarak incelenmektedir.

Elektronik ticaret modelinin geliştirilmesi ve uygulanması, yeni bir ekonomik modelin oluşturulması ve uygulanması anlamına gelmektedir. Bu yeni model teknolojik gelişmenin bir ürünü olarak ortaya çıkmıştır (Yahyagil, 2001: 6). Bilgi ve iletişim teknolojilerinin akılcı bir yaklaşımla, ekonomik faaliyetlere uygulanması, geleneksel yapının dışına çıkılmasını sağlayarak, ekonomik ve yönetsel uygulamalara yeni bir boyut kazandırmış ve böylece elektronik ticaret modeli ortaya çıkmıştır [65]. Elektronik ticaret modelinin kullanılmaya başlaması ve yaygınlaşması işletmeler açısından değişimin ve yeniden yapılanmanın başlangıcı olmuştur. Her işletme için bu başlangıç noktası, teknolojinin örgütsel işleyişteki payı ve fonksiyonu ile doğru orantılı gerçekleşmiştir (Yahyagil, 2001: 6).

İşletmelerin genel amacı yüksek karlılık, rekabet edebilirlik özelliği kazanımı ve büyümedir. Elektronik ticaret modeli, işletmelere bu imkanları en iyi sağlayan model konumuna ulaşmıştır (Ekin, 1998: 22). Elektronik ticaret, işletmelerin ticari

faaliyetlerinde daha yüksek verim ve kar elde edebilmelerini ve bunun sonucunda da işletmelerini büyütebilmelerini mümkün kılmaktadır (Eşiyok, 2003: 57)

Ancak bu gelişim ve büyüme işlemeden işletmeye değişmektedir. Bunda işletmelerin teknoloji tercihleri, teknolojiyi edinebilme imkanları, teknolojik ve ticari bilgileri, faaliyet gösterdikleri sektörün özellikleri, teknoloji kullanım yoğunluğu, işletme personelinin teknolojileri kullanabilme bilgi ve yeterlilikleri gibi faktörler önemli rol oynamaktadır (Tapscott, 1998: 26).

Elektronik ticaret modelini kullanmayı düşünen ve geçişi planlayan işletmelerin öncelikle yukarıda sayılan faktörleri göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Bu faktörler, aynı zamanda işletmelerin kullanılacak teknolojilerin tercihlerini de etkileyecek temel kısıtları oluşturmaktadır (Canpolat, 2001: 33). İşletmelerin faaliyet gösterdikleri alanların ile ürettikleri ürün veya hizmetlerin nitelikleri de teknolojik tercihte etken olacaktır [65]. Bu teknolojik tercihlerin planlaması ve uygulanmasında kullanılacak temel araçları oluşturan bilgi ve iletişim teknolojileri üç ana kısımdan oluşmaktadır (Yahyagil, 2003: 6);

- “DONANIMLAR”
- “YAZILIMLAR - PROGRAMLAR”
- “BİLİŞİM SİSTEMLERİ” (BİLGİSAYAR BİLİMİ – BİLGİ SİSTEMLERİ) .

Elektronik ticaret modelinin uygulanmasında kullanılan bilgi ve iletişim teknolojilerinin fiziki kısmını oluşturan araç ve ayıtlara donanımlar; donanımlarda kullanılmak üzere geliştirilen programlara ise yazılımlar denilmektedir. Yazılım ve donanımların bir araya getirilerek etkin şekilde kullanılmasıyla da oluşturulan çalışma düzeneği ise bilgi sistemleri olarak tanımlanmaktadır [43]. Elektronik ticaret modelini oluşturan ve uygulamasının gerçekleşmesini sağlayan bilgi sistemleri ise beş başlık altında toplanabilir (Yahyagil, 2003: 7);

- İletişim Sistemleri

- Ticari İşlemler Sistemi
- Karar Destekleme Sistemleri
- Yönetmel Bilişim Teknolojileri Sistemleri
- İdari Destek Sistemleri

Bu nedenle; elektronik ticaret modelini uygulayarak sanal işletme şeklinde yapılanacak işletmelerin yukarıda belirtilen sistemler çerçevesinde yapacakları; teknolojik tercihleri ve teknoloji planlaması, işletme açısından yaşamsal önem taşımaktadır [65].

İşletmelerin büyüklükleri; ürettikleri ürün ve hizmetlerin fiziki ve parasal büyüklükleri, ürünlerin fiziki özellikleri, çalışanların sayısı, çalışanların teknoloji kullanımı konusundaki bilgi ve yeterlilikleri gibi faktörler, işletmelerin teknolojik tercihlerini belirleyecektir (Kırçova, 2002: 14). Örneğin; teknolojik bilgi ve yeterliliği yüksek olan bir çalışana işlem hızı düşük olan bir işlemciye sahip bir bilgisayarın tahsis edilmesi verimsizliğin nedeni olabilecek uygun olmayan bir tercihi yansıtmaktadır. Tersine bir örnekte de; teknolojik bilgi ve yeterliliği olmayan bir çalışanı, ve sanal işletmenin vitrini sayılan site oluşturmakla görevli web tasarımı bölümünde çalıştırılması işletmenin büyük zarar görmesine neden olacaktır (Çığ, 2002: 2). İlk kurulum aşamasında yapılacak yanlış tercihler, işletmenin verimliliğini, rekabet edebilirlik gücünü, etkinliğini, karlılığını ve varlığını sürdürebilmesini olumsuz etkileyen en önemli faktördür. Bu olumsuzlukların oluşmaması, teknoloji planlamasını gerektirmektedir [66].

Bilgi ve iletişim teknolojileri, elektronik ticaret modelinin uygulanmasını ve kullanımını bu şekilde çok yönlü olarak etkilerken, elektronik ticaret de teknolojik gelişmeyi etkilemekte ve teşvik etmektedir (Canpolat, 2001: 83). Elektronik ticaret modelinin kullanılması ve yaygınlaşması, yeni kanallar (ağlar), yeni pazarlar ve yeni yöntemler oluşturmuştur (Kırçova, 2002: 13). Elektronik ticarete bağlı olarak meydana gelen her yenilik, yeni teknolojik gelişmelerin de temelini

oluşturmaktadır. Makro ölçekte ele alındığında; elektronik ticaretin kullanımı ile sağlanmış olan katma değer, yeni teknolojilerin geliştirilmesi için yapılan çalışmalara aktarılmakta, bu da teknolojik gelişmenin hem hızlanmasını hem de önemli sayılabilecek bir çeşitlilikte olmasını sağlamaktadır (Çığ, 2002: 4).

Elektronik ticaretin sağlamış olduğu yeni kanalların ilk aşamasını; telematik servisleri, elektronik fon transferleri, elektronik veri transferleri oluşturmaktadır. Elektronik ticaretin sonraki aşamalarını ise; elektronik ağlar üzerinden PC'ler üzerinden yapılan elektronik ticaret, mobil ticaret ve her yerden ticaret olarak isimlendirilen elektronik ticaret şekilleri geliştirmiştir (Kırçova, 2002: 13). Tüm bu gelişmeler, önce teknolojinin elektronik ticaret uygulamasını mümkün kılmasıyla başlamış, daha sonra elektronik ticaretin teknolojinin gelişmesini teşvik etmesiyle teknolojiyi geliştirmiştir. Gelişen teknolojiler ise elektronik ticaretin bir sonraki uygulamasını ortaya çıkarmıştır [66].

Elektronik ticaret ile bilgi ve iletişim teknolojilerinin bu kadar iç içe girmesi ve bu kadar yoğun şekilde birbirlerini etkilemeleri hem ürün yeniliğini hem de süreç yeniliğini sağlamaktadır (Eşiyok, 2003: 57) Ürün ve süreç yenilikleri; etkinliği ve istihdamı artırıcı, verimliliği yükseltici, ekonomik büyümeyi sağlayıcı etkiler meydana getirmektedir.

Elektronik ticaret modelinin kullanımın yaygınlaşması bilimsel ve teknik bilgilere ulaşımı kolaylaştırmakta, bilginin verimli, etkin, yaygın iletilmesine, bilginin toplusallaşmasına ve eğitim seviyesinin yükselmesine, gerekli teknolojinin üretilmesi veya transfer edilmesine katkı sağlamaktadır. (Çığ, 2002: 5) Bu etkiler ise toplumsal kalkınmanın unsurlarını oluşturmaktadır (Yahyagil, 2001: 5). Bu çerçevede sonuç olarak denilebilir ki; elektronik ticaret, ulusal kalkınmayı sağlayıcı en önemli unsurlardan biri haline gelmiş, hatta dünya ekonomisinin geleceğini belirleyecek bir etkinliğe ulaşmıştır.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM



ELEKTRONİK TİCARETİN ÜLKE EKONOMİLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

ELEKTRONİK TİCARETİ YAYGIN OLARAK KULLANAN ÜLKELERİN EKONOMİLERİ ÜZERİNDEKİ ETKİLERİNİN İNCELENMESİ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin en etkin ve işlevsel araçlarından biri olarak kabul edilen internet; işletmelere, geleneksel ticaret faaliyetlerinin gerçekleştiği alan içinde kendi olanaklarıyla ulaşamayacakları bilgilere ulaşabilme, mevcut veri ve bilgiyi sunma, bilgi değişimini kolaylaştırma, rekabetçi olma, iş istihbaratı yapma, müşteriye daha hızlı ve daha iyi hizmet sunma, elektronik ortamda ticaret yapabilme olanakları sağlamaktadır (Özgener, 2004: 8). Elektronik ticaret kullanımıyla oluşan bu ortam da, küçük işletmelerin büyük işletmelerle aynı zeminde faaliyet gösterebilmesini mümkün kılmaktadır (Shapiro, 1999: 3).

Geleneksel ticaret uygulaması ile elektronik ticaret uygulaması karşılaştırıldığında; yeni işletmelerin faaliyete başlayabilmesi için daha az bir başlangıç sermayesi yeterli olmakta ve yeni bir iş yeri edinmenin maliyeti oldukça düşük kalmaktadır (Tiessen, 2001: 212). Ayrıca; elektronik ticaret kullanımıyla işlem maliyetlerinin azalması, yeni ve uluslararası pazarlara girişin kolaylaşması, küçük işletmelerin büyük işletmelerle rekabet edebilir duruma gelmesi, yeni rakiplerin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Dilenge, 2003: 5). Elektronik ticaret uygulamasının verimlilik, etkinlik ve karlılığı artırması, işletmeler tarafından daha çabuk benimsenmesini sağlamakta ve geniş alanlara yayılmasına neden olmaktadır.

Elektronik ticaret modelinin işletmeler tarafından kullanımının yaygınlaştırılması, işletmelerin hem ulusal hem de uluslararası alanda yeni ve küresel pazarlara ulaşabilmelerini mümkün kılmaktadır. Mikro ölçekte gerçekleşen bu durum, makro ölçekte de geçerlidir (Dilenge, 2003: 6). Gelişmiş veya gelişmekte olan ülkeler de aynı küçük-büyük işletmeler gibi bir durumla karşı karşıya kalmaktadırlar. Gelişmekte olan ülkeler, elektronik ticaretin sağladığı imkanlar sayesinde, gelişmiş ülkeler ile rekabet edebilme şansını yakalamaktadırlar (Tiessen, 2001: 213). Bu çerçevede; ister gelişmiş olsun, ister gelişmekte olan ülke olsun; elektronik ticaret modelini uygulayan ülkelerin ulusal ekonomileri, rekabetçi bir

yapı kazanmakta ve uluslararası pazarlarda rekabet edebilme gücünü artırmaktadır (Dilenge, 2003: 6).

Çalışmanın bu bölümünde, ülkelerin ekonomik verilerinden faydalanarak elektronik ticaret modeli uygulamasının; gelişmiş ülke ekonomilerine büyümeyi artırıcı yönde, gelişmekte olan ülke ekonomilerine de kalkınmayı sağlayıcı yönde önemli katkıları olduğunu savunan tezin, doğruluğu ve geçerliliği kanıtlanmaya çalışılmaktadır.

Burada, internet kullanımının yaygınlaşmasının elektronik ticaret kullanımını da yaygınlaştıracığı gerçeğinden hareketle; öncelikle internetin dünyada kullanım ve yaygınlık oranları birinci kısımda ele alınmaktadır. Gelişmiş ülkelerin elektronik ticaret kullanımı sonucu nasıl ve ne yönde etkilendiği ikinci kısımda, elektronik ticaret modelini kullanarak gelişen ülkeler üçüncü kısımda, gelişmekte olan ülkelerin elektronik ticaretten nasıl ve ne oranda etkilendiği ise dördüncü kısımda incelenmektedir.

1. DÜNYADA İNTERNETİN KULLANIMI VE YAYGINLAŞMASI

İnternet kullanıcı sayıları; ülkeler arasında farklılık göstermekle beraber, globalleşen ve teknolojik anlamda süratle gelişen dünyada gittikçe artmaktadır. İnternetin kullanıcı sayısı arttıkça hemen her olguyu kapsayarak, içerdiği bilgileri ve ekonomik etkinlikleri arttıran ve her geçen gün büyüyen küresel bir sanal pazara dönüşmektedir [68]. Günümüzde, artık elektronik ticareti geliştiren temel araç olarak kabul edilmektedir. Yapılan araştırmalar göstermektedir ki; ülkelerde internet kullanıcı sayısı arttıkça elektronik ticaret kullanımı da artmaktadır [74]. Aynı şekilde, elektronik ticaret kullanımı yaygınlaştıkça internet kullanıcı sayısı da artmakta, dolayısıyla, ülkelerde elektronik ticaret kullanım oranı ile internet kullanım oranı arasında paralellik olduğu görülmektedir (Özgener, 2004: 8).

İnternet bu şekilde hem elektronik ticaretin gelişmesini etkileyen, hem de elektronik ticaret uygulamasının gelişmesinden etkilenen bir araç özelliği göstermektedir. Bu çerçevede internet elektronik ticaret üzerindeki etkisinden

dolayı, ülkelerin kalkınmalarını ve ekonomik büyümelerini en çok etkileyen araçlardan biri olmak üzeredir. Bunlardan dolayı internetin hem ulusal düzeyde hem de uluslar arası düzeyde incelenmesi ve ele alınması, çalışmanın doğru bir şekilde analiz edilebilmesinde önem taşımaktadır. Buna dayanarak, 1995 yılından günümüze kadar olan kullanıcı sayısı ile dünya nüfusu karşılaştırıldığında aşağıdaki verilere ulaşılmaktadır [74].

Tablo 1: 1995'ten Günümüze İnternet Kullanıcı Sayısı

TARİH	KULLANICI SAYISI	DÜNYA NÜFUSU (%)
Aralık, 1995	16.000.000.-	0.4 %
Aralık, 1996	36.000.000.-	0.9 %
Aralık, 1997	70.000.000.-	1.7 %
Aralık, 1998	147.000.000.-	3.6 %
Aralık, 1999	248.000.000.-	4.1 %
Mart, 2000	304.000.000.-	5.0 %
Temmuz, 2000	359.000.000.-	5.9 %
Aralık, 2000	451.000.000.-	7.4 %
Mart, 2001	458.000.000.-	7.6 %
Haziran, 2001	479.000.000.-	7.9 %
Ağustos, 2001	513.000.000.-	8.6 %
Nisan, 2002	558.000.000.-	8.6 %
Temmuz, 2002	569.000.000.-	9.1 %
Eylül, 2002	587.000.000.-	9.4 %
Mart, 2003	608.000.000.-	9.7 %
Eylül, 2003	677.000.000.-	10.6 %
Ekim, 2003	682.000.000.-	10.7 %
Aralık, 2003	719.000.000.-	11.1 %
Şubat, 2004	745.000.000.-	11.5 %
Mayıs, 2004	757.000.000.-	11.7 %
Eylül, 2004	800.000.000.-	12.5 %

Kaynak: <http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm>, Erişim; 06.09.2004.

İnternet, elektronik ticaret uygulamasının yaygınlaşmasında en önemli araç olma rolünü üstlenmiş, ulusal ve uluslararası ekonomik yapıları değiştirmiş ve büyük gelişmelerin yaşanmasını sağlayarak artan oranda önemini ortaya koymuştur [78]. Elektronik ticaret uygulamalarının, 1995 yılında ilk sanal işletmenin kurulmasıyla birlikte başladığı kabul edilmekte [62] ve bu yıldan itibaren internet verileri incelemeye tabi tutulmaktadır.

1995 Yılında 16 milyon olan internet kullanıcı sayısı, Eylül 2004 itibarıyla 800 milyona ulaşmıştır. Bu oran dünya ölçeğinde analiz edildiğinde; 1995 yılında dünya nüfusunun % 0,4'ü internete bağlanırken, Eylül 2004 tarihinde Dünya nüfusunun % 12,5'u internete bağlanmaktadır [74]. İnternete bağlantı oranının (internet kullanıcı sayısının) bu kadar kısa sürede, bu oranda artış göstermesi, dünya ölçeğinde hızla büyüyen elektronik ticaret modelinin uygulanmasına verilen önemin kanıtı olarak kabul edilmektedir [79].

Dünyadaki internet kullanım oranları ve yaygınlık durumunun nerelerde yoğunlaştığını analiz edebilmek için kıtalar arasındaki kullanım oranlarını nüfus ile karşılaştırmak-inceleme faydalı olacaktır [78]. Dünyadaki (Kıtalardaki oranları gösterecek şekilde) internet kullanıcı sayısı ve genel nüfus içerisindeki yerini; son senelerdeki kullanıcı sayısındaki yüzdelik artışı ve kullanım yaygınlığının nüfusa oranı ile dünyadaki yüzdelik dilim içerisindeki payını aşağıdaki tablo yardımı ile açıklamak mümkündür [75].

Tablo 2: Dünya İnternet Kullanımı ve Nüfus İstatistikleri

DÜNYA İNTERNET KULLANIMI VE NÜFUS İSTATİSTİKLERİ						
Dünya Bölgeleri	Nüfus (2004 Tahmini)	İnternet Kullanıcı Sayısı, (2000 Yılı)	İnternet Kullanıcı Sayısı Son Veriler 2004	Kullanıcı Artışı % (2000-2004)	Kullanım Yaygınlığı (% Nüfus)	Dünyadaki %'lik Dilim
Afrika	893,197,200	4,514,400	12,786,100	183.2 %	1.4 %	1.5 %
Asya	3,607,499,800	114,303,000	256,454,536	124.4 %	7.1 %	32.1 %
Avrupa	730,894,078	103,096,093	224,462,968	117.7 %	30.7 %	28.1 %

Orta Doğu	258,993,600	5,284,800	16,843,900	218.7 %	6.5 %	2.1 %
Kuzey Amerika	325,246,100	108,096,800	222,956,690	106.3 %	68.6 %	27.9 %
Latin Amerika / Karayipler	541,775,800	18,068,919	50,749,374	180.9 %	9.4 %	6.3 %
Okyanusya	32,540,909	7,619,500	15,786,930	107.2 %	48.5 %	2.0 %
DÜNYA TOPLAMI	6,390,147,487	360,971,012	800,040,498	121.6 %	12.5 %	100.0 %

Not: İnternet kullanımı ve nüfus istatistikleri 1 Eylül 2004 tarihi itibarıyla güncellenmiştir.

Kaynak: <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>, Erişim; 06.09.2004.

Tablo 2’de, 2000 - 2004 yılları arasındaki dönemde, hemen hemen bütün kıtalarda internet kullanıcı sayısında bir mislinden fazla artış olduğu görülmektedir. Kıtalar arası değerlendirme yapıldığında; internet kullanımı 2000 - 2004 yılları arasında en çok artışın görüldüğü kıtalar oransal olarak sırasıyla; Afrika, Orta Doğu, Latin Amerika şeklinde sıralanmaktadır. Fakat bu bölgeler, nüfusa göre kıyaslandığında çok küçük değerler ile karşılaşılmaktadır. Afrika’da nüfusun ancak % 1,4’ü, Orta Doğuda % 6,5’u, Latin Amerika / Karayipler’de % 9,4’ü internet kullanmaktadır. Bu oranlar, nüfus başına düşen kullanıcı ortalaması olan %12,5’in altında bulunmaktadır. Yine bu kıta / bölgeler Dünya’daki kullanıcı yüzdelik dilimde Afrika %1,5 Orta Doğu % 2,1 Latin Amerika / Karayipler % 6,3 gibi oldukça düşük oranlarda bulunmaktadır [75]. Bu kıta / bölgelerde yer alan ülkelerde bilgi ve iletişim teknolojileri kullanımı en alt seviyelerde bulunmaktadır. Ayrıca bu ülkelerde elektronik ticaret uygulamalarının yaygınlaşmamış olduğu da gözlemlenmektedir [62]. Bu kıta / bölgelerde internet kullanıcı sayısındaki artışın yüksek olmasının nedeni; kullanıcı sayısının düşük olmasından kaynaklanmaktadır. Kullanıcı sayısında küçük çaplı bir yükseliş, düşük olan oranı daha çabuk etkilediği için oranlar yüksek çıkmaktadır [78].

Tablo 2 incelendiğinde; nüfusa göre oranlandığında Avrupa ve Kuzey Amerika’nın en yüksek kullanım seviyelerinde bulunduğu görülmektedir. Dünya’daki internet kullanıcı sayısını veren yüzdelik dilimde ise; Asya % 32,1’lik dilim ile ilk sırada yer almaktadır. Avrupa % 28,1 ile ikinci, Kuzey Amerika %

27,9'luk dilim ile üçüncü sırada yer almaktadır [75]. Bu üç kıta / bölgelerde bilgi ve iletişim teknolojilerini en yoğun kullanan ülkeler yer almaktadır. Bu ülkeler aynı zamanda elektronik ticareti en çok kullanan ülkelerdir [80].

İnternet kullanımının en yaygın olduğu ülkeler incelendiğinde ve kullanım yoğunluğuna göre bir sıralama yapıldığında ise; internet kullanıcı sayısı ile 2004 yılının tahmini nüfus sayıları karşılaştırılabilir. Buna bağlı olarak internetin yaygınlığı ve dünyadaki kullanıcı sayısı, yüzdelik dilimler halinde istatistiksel olarak incelenebilmekte ve ülkelere göre elektronik ticaret kullanım yaygınlığı ve mevcut potansiyel tespit edilebilmektedir.

Tablo 3: Dünyada İnternet Kullanım Yaygınlığının En Çok Olduğu İlk 20 Ülke

İNTERNET KULLANIM YAYGINLIĞININ EN ÇOK OLDUĞU 20 ÜLKE				
Sıra	Ülke veya Bölge	Kullanım Yaygınlığı (% Nüfus)	İnternet Kullanıcıları (Son Veriler)	Nüfus (2004 Tahm.)
1	İsveç	74.6 %	6,722,562	9,010,700
2	Hong Kong	72.5 %	4,878,713	6,727,900
3	A.B.D.	69.0 %	202,452,190	293,271,500
4	İzlanda	66.6 %	195,000	292,800
5	Hollanda	66.5 %	10,806,328	16,254,900
6	Avustralya	65.9 %	13,359,830	20,275,700
7	Kanada	64.2 %	20,450,000	31,846,900
8	Danimarka	62.5 %	3,375,850	5,397,600
9	Güney Kore	62.4 %	30,670,000	49,131,700
10	Singapur	60.0 %	2,100,000	3,499,500
11	İsviçre	59.6 %	4,432,190	7,433,000
12	Birleşik Krallık	58.5 %	34,874,492	59,595,900
13	Almanya	57.1 %	47,182,668	82,633,200
14	Bermuda	54.2 %	34,500	63,600
15	Japonya	52.1 %	66,548,060	127,853,600
16	Yeni Zelanda	52.0 %	2,110,000	4,059,900
17	Tayvan	51.1 %	11,602,523	22,689,300

18	Finlandiya	50.7 %	2,650,000	5,231,900
19	Norveç	50.0 %	2,288,000	4,577,500
20	İtalya	49.3 %	28,610,000	57,987,100
Kullanım Yaygınlığındaki İlk 20 Ülke		61.3 %	495,342,906	807,834,200
Dünyanın Nüfusunun Geri Kalanı		5.5 %	304,697,592	5,582,313,287
Dünyada Toplamı		12.5 %	800,040,498	6,390,147,487

NOT: İnternet kullanım yaygınlığı istatistikleri 01 Eylül 2004 tarihi itibarıyla güncellenmiştir.

Kaynak: <http://www.internetworldstats.com/top25.htm>, Erişim; 06.09.2004.

Tablo 3’de dünyada internet kullanım yaygınlığının en çok olduğu ilk 20 ülke incelendiğinde, bu ülkelerin; ABD, İsveç, Kanada, Japonya, Avustralya, Almanya, İngiltere gibi elektronik ticaret kullanımının yaygınlaşmasından önce gelişmiş ülkeler ile elektronik ticaret kullanımı ile önemli mesafeler almış, Danimarka, Singapur, Finlandiya, Norveç, Güney Kore gibi ülkelerin ağırlıklı olarak yer aldığı görülmektedir [81].

Buradaki inceleme sonucu görülen en önemli sonuç; interneti en yaygın olarak kullanan ülkelerin, elektronik ticaret kullanımını da yaygınlaştırmış olmalarıdır. [80]. Ayrıca, ister elektronik ticaret kullanımından önce kalkınmış ülkeler olsun, ister elektronik ticaretle kalkınmış ülkeler olsun, isterse elektronik ticaret kullanımı ile kalkınmakta olan ülkeler olsun hepsi de elektronik ticaret kullanımı ile geleneksel ticarete nazaran daha hızlı gelişme kat etmektedirler [79]. Böyle bir sonucun ülkeler tarafından tespit edilmiş olması ise; elektronik ticarete dayalı kalkınma ve büyüme yönünde stratejik planların hazırlanıp uygulanmasını ülkelerin gündemine getirmektedir.

2. ELEKTRONİK TİCARET UYGULAMASININ ÖNCEDEN GELİŞMİŞ ÜLKELERE ETKİLERİ

Elektronik ticaret uygulaması, ABD liderliğinde başlatılmış, sonra Kanada, AB ülkeleri, ve Japonya gibi gelişmiş ülkelerin de katılımıyla yaygınlaştırılmıştır (Özgener, 2004: 8). Ancak zamanla sağladığı imkanlar görüldükçe, tüm ülkeler tarafından benimsenmiş ve uygulanması için gerekli altyapı oluşturma girişimleri ile dönüşüm uygulamaları başlatılmıştır [68]. Gelişmiş ülkelerin elektronik ticaret uygulamalarına geçişleri ve yaygın olarak kullanımları daha kolay ve hızlı olmaktadır [67]. Bunun ana nedeni; gelişmiş ülkelerde bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişme ve yaygınlaşma hızının yüksek olması, teknolojik altyapının gelişmekte olan ülkelere nazaran daha ileri seviyede olması, pazarlanacak ürün ve hizmet üretiminde belirgin derecede farkların bulunması, gerekli diğer altyapı ve üstyapıyı büyük oranda tamamlamış olmaları, toplumlarının eğitim seviyesinin daha yüksek olması, insan kaynaklarındaki verimlilik kapasitenin yüksek olması ve siyasal istikrarın sağlanmış olması gibi bir çok unsur etken olmaktadır (Dilenge, 2003: 6-8).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin altyapısını hızla oluşturup, tüm toplumun kullanımına sunabilen gelişmekte olan ülkeler, gelişmiş ülkeler ile olan farkı kapatabilme şansı yakalamış olacaklardır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinin ve dolayısıyla elektronik ticaret kullanımının sağladığı imkanlar, bu açığın kapanmasına imkan tanımaktadır.

2.1. Elektronik Ticaretin Ülke Ekonomilerine Etkilerini Değerlendirmede Faydalanılan Araç ve Yöntemler

Gelişmiş ülkelerde, son yıllardaki büyüme ölçütleri olan ekonomik ve sosyal göstergeleri incelendiğinde; elektronik ticaret modeli kullanımının yaygınlaşmasının ekonomik ve sosyal yaşamı derinden etkilediği, stratejik bir üretim ve pazarlama faktörü haline geldiği ve ekonomik büyüme oranını yükselttiği görülmektedir (Güran, 2004: 2). Fakat bununla birlikte; bu modelin uygulanması

yeni olduğu ve çok net ölçüm metotları geliştirilmiş olmadığı da değerlendirmelerde göz önünde bulundurulmalıdır [79]. Bu tür değerlendirmeler; ekonomik büyümenin ölçülmesinde kullanılan ölçüm araçlarından ve elektronik ticaret modelinin uygulanmasında kullanılan araçların sayısal değerlerinin analizi ile yapılmaya çalışılmaktadır [81]. Bu analiz de zaman açısından, elektronik ticaret uygulamasının başladığı yıldan önceki ve sonraki yılları karşılaştırmaya çalışmaktadır.

Elektronik ticaretin, ülkeler ekonomilerine etkilerini değerlendirmek için kullanılabilecek mevcut belli başlı araç, teknik ve yöntemler şu şekilde belirtilebilir (The World Bank Group - USA, 2004: 1-3) / (Development Data Group, World Bank, Netcraft, UNESCO, ITU and WITSA Report: 2002-2003);

- Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH),
- Büyüme Oranı,
- Kişi Başına Düşen Gelir ve Yıllar İtibarıyla Kişi Başına Düşen Gelirdeki Artış Oranları,
- Nüfus,
- Kullanılan Kablolı Telefon Hattı – Şebekesi (1000 kişi başına düşen kablolu telefon sayısı),
- Kullanılan Mobil Telefon Hattı – Şebekesi (1000 kişi başına düşen mobil telefon sayısı),
- İnternet Kullanıcı Sayısı,
- Bilgi ve İletişim Teknolojilerine Yapılan Toplam Harcamalar (toplam ICT harcaması),

- Kişi Başına Düşen Bilgi ve İletişim Teknolojisi Harcaması (kişi başına yapılan ICT harcaması),
- Gayri Safi Milli Hasıladan Bilgi ve İletişim Teknolojileri İçin yapılan Harcama Oranı (GSMH'nın ICT için harcanan % oranı),

Elektronik ticaretin kalkınma üzerine etkilerini tespit edebilmek, değerlendirmek ve yorumlamak için kullanılabilecek faydalanılabilecek belli başlı göstergelerden en çok kullanılanların bazıları yukarıda verilmektedir. Bu göstergeler, elektronik ticaret modelinin uygulanmasının, ülkelerin kalkınmalarına ya da büyümelerine ne oranda ve nasıl etki ettiği hakkında tam ve kesin olmasa da, büyük oranda bilgi verecektir.

Ancak, elektronik ticaret uygulamasının gelişmiş ülkelerin büyümesine etkisinin tespitinde dikkat edilmesi gereken önemli bir husus vardır. Gelişmiş ülkeler, sanayileşmesini tamamlamış ve toplumsal eğitim, ekonomik istikrar, istihdam, adaletli gelir dağılımı vb. gibi konulardaki bütün problemlerini halletmişlerdir [71]. Bu nedenle kalkınma ve büyüme konularında belirli bir istikrar kazanmışlardır. Bu istikrarlı yapıda elektronik ticaretin katkısının ne oranda olduğunu ölçmek çok zorlaşmaktadır [68]. Çünkü gelişmiş ülke ekonomilerinde yukarıda da belirtildiği gibi, büyümeyi etkileyen çok sayıda faktör mevcuttur. Bu çerçevede; Gelişmiş ülke ekonomilerinin büyümesine etki eden bu faktörlerden hangisinin daha fazla ve hangi oranda etki yaptığını tespit etmek oldukça güçtür (Tiessen, 2001: 215). Bu çerçevede gelişmiş ülkeler açısından; elektronik ticaret uygulamasının büyümeye katkısının oransal tespitini yapmak zorlaşmaktadır [68]. Yapılan mevcut oransal tespitler analiz edildiğinde ise; değişik bir çok faktörün büyümeye yaptığı katkı, ülkeden ülkeye ve dönemden döneme değişiklik gösterdiği göz önünde bulundurulmalıdır.

Bu varsayımlar altında gelişmiş ülkelerin elektronik ticaret modelini uygulamaları sonucu toplumsal gelişimlerine ve ekonomik büyümelerine nasıl bir etkide bulunduğu incelenmektedir. Gelişmiş ülkelerin tümünün teker teker ele

alınması bu çalışmanın amacını ve boyutunu aşacağı için, sadece ABD örnek olarak genel bir incelemeye tabi tutulmaktadır.

2.2. Elektronik Ticaret uygulamasının ABD'ye Etkilerinin İncelenmesi

Amerika Birleşik Devletleri, 290 milyonu aşkın nüfusu ve 10.985,5 milyar dolarlık GSYİH'sı ile dünyanın en büyük ve önemli piyasalarından biridir [78]. Dünyanın en büyük pazarı ve ithalatçısı olma özelliğinin yanı sıra, elektronik ticaret modelinin ilk uygulayıcı ülkesidir [74]. Günümüzde elektronik ticaret uygulamasında en büyük ciroyu elde eden, en fazla işlem sayısını gerçekleştiren ve elektronik ticareti en yaygın kullanılan ülke olma konumuna sahiptir [77]. ABD'de elektronik ticaret modeli uygulanması ile; teknolojik yeniliklerin sürekli hale geleceği, verimliliğin artıracığı ve üretim artışını sürekli kılacağı varsayılmakta ve bu modelin kullanımına büyük önem verilmektedir [78]. ABD'nin teknolojik gelişim ve ekonomik etkileri bakımından yakın geçmişi incelendiğinde bu konudaki hassasiyet daha iyi anlaşılmaktadır.

Amerika Birleşik Devletleri'nin son on yılda gerçekleştirmiş olduğu ekonomik büyümenin, önemli ölçüde yüksek ve orta düzey teknoloji, iletişim hizmetleri, finans-sigorta hizmetleri ve bireysel hizmetlerden oluşan bilgi yoğun sektörlerden kaynaklandığı tespit edilmektedir (Güran, 2004: 2). ABD'de ileri teknoloji sanayilerinin toplam imalat içindeki yeri 1970 yılında %18,2 iken, 1994 yılında % 24,2'ye çıkmış olduğu görülmektedir (Candice, 1998: 88). 1990'lı yılların sonu itibarıyla yapılan değerlendirme de ise; ABD'de üretilen toplam katma değer yaklaşık yarısının bilgi yoğun sektörlerden sağlandığı tespit edilmektedir (UNICE, 2001: 9). Bu göstergeler, bilgi yoğun sektörlerin ve elektronik ticaret uygulamalarının ekonomik kalkınma üzerindeki olumlu etkilerinin artarak artan özellikte olduğunu göstermektedir (Güran, 2004: 3).

Elektronik ticaret uygulamasının ABD'deki istihdam konusunda da olumlu yönde etki yaparak ekonomisinin gelişmesine katkı sağladığı gözlemlenmektedir [78]. ABD'de 1970 yılında orta öğretim ve altında eğitim alanların işsiz kalma oranları % 4,6 iken, lise ve üzerinde eğitim alanların işsizlik oranı % 2,5 düzeyinde

gerçekleşmiştir. 1990 yılında bu oranlar, sırasıyla; orta öğretim ve altında eğitim alanların işsiz kalma % 8,5 ve lise ve üzerinde eğitim alanların işsizlik oranı %3,8 olarak gerçekleşmiştir (Martin, 1994: 25). 1995 yılından itibaren elektronik ticaret uygulamalarının yaygınlaşması ile nitelikli ve teknolojik bilgi ile donanmış, lise ve üzerinde eğitim alan iş gücü ihtiyacı doğmuş, bu da istihdama olumlu katkıda bulunmuştur [79].

Günümüzde ise; Amerika Birleşik Devletleri'nde bilgi ve iletişim teknolojilerinde görev yapabilecek niteliklere sahip insan kaynağı açığı 1.400.000 kişi olarak tespit edilmiştir [77]. 1996-2002 Yılları arasında nüfus artış hızı % 1,2 olurken, istihdam artışı; %1,4 olarak gerçekleşmiştir (The World Bank Group - USA, 2004: 1). Bu yılların elektronik ticaret uygulamasının gerçekleştiği yıllar olduğu göz önünde bulundurulduğunda; elektronik ticaret uygulamasının istihdamı artırıcı katkı yaptığı yorumu yapılabilir (Akgül 2003: 2).

Üst bölümde belirtilmiş olan; elektronik ticaretin kalkınma üzerine etkilerini tespit edebilmek, değerlendirmek ve yorumlamak için faydalanılan göstergeler ile Amerika analiz edildiğinde, sonuç aşağıda açıklandığı gibi oluşmaktadır;

- **Kişi Başına Düşen Gelire Etkisi:** Amerika Birleşik Devletleri'nde, 1995 yılında, kişi başına düşen gelir; 28.260 Dolar olarak gerçekleşirken, 2002 yılında 35.060 Dolar olarak gerçekleşmiştir (The World Bank Group - USA, 2004: 1-2). Elektronik ticaret uygulamasının henüz başlamadığı yıllar olan; 1982-1992 yılları arasında kişi başına düşen gelir artışı; % 2,4 olurken, elektronik ticaretin kullanıldığı yıllar olan 1995-2002 yılları arasındaki kişi başına düşen gelir artışı % 3,43 olarak gerçekleşmiştir. Bu oran büyük bir ekonomi olan ABD için önemli bir artış olarak kabul edilebilir (World Economic Forum's Report - USA, 2004: 1-2). 2003 yılı itibarıyla kişi başına düşen gelir 37.841 Dolar seviyesine yükselmiştir [80].

- **Büyüme Oranına Etkisi:** Amerika Birleşik Devletleri'nde, 1990-1995 yılları arasındaki büyüme oranlarının yıllık ortalaması %2,6 olarak gerçekleşirken, 1995-

2002 yılları arasındaki büyüme oranlarının yıllık ortalaması %3,5 olarak gerçekleşmiştir [83]. Bu oranların değerlendirilmesi sonucu; elektronik ticaret uygulamasının henüz başlamadığı yıllar ile elektronik ticaret uygulamasının görüldüğü yıllar arasında belirgin bir farkın olduğu gözlenmektedir (EIU, 2003: 3).

• **Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) Oranına Etkisi:** Amerika Birleşik Devletleri'nde, seçilmiş belli yıllar itibarıyla gerçekleşen Gayri Safi Milli Hasıla Oranları şu şekildedir (The World Bank Group - USA, 2004: 1-2) / [82];

- 1982 yılında 3.228.600.000 Dolar,
- 1992 yılında 6.261.800.000 Dolar,
- 1997 yılında 8.301.000.000 Dolar,
- 2001 yılında 10.065.300.000 Dolar,
- 2002 yılında 10.416.800.000 Dolar,
- 2003 yılında 10.985.500.000 Dolar,

olarak gerçekleşmiştir. Yukarıdaki veriler incelendiğinde GSMH oranlarında devamlı bir yükselme görülmektedir. Bu yıllarda dünyada bir çok ekonomik kriz yaşanmış olmasına ve bir çok ülkenin GSMH'sında daralma görülmesine rağmen, ABD'nin GSMH oranında devamlı bir artış olduğu görülmektedir (EIU, 2003: 1-3). Bunda, ABD'nin ekonomisini etkileyen bir çok faktör yanında, bilgi ve iletişim teknolojilerine büyük oranda yatırım yapmasının ve elektronik ticaret uygulamasını yaygınlaştırmasının da önemli payı olduğu savunulmaktadır (EIU, 2004: 2).

• **Kullanılan Kablolu ve Mobil Telefon Oranları:** Bir ülkede kullanılan telefon şebekesinin sayısı o ülkenin kalkınmışlık göstergelerinden biri olarak kabul edilmektedir [82]. Ayrıca internet bağlantısı yapılmasında telefon çok önemli bir

görev yapmaktadır. Bu nedenle elektronik ticaretin yaygınlaşmasında da telefon şebekelerinin sayısı önemlidir.

Amerika Birleşik Devletleri'nde, kullanılmakta olan kablolu telefon sayısı (1000 kişiye düşen); 1995 yılında 607 iken, 2001 yılında 667'ye ulaşmıştır. [83]. Burada oransal olarak fazla bir artış olmadığı görülmektedir. Bunun nedeni ise; 1995 yılına kadar ABD'nin bu alandaki alt yapısını tamamlamış olmasıdır. 1995 yılında ulaşılan rakam dünya ortalamasının oldukça üzerinde kabul edilmektedir. 2001 yılına kadar gerçekleştirilen oran ise mevcut durumun geliştirilmesi olarak kabul edilmektedir (EIU, 2004: 3-5).

Amerika Birleşik Devletleri'nde, kullanılmakta olan mobil telefon sayısı (1000 kişiye düşen); 1995 yılında 128 iken, 2001 yılında 451 sayısına ulaşmıştır [83]. Kullanılmakta olan mobil telefon sayısında kablolu telefon sayısına oranla büyük bir artış gözlemlenmektedir. Bunun nedeni ise; mobil telefonların hem iletişimi, hem de elektronik ağlara bağlanmayı büyük oranda kolaylaştırması ve bu çerçevede büyük imkanlar sağlaması olarak gösterilmektedir [74]. Bu çerçevede yapılan değerlendirmelere göre; ABD'de mevcut kullanılan kablolu ve mobil telefon şebeke sayılarının yüksek seviyede olması, elektronik ticaretin modelinin uygulamasının yaygın olarak kullanıldığı ya da kullanım kapasitesinin olduğu anlamına gelmektedir [82].

- **Kullanılan Bilgisayar Sayısı:** Amerika Birleşik Devletleri'nde, kullanılmakta olan bilgisayar sayısı (1000 kişiye düşen); 1995 yılında 328,1 olarak gerçekleşirken, 2001 yılında 625 sayısına ulaşmaktadır [80]. Bu altı yıllık zaman dilimi içinde, bilgisayar kullanımındaki %90,4'lük artış oranı oldukça önemli bir gelişmeyi ifade etmektedir. Bilgisayar kullanımındaki bu artış, ABD'de elektronik ticaret uygulamasının gelişmesine büyük katkı sağlamıştır (World Economic Forum's Report - USA, 2004: 2).

Elektronik ticaretin en önemli üstyapı aracı olarak kabul edilen bilgisayarların kullanımlarının yaygınlaşması ve sayılarının bu oranda artması,

ABD'nin, dünyada gerçekleşen elektronik ticaret uygulamasında, en etkin ve en büyük ciroyu gerçekleştiren ülke olmasını sağlamıştır [77]. Kullanılan bilgisayar sayısının bu derece yüksek oranlara ulaşması, aynı zamanda , elektronik devlet ve bilgi toplumuna dönüşüm çalışmalarına büyük katkı sağlayarak, ABD'nin gelişmesine ve büyümesine önemli katkılar sağlamaktadır [80].

- **İnternet Kullanıcı Sayısı – Oranı:** Amerika Birleşik Devletleri'nde, internet kullanıcı sayısı; 1995 yılında 20.000.000 kişi iken, 2001 yılında 142.423.000 kişiye ulaşmıştır (World Econonmic Form's Report -USA, 2004: 2). 01 Eylül 2004 tarihli son verilere göre ABD'de internet kullanıcısının sayısı 202.452.190 kişiye ulaştığı tespit edilmektedir [79]. 2004 yılı tahmini nüfusun 293.271.500 kişi olduğu hesaplanmış olup; internet kullanıcısının toplam nüfusa oranı % 69'a ulaşmış bulunmaktadır [79]. Bu oran ile ABD dünyada kullanım yoğunluğu bakımından üçüncü sırada yer almaktadır.

Bu sıralamada ABD'nin büyük bir nüfusa sahip olduğu da göz önünde bulundurulduğunda, dünyada interneti en etkin kullanan ülkelerin başında geldiği söylenebilir [80]. ABD'nin internet kullanım yoğunluğuna sahip olması, hem ulusal ölçekte hem de uluslararası ölçekte elektronik ticaret kullanımının yaygınlaşmasının ana kaynağını oluşturmaktadır [76]. Diğer bir bakış açısıyla; internet kullanıcı sayısının oransal ve sayısal büyüklüğü, elektronik ticaret kullanımının etkilerinin, yaygınlığının ve potansiyelinin tespitinde önemli bir gösterge olmaktadır [81].

- **Bilgi Ve İletişim Teknolojilerine Yapılan Harcamalar (ICT Harcamaları) ve Oranları:** Amerika Birleşik Devletleri'nde, Bilgi ve İletişim Teknolojilerine yapılan toplam harcamalar (toplam ICT harcaması); 1995 yılında 557.252.000.000 (Beş yüz elli yedi milyar iki yüz elli iki milyon) Dolar olarak gerçekleşmiş iken, 2001 yılında 812.635.000.000 (Sekiz yüz on iki milyar altı yüz otuz beş milyon) dolara ulaşmıştır (World Econonmic Form's Report - USA, 2004: 2).

ABD'de kişi başına düşen ICT harcaması ise; 1995 yılında 2.115,5 Dolar iken, 2001 yılında kişi başına düşen ICT harcaması 2.923,8 Dolar olmuştur [83].

ABD’de kiři bařına dūřen ICT harcamasının, gelişmemiş veya gelişmekte olan bir çok ÷lkedeki kiři bařına dūřen gelirden daha yüksek olduėu g÷r÷lmektedir [76]. Bu da ABD’nin bilgi ve iletiřim teknolojilerine verdiėi deėeri g÷stermektedir.

ABD’de bilgi ve iletişim teknolojilerine yapılan yatırım ve harcamaların Gayri Safi Milli Hasılaya g÷re oranlanarak analizinin yapılması, ABD’nin bilgi ve iletişim teknolojilerine verdiği değeri g÷steren bir başka g÷sterge olmaktadır (G÷ran, 2004: 3). Amerika Birleşik Devletleri’nde, 1995 yılında bilgi ve iletişim teknolojilerine yapılan harcamalar GSMH’nin % 7,5’ine karşılık gelmektedir. 2001 yılında yapılan harcamalar ise GSMH’nin %7,9’u kadardır [83]. Bu oran Dñnya ortalamasının çok ÷zerinde bir harcamayı ifade etmektedir. ABD’nin bilgi ve iletişim teknolojilerine b÷yle bñy÷k oranlarda yatırım ve harcama yapması, elektronik ticaretin ÷lkenin kalkınmasında ve bñyñmesinde ÷nemli rol oynadığı ve hayatiyet arz edecek bir alan oluşturması olarak yorumlanabilmektedir [78].

ABD’nin bilgi ve iletişim teknolojilerine bu kadar ÷nem vermesinin diğer temel bir nedeni de; dñnyada uluslararası ekonomi ve uluslar arası rekabet yeni bir boyut kazanmaktadır. Bu yeniden şekillenen ekonomik yapılanma ve rekabet edebilirlik gñcñnñ artırmanın tek yolu bilgi ve iletişim teknolojilerinden çok etkin şekilde yararlanmak, elektronik ticaret uygulamasını yaygınlaştırmak, elektronik devlet ve bilgi toplumuna dñnñřñmñ gerçekleştirmekle olabilecektir [82]. Bu yeniden yapılanma ve dñnñřñm projelerinde tamamen bilgi ve iletişim teknolojileri ÷zerinde inşa edilebilmektedir (Arrow, 2000: 18). Bu alanda gerekli yatırım ve harcamaları yapmadan her hangi bir gelişme olmasının imkanı bulunmamaktadır [79]. Bu nedenle; gelecekte planlanan projelerin gerçekleşmesi yalnızca bilgi ve iletişim teknolojilerindeki harcamalar ve yatırımlara paralel olarak gelişebilecektir [80].

Elektronik ticaret uygulamasının gelişmiş ÷lkelerin ekonomilerine etkilerinin incelenmesinde; ABD’nin ÷rnek ÷lke olarak ele alınırken belli başlı verilerden faydalanılmıştır. Ancak, daha ÷ncede vurgulandığı gibi tñm bu veriler, ABD’nin dñyanın en bñy÷k ekonomisi olması, elektronik ticaret uygulamasından ÷nce

gelişmiş olması, gelişmesine ve büyümesine etki eden çok sayıda faktörün bulunması gibi etkenler göz ardı edilmemelidir.

3. ELEKTRONİK TİCARET KULLANIMININ GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELERE ETKİLERİ

Bir ülkenin geri kalmışlığı ya da gelişmişliği hakkında bir hüküm verebilmek, ancak diğer ülkeler ile karşılaştırılarak yapılmaktadır (Dülgeroğlu, 2003: 15). Bu karşılaştırmada ölçüm yapılabilmesinin zorlukları bulunmasına ve bazı kusurları olmasına rağmen, iktisatçıların en yaygın kullandıkları ölçü; “milli gelir serisi” olarak isimlendirilen yöntemlerdir (Dülgeroğlu, 2003: 15).

3.1 Elektronik Ticaret Uygulamasından Etkilenen Ülkelerin Gruplandırılması

Bu çalışmanın konusunu oluşturan elektronik ticaretin kalkınma üzerine etkilerinin analizi yapılırken de en çok faydalanılan analiz araçları olarak da ‘milli gelir serisi’ ölçüm yöntemleri kullanılmaktadır [82]. Ancak, yeni bir uygulama olan elektronik ticaretin işleyişi, kanuni düzenlemeleri, iş kuralları ve yaptırımları gibi bir çok konunun, halen düzenleme aşamasında olmasından kaynaklanan zorluklar göz önünde bulundurulmalıdır [74].

Aslında yaşanan bu zorluklar, ülkeden ülkeye değişmektedir. Bu zorlukları çabuk aşan ve elektronik ticaret uygulamasına erken başlayarak hazırlıklarını erken bitiren ülkeler diğer ülkeler karşısında daha kazançlı çıkmaktadırlar (İnce, 1999: 12). Bu çerçevede, elektronik ticaret uygulamasının gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerine yaptığı etkiler analiz edildiğinde; gelişmeler, ülkeleri iki grupta incelemeyi gerektirmektedir.

• **Birinci Grup Ülkeler:** Bilgi ve iletişim teknolojilerine erken dönemde yatırım yaparak altyapı yaptırımlarını büyük oranda tamamlamış, elektronik ticaret uygulamasına da erken başlayarak kalkınmalarına önemli katkılar sağlamış ülkelerdir [75]. Bu gruba giren ülkeler, bazı uluslararası örgüt ve kuruluşlar tarafından “Elektronik Ticaret Modeli İle Kalkınmış Ülkeler” olarak

nitelendirilmektedirler [84]. Elektronik ticaret konusundaki altyapılarını büyük oranda tamamlamış ve uygulamaya erken başlayarak büyük bir kalkınma ivmesi yakalamış ülkelere; İrlanda, Singapur, Finlandiya, Danimarka gibi ülkeler örnek olarak gösterilebilir (OECD, 2004: 14-15).

• **İkinci Grup Ülkeler:** Birinci grup ülkelere ve gelişmiş ülkelere nazaran, bilgi ve iletişim teknolojilerine yatırımda gecikmiş; ancak, geç de olsa bu alanda altyapı yatırımlarına başlamış (gelişmekte olan) ülkeleri kapsamaktadır [75]. İkinci grup ülkelerin, bilgi ve iletişim teknolojilerine yatırım yapmaya başlaması ve elektronik ticaret uygulamasını yaygınlaştırması ekonomilerini önemli oranda canlandırmıştır (World Economic Form's Report, 2004: 2). İstatistiksel incelemeler; ikinci grup ülkelerin bilgi ve iletişim teknolojilerine yatırım yaptıktan ve elektronik ticaret uygulamalarına başladıktan sonra kalkınma yönünde sıçrama sayılabilecek ilerlemeler sağladıklarını göstermektedir (EIU, 2004: 3-5). Bu ülkelere; Çin, Hindistan, Güney Kore, İsrail gibi ülkeler örnek olarak gösterilebilir (OECD, 2004: 15).

Bu çalışmada öne sürülen; “elektronik ticaret kullanımı, ülkelerin kalkınmalarını olumlu yönde etkilemektedir”, tezini bu iki grupta yer alan ülkelerin göstergeleri doğrulamaktadır. Bu tezin doğruluğunu ekonomik verilerle göstermek ve açıklamak için, elektronik ticaret uygulaması ile büyük oranda kalkınmasını gerçekleştirmiş olan İrlanda örnek ülke olarak incelenmektedir.

3.2. Örnek Ülke Olarak İrlanda'nın İncelenmesi

Bilgi ve iletişim teknolojileri alanında önemli ilerleme göstererek, elektronik ticaret uygulamasını yaygınlaştıran ve bu sayede kalkınma hızını artıran gelişmekte olan ülkelere en iyi örneklerden birini İrlanda oluşturmaktadır. Geleneksel olarak bir tarım ülkesi olan ve ağırlıklı olarak gelirinin önemli bir kısmını tarım ürünleri ihraç ederek sağlayan İrlanda, son 10 yılı kapsayan dönemde, geleneksel ticaretten elektronik ticaret modelinin uygulamasına geçerek büyük bir değişim yaşamıştır (Türkiye Bilişim Şurası, 2002: 162).

Bilgi ve iletişim teknolojilerini geliştirmek için stratejik planların ve politikaların geliştirilip uygulanmasında dünyanın en başarılı ülkesi olduğu savunulmaktadır [84]. Bu yönde yatırım yapılması ve stratejik politikaların başarıyla uygulanması İrlanda'yı, diğer Avrupa lkeleri için yazılım ve donanım üreten bir ülke konumuna getirmiştir (Türkiye Bilişim şurası, 2002: 162). İrlanda teknolojik gelişim hızını artırmak amacıyla, teknoloji sektörüne verdiği, İhracatı teşvik destekleri ile, özellikle PC donanım alanında dünyanın en etkili ülkelerinden biri olmuştur (OECD, 2004: 16).

Yazılım ve donanım alanındaki başarısını iletişim ve elektronik ticaret alanında da sürdürmeyi hedeflemiştir. Elektronik ticaret uygulamalarını geliştirmek ve yaygınlaştırmak için; genç nüfusun eğitimi ve telekomünikasyon altyapısını geliştirme çalışmalarına büyük önem verilmektedir [84]. İrlanda'nın genç nüfusunu teknoloji kullanma becerilerine sahip bir şekilde yetiştirmek amacıyla, tüm sınıflarda teknoloji altyapısı kurulmuş ve 4-18 yaş arası çocuklara yönelik araştırma ve teknoloji kullanma eğilimleri verilmeye başlanmıştır (Türkiye Bilişim şurası, 2002: 162). Telekomünikasyon sektörü de İrlanda da en hızlı gelişen sektörlerden biridir. Sektörde 100.000 dolayında kişi istihdam edilmekte, sektörel ürün ve hizmetlerden yapılan ihracat, İrlanda'nın toplam ihracatının % 25'ini oluşturmaktadır [74].

Bilgi ve iletişim alanında dünya liderlerinden olmayı amaçlayan İrlanda'nın hazırlamış olduğu stratejik plan ve politikaları başarılı bir şekilde uygulamıştır. İrlanda'nın uyguladığı plan ve politikalar ise şunlardır (Türkiye Bilişim şurası, 2002: 162);

- Telekomünikasyon alanında özelleştirmeler yapılmıştır.
- İrlanda'nın genç nüfusunu teknoloji kullanma becerilerine sahip bir şekilde yetiştirebilmek amacıyla, şirket-Ticaret ve alışma Bakanlığı ile Eğitim ve Bilim Bakanlığı'nın işbirliği ile "Eğitim Teknolojileri Yatırım Fonu" kurulmuştur.

- İlk öğrenimden yüksek öğrenime kadar her kademede teknoloji geliştirmeyeyle ilgili eğitim ve araştırma faaliyetlerine yer verilmiştir.
- “Siber Şehirler” ve “Tekno Parklar” oluşturmak için önemli miktarda yatırım yapılmıştır.
- Yabancı teknoloji şirketlerinin İrlanda’da faaliyet göstermesi için önemli teşvikler uygulanmaktadır.
- Özellikle yazılım ve donanım alanında yatırımların artması amacıyla, yabancı yatırımları çekebilecek serbest bölgeler oluşturulmuş ve teşvik edici vergilendirme uygulamaları geliştirilmiştir.

Gerçekleştirilen uygulamalar ve yapılan düzenlemeler ile ABD’li işletmeler başta olmak üzere, çok sayıda uluslararası işletme, dünyanın en önemli potansiyellerinden biri olan Avrupa pazarına girişte İrlanda’yı ana merkez olarak kullanmaktadır (EIU, 2004: 6). İrlanda Avrupa ülkeleri arasında en hızlı büyümeyi gerçekleştiren, en fazla istihdam yaratan ve böylece işsiz oranını en hızlı şekilde düşüren ülkesi konumundadır (OECD, 2004: 16-17).

İrlanda’nın kalkınma yönünde kat etmiş olduğu aşamayı daha somut bir şekilde görebilmek amacıyla; aşağıda (ABD ülke incelemesi örneğinde olduğu gibi) istatistiksel olarak gerçekleşen verilerle inceleme ve analiz yapılmaktadır.

- **Kişi Başına Düşen Gelire Etkisi:** İrlanda’da kişi başına düşen gelir; 1995 yılında 16.150 Dolar olarak gerçekleşirken, 2002 yılı itibarıyla 23.870 Dolar olarak gerçekleşmiştir (The World Bank Group – İrland Report, 2004: 1). Elektronik ticaretin dünyada ilk uygulamasının başladığı 1995 yılından 2002 yılına kadar geçen sürede İrlanda’nın da bu alanda gösterdiği faaliyetler sonucu kişi başına düşen gelirde 7720 Dolar artış sağlandığı tespit edilmektedir. Bu kadar kısa bir zaman diliminde kaydedilen bu artış önemli bir miktar olarak kabul edilmektedir [85].

• **Büyüme Oranına Etkisi:** İrlanda'da, bilgi ve iletişim teknolojilerine yatırım yapılmadığı ve elektronik ticaret uygulamalarının henüz görülmediği 1982-1992 yılları kapsayan dönemde gerçekleşen büyüme oranı; %3,9 olarak gerçekleşmiştir (World Economic Forum's Report - Ireland, 2004: 1). İrlanda'nın, bilgi ve iletişim teknolojilerine yatırım yapıp elektronik ticaret uygulamalarını yaygınlaştırdığı dönemi kapsayan 1992-2002 yılları arasında gerçekleşen ekonomik büyüme oranı %8,6 olarak gerçekleşmiştir (World Economic Forum's Report - Ireland, 2004: 1).

Bu oranlar arasındaki fark oldukça önemli sayılabilecek büyüklüğü ifade etmektedir. Bu oranlar elektronik ticaret uygulamasının İrlanda'nın kalkınmasına büyük katkı sağladığını kanıtlayan göstergeler olarak kabul edilmektedir [85]. Ancak elektronik ticaret uygulamasının İrlanda'nın kalkınmasına bu orandan daha büyük bir katkı sağladığı iddiaları da vardır (OECD, 2004: 17). Bu iddialara göre; elektronik ticaretin uygulanmasından önceki son beş yıl ile elektronik ticaretin uygulandığı yılların ortalaması alınarak daha kalkınmaya etkisinin gerçeğe daha yakın bir saptama yapılabileceği savunulmaktadır (OECD, 2004: 18).

Bu çerçevede incelendiğinde; İrlanda'nın 1990-1995 yılları arasındaki ortalama büyüme oranı %4,4 olurken, elektronik ticaretin uygulanmaya başlandığı ve yaygınlaştığı dönemi kapsayan 1995-2002 yılları arasındaki ortalama büyüme oranı %9 olarak gerçekleşmiştir. [84]. İkinci tür görüş dikkate alınıp analiz yapılacak olursa; elektronik ticaret uygulaması İrlanda'nın kalkınmasına büyük katkı sağlamış ve kalkınmasını bir misli artırmıştır denilebilir [74].

• **Gayri Safi Milli Hasıla (GSMH) Oranına Etkisi:** İrlanda'da, seçilmiş belli yıllar itibarıyla gerçekleşen Gayri Safi Milli Hasıla Oranları şu şekildedir (The World Bank Group - Ireland, 2004: 1-2) / [85];

- 1982 yılında 20.600.000.000 Dolar,
- 1992 yılında 53.600.000.000 Dolar,
- 2001 yılında 103.300.000.000 Dolar,

- 2002 yılında 119.900.000.000 Dolar

olarak gerçekleşmiştir. İrlanda'nın Gayri Safi Milli Hasıla'daki artış oranları incelendiğinde; yirmi yıllık süreç içerisinde, beş katı aşkın bir artış oranı ile karşılaşılmaktadır. Bu sonuç çerçevesinde yapılan analizlerde; bilgi ve iletişim teknolojilerine yapılan yatırımlar ve elektronik ticaret uygulamasının önemli katkı sağladığı kabul edilmektedir (EIU, 2004: 2).

• **Kullanılan Kablolu ve Mobil Telefon Oranları:** İrlanda'da kullanılmakta olan kablolu telefon sayısı (1000 kişiye düşen); 1995 yılında 363 iken, 2001 yılında 485 sayısına ulaşmıştır [84]. Bu sayı 2001 yılı itibariyle halkın % 48,5'inin telefon şebekesine sahip olduğu anlamına gelmektedir. Bu oran elektronik ticaret kullanımı açısından iyi bir altyapı imkanı olarak değerlendirilebilecek bir oranı göstermektedir [64]. İrlanda'da kullanılmakta olan mobil telefon sayısı (1000 kişiye düşen); 1995 yılında 44 iken, 2001 yılında 729 sayısına ulaşmıştır [83].

Kullanılmakta olan mobil telefon sayısında kablolu telefon sayısına oranla çok daha büyük bir artış olduğu gözlemlenmektedir. Mobil telefonların hem iletişimde sağladığı kolaylıklar, hem de elektronik ticaret uygulamasında zaman ve mekan kavramlarının kısıtlayıcılığını ortadan kaldırması bu kadar hızlı ve büyük oranda yaygınlaşmasını sağlamıştır [74].

İrlanda'nın sahip olduğu kablolu ve mobil telefon altyapısı ve kullanım yaygınlığı, İrlanda'ya uluslararası rekabette büyük avantajlar sağlamaktadır. Bu avantajlar da İrlanda'nın kalkınmasını sağlayan temel unsuru oluşturmaktadır.

• **Kullanılan Bilgisayar Sayısı:** İrlanda'da kullanılmakta olan bilgisayar sayısı (1000 kişiye düşen); 1995 yılında 183 olarak gerçekleşirken, 2001 yılında 390,7 sayısına ulaşmaktadır [84]. Bu altı yıllık zaman dilimi içinde, bilgisayar kullanımındaki % 113,5'lik artış oranı oldukça önemli bir gelişmeyi ifade etmektedir. Bilgisayar kullanımındaki bu artış, İrlanda'nın dünyada en ön sıralarda yer almasını sağlamıştır. İrlanda'da kullanılan bilgisayar sayısının bu kadar hızlı bir artış göstermesi, İrlanda'nın elektronik ticaret uygulamasını hızla

yaygınlaştırmasını ve sürekli şekilde geliştirmesini sağlamıştır (World Economic Form's Report - Ireland, 2004: 2).

- **İnternet Kullanıcı Sayısı – Oranı:** İrlanda'da internet kullanıcı sayısı; 1995 yılında 40.000 kişi iken, 2001 yılında 895.000 kişiye ulaşmıştır (World Economic Form's Report -İreland, 2004: 1-2). İrlanda'nın 2001 yılı nüfus sayısı 3.900.000kişi olarak belirlenmiştir. Nüfusa oranlandığında; nüfusun %23'ü internet kullanmaktadır. Ancak bu diğer örnek ülkeler olan Finlandiya, Danimarka, Norveç, Güney Kore vb. ülkelere göre düşük bir oranı yansıtmaktadır [78]. Ancak son iki yılda kullanım oranını artırıcı teşvik ve eğitim çalışmalarına büyük kaynaklar aktarılmıştır [85].

- **Bilgi Ve İletişim Teknolojilerine Yapılan Harcamalar (ICT Harcamaları) ve Oranları:**

İrlanda'da, bilgi ve iletişim teknolojilerine yapılan toplam harcamalar (toplam ICT harcaması); 1995 yılında 3.775.000.000 (üç milyar yedi yüz yetmiş beş milyon) Dolar olarak gerçekleşmiş iken, 2001 yılında 6.523.000.000 (altı milyar beş yüz yirmi üç milyon) dolara ulaşmıştır (World Economic Form's Report - Ireland, 2004: 1-2).

İrlanda'da kişi başına düşen ICT harcaması ise; 1995 yılında 1.046,8 Dolar iken, 2001 yılında kişi başına düşen ICT harcaması 1.704,4 Dolar olmuştur [84]. İrlanda'da kişi başına düşen ICT harcaması, bir çok ülkedeki kişi başına düşen ICT harcamasından daha yüksektir [76]. İrlanda bu alandaki alt yapı yatırımlarını tamamlayan ve gelecekte bilgi ve iletişim teknolojilerini hem üretim, hem de kullanım bakımından dünyanın liderleri arasında olmayı hedeflemektedir (Türkiye Bilişim Şurası, 2002: 162).

İrlanda'da, bilgi ve iletişim teknolojilerine yapılan yatırım ve harcamaların Gayri Safi Milli Hasılaya göre oranlanarak analizinin yapılması; İrlanda'nın bilgi ve iletişim teknolojilerine verdiği değeri gösteren bir başka gösterge olmaktadır [85] İrlanda'da, 1995 yılında bilgi ve iletişim teknolojilerine yapılan harcamalar

GSMH'nın % 5,7'sine karşılık gelmektedir. 2001 yılında yapılan harcamalar ise GSMH'nın %6,2'si kadardır [84]. Bu oran dünya ortalamasının çok üzerinde bir harcamayı ifade etmektedir. ABD'nin bilgi ve iletişim teknolojilerine böyle büyük oranlarda yatırım ve harcama yapması, elektronik ticaretin ülkenin kalkınmasında önemli rol oynadığı ve bu alanda gelişmenin ana hedef olarak belirlendiği şeklinde yorumlanabilmektedir (OECD, 2004: 18).

İrlanda'da görülen tüm bu gelişmeler, bilgi ve iletişim teknolojilerine yatırım yaparak, elektronik ticaret uygulamasını yaygınlaştırması, diğer ülkelere örnek oluşturmakta ve bu alana yatırım yapmalarını teşvik etmektedir. Ayrıca elektronik ticaret uygulamasının kalkınmayı artırıcı etkisinin olduğu şeklindeki tezin en iyi kanıtını ve örneğini teşkil etmektedir [84].

Ancak İrlanda bu yönde başarı sağlamış ve elektronik ticaret uygulaması ile kalkınmasını hızlandırmış (artırmış) tek örnek ülke olarak görülmemelidir. Daha önce de belirtildiği gibi Finlandiya, Singapur, Güney Kore, İsrail, Çin, Hindistan gibi ülkelerde, bu alanda büyük başarılar sağlamış, çok önemli örnekleri oluşturan ülkelerdir [86]. Bu ülkelerle birlikte Rusya, Brezilya, Meksika gibi ülkelerde de son yıllarda önemli aşamalar kat edildiği tespit edilmektedir (OECD, 2004: 17).

----- O -----

BEŞİNCİ BÖLÜM



ELEKTRONİK TİCARET

UYGULAMASININ

TÜRKİYE’NİN KALKINMASINA ETKİSİ

ELEKTRONİK TİCARET UYGULAMASININ TÜRKİYE’NİN KALKINMASINA ETKİSİ

Elektronik ticaret modelinin bir ülkede uygulanması ve kullanımı ve yaygınlaşmasının ülke kalkınmasında önemli rol oynadığı, hemen hemen tüm araştırmacılar tarafından kabul edilmektedir (James/Resor, 2002: 31). Ancak, elektronik ticaret modelinin uygulanması ve yaygınlaşması için; ülkelerin teknolojik birikimleri, yetişmiş insan kaynakları, teknolojik altyapı yatırımları ve hepsinden de önemlisi siyasi irade ve siyasi istikrara ihtiyaç duyulmaktadır [67]. Bu unsurların varlığı ve yoğunluğu, elektronik ticaret uygulamasının verimini, etkinliğini, yaygınlaşmasını etkilemektedir. Elektronik ticaret modelinin verimlilik, etkinlik ve yaygınlaşma hızının yüksek olması, ülke kalkınmasının hızını ve oranını belirleyen en etkin unsurlar olmaktadır (Çak, 2002: 64)..

Bu çerçevede ele alındığında; elektronik ticaret uygulaması, Türkiye’nin kalkınması için de etkin rol oynayabilecek çok önemli bir modeldir. Ancak, elektronik ticaret modelinin başarısıyla doğrudan ilgili göstergeler incelendiğinde; Türkiye, bu modelden şimdiye kadar etkin bir şekilde faydalanamamıştır. Kişi başına milli gelir, bilgisayar sahipliği, internet bağlantısı gibi rakamlar incelendiğinde; Türkiye, gelişmekte olan ülkeler arasında yer almaktadır (Kırçova, 2002: 124).

Ülke kalkınması için çağımızın en güzel fırsatını sunan bu modelden faydalanmak için hiçbir ülke geç kalmış sayılmaz. Türkiye de kalkınma çalışmalarında bu modelden faydalanabilir. Ancak bir ülkenin elektronik ticaret modelinden faydalanma analizi ve planlaması yapılabilmesi için mevcut tüm verilerin biliniyor olması gerekmektedir [67]. Mevcut veriler göz önünde bulundurularak elektronik ticaret modelinin uygulama ve kullanım planları hazırlanabilir.

Bu nedenle çalışmanın bu bölümünde Türkiye ile ilgili; Türkiye’de bilgi teknolojileri kullanım düzeyi, e-ticaret altyapısının durumu, Türkiye’de elektronik ticarete geçiş çalışmaları, e-devlet uygulamaları, elektronik ticaret kullanımına ilişkin yasal düzenlemelerin durumu, elektronik ticaret kullanımının Türkiye’nin kalkınmasına sağlayacağı katkılar gibi konular ele alınmaktadır.

1. Türkiye’de Bilim ve Teknoloji Politikalarının Gelişimi

Türkiye Cumhuriyeti’nin Osmanlı İmparatorluğundan, bilim ve teknoloji alanında bir birikim veya miras aldığı söylenemez. Osmanlı İmparatorluğu zamanında, bilim ve teknoloji alanlarında gerekli çalışmalar yapılmamış, çağdaş devletlerin gerisinde kalmıştır (Güleç, 1998: 11). Bu nedenle Türkiye, Cumhuriyetin kuruluşundan günümüze kadar, hem bilim ve teknoloji alanındaki açığını gidermeye, hem de yeni gelişmeleri takip ederek yeni açıklar oluşmasını önlemeye çalışmaktadır.

Cumhuriyetin onuncu yılında (1933), Almanya’dan kaçarak Türkiye’ye sığınan Alman bilim adamlarının katkısıyla, 2252 sayılı kanunla yürürlüğe giren ilk üniversite reformu gerçekleştirilmiştir (Cansevdi, 2004: 84). Bu reformun amacı; eğitim, öğretim, bilim ve araştırma çalışmalarının çağdaş bir düzeye ulaştırılmasıdır. (Güleç, 1998: 12).

Türkiye’de bilim ve teknoloji alanında araştırma ve geliştirme çalışmaları yapma yönündeki politika oluşturma çalışmaları, ilk defa, 1963 yılında planlı

döneme geçilmesi ile başlamıştır. Bilimsel faaliyetlerin yönlendirilmesinde koordinasyon görevini üstlenecek olan, ‘Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu’ (TÜBİTAK) da bu dönemde kurulmuştur (TÜBİTAK, 1996: 22). 1960’lı yıllarda kurulan, Türkiye Atom Enerjisi Kurumuna bağlı, Ankara ve Çekmece Nükleer Araştırma Merkezleri, Türkiye için önemli Ar-Ge kurumları arasında yer almaktadır (Güleç, 1998: 13).

Teknolojik gelişme konusunda; İkinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nın (1968-1972) son yıllarına ait yıllık planlarda ve Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı’nın (1973-1977) tümünü kapsayan yıllık planlarda, teknoloji geliştirme ve teknoloji transferi konularında politika oluşturma yönünde planlama çalışmaları yapılmıştır (Dülger, 2002: 7). Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda (1979-1983), ilk defa “teknoloji Politikaları” terimi kullanılmıştır. Bu planda, teknoloji politikaları; sanayi, istihdam ve yatırım politikalarıyla birlikte bir bütün olarak ele alınması kararına varılmış ve belli sektörlerin kendi teknolojilerini üretecek biçimde geliştirilmesi planlanmıştır (Dülger, 2002: 7-8).

1980 yılından itibaren çalışmalarına başlayan, 300 bilim adamı ve uzmanın katıldığı bir çalışma grubu oluşturuldu. Bu çalışma grubu, uzun bir çalışma sonucu, “Türk Bilim Politikası: 1983-2003” raporu hazırladı. Bu raporda ilk kez, ayrıntılı bir bilim ve teknoloji politikası ortaya konulmaya çalışılmıştır (Cansevdi, 2004: 85). Bu rapora göre; yirmi yıllık dönem sonunda teknoloji politikaları ile ulaşılmak istenen hedefler ise şu şekilde belirlenmiştir (Cansevdi, 2004: 85);

- İktisaden faal olan nüfus başına 7 olan tam zaman eşdeğeri araştırmacı sayısının 15’e çıkarılması,
- Ar-Ge harcamalarının milli gelir içindeki payının % 0,33’ten % 1’e çıkarılması,
- Özel sektörün toplam Ar-Ge harcamaları içinde % 18 olan payının % 30’a çıkarılması,

- Ülkelerin evrensel bilime katkısı açısından kırkıncı sıralarda olan yerinin otuzuncu sıraya yükseltilmesi olarak belirlenmiştir.

“Türk Bilim Politikası: 1983-2003” raporunun belirlenen hedeflere ulaşmasından sorumlu olacak, yeni bir kurumun doğmasına neden olmuştur. 1983 yılında başbakanlığa bağlı olarak kurulan bu kurum “Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurumu” olarak isimlendirilmiştir (Cansevdi, 2004: 85).Yeni oluşturulan “Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurumu (BTYK)”, bilim ve teknoloji politikalarının ekonomik ve toplumsal kalkınmayı sağlayacak şekilde uygulanması ve koordinasyonu ile görevlidir. Bu kurum teknoloji geliştirme, üretme ve transfer politikalarını oluşturma ve geliştirme ile ilgili en üst düzey politika belirleme organı olmuştur (TÜBİTAK, 1996: 22).

Ancak, “Türk Bilim Politikası: 1983-2003” raporu, Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurumunun 1983 yılında kurulmuş olmasına rağmen, 1989 yılına kadar aktif hale getirilememesinden dolayı, hayata geçirilememiştir. 1989 yılında işlerlik kazanan BTYK’nun işlerlik kazanmasıyla; “Türk Bilim Politikası: 1993-2004” raporu hazırlanmış ve daha önce belirlenen hedefler ile ilgili çalışmalar başlatılmıştır. Bu raporda belirlenen politikalar, BTYK tarafından VII. Beş Yıllık Plan Dönemi’nde belirlenen yeniden yapılanma politikaları kapsamında geliştirilerek uygulamaya konulmuştur (Cansevdi, 2004: 86-87).

“Türk Bilim Politikası: 1993-2004” çerçevesinde oluşturulan, Türkiye’nin Ulusal Bilim ve Teknoloji Politikası’nın temel hedefleri şu şekilde belirlenmiştir (DPT, 2000: 32-36);

- Bilim ve teknoloji politikalarının oluşumunu destekleyici araştırma ve çalışmaları desteklemek; teşvik etmek,
- Ulusal İnnovasyon Sistemi’ni kurmak,
- Bilim ve teknoloji üretimine yönelmek, bu yönde tüm imkanları değerlendirmek,

- Bilimsel ve teknolojik icat ve yenilikleri hızlı bir şekilde ekonomik ve toplumsal kalkınma sağlayıcı şekilde kullanmak,
- Dünya bilim ve teknoloji üretimine katkı sağlayan ülkeler arasına girmek, hızla gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri alanında çalışmalar yapmak,
- Ülke kalkınmasına büyük katkı sağlayan elektronik ticaret modelinin, yaygınlaşması için politikalar oluşturmak, şeklinde belirlenmektedir.

Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı (2001-2005) Döneminin ilk yıllarındaki yıllık planlar genellikle istikrar programlarına ağırlık vermiştir (Dülger, 2002: 7). Fakat 2003 ve 2004 yıllarında özellikle “Acil Eylem Planı” oluşturulması ile yapısal ve kurumsal düzenlemeler çerçevesinde teknoloji üretimi, bilgi toplumu oluşumu, elektronik devlete dönüşüm ve elektronik ticaret modelinin yaygınlaşması ön plana çıkmıştır (DPT, 2003: 7-8). Türkiye’nin kalkınması için bu olguların hayati öneme sahip olduğu ilk defa bu kadar kararlı şekilde hem siyasiler hem bürokratlar tarafından kabul edilerek politikaların uygulanmasına önem verilmektedir (Türkiye Bilişim Derneği, 2004: 2). Bu gelişme ise; Türkiye’nin uluslararası rekabet edebilirlik yeteneğini geliştirecek, ekonomik ve toplumsal kalkınmasına imkan yaratacak, Türkiye’yi gelişmiş ülkeler kategorisine sokacaktır.

2. Türkiye’de Bilim ve Teknolojileri Kullanım Düzeyi

Türkiye’de bilim ve teknoloji kullanım düzeyi, ideal olarak kabul edilebilecek, gelişmiş ülkeler seviyesine çıkamamıştır. Bunun bir çok nedeni vardır. Ancak burada nedenleri üzerinde durulmamakta; bilim ve teknoloji kullanım düzeyini tespit edebilmek için mevcut sonuçların tespiti yapılmaya çalışılmaktadır. Bu çerçevede belirlenen tespitler şu şekilde sıralanabilir (Cansevdi, 2004: 89-93) / (Büke, 2003: 11-13) / (Dülger, 2002: 7-10) / [68];

- Türkiye’deki bilim ve araştırma faaliyetleri ağırlıklı olarak üniversiteler ve kamu kuruluşları tarafından yürütölmekte, bu alanda, özel sektör KOBİ’lerin faaliyetleri sınırlı kalmaktadır.
- Türkiye’de teknoloji kazanımları, büyük oranda olan teknoloji transferi yoluyla gerçekleşmektedir.
- “Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu”; bilim ve teknoloji alanında, en üst organ olarak faaliyet göstermektedir.
- “Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu” (TÜBİTAK); bilim ve teknoloji politikaları’nın yürütölməsi ve organizasyonu ile ilgili, sorumlu ve yetkili olan en önemli kuruluşlardan biri olarak faaliyet göstermektedir.
- “Devlet Planlama Teşkilatı”; Teknoloji Politikaları oluşturmada, planlama ve koordinasyon görevini üstlenen önemli kuruluşlardan biri olarak faaliyet göstermektedir.
- Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) harcamalarının, toplam GSYİH içindeki payı düşüktür. Bu oran, Avrupa Birliği (AB) ölkelerinin ortalamasının üçte birinden daha azdır (09/10/2002 tarihinde yayınlanan Avrupa Komisyonu ilerleme raporu verisidir).
- Türkiye’de faaliyette bulunan “araştırmacı sayısı”, AB ölkelerini ortalamasının onda biri kadardır (09/10/2002 tarihinde yayınlanan Avrupa Komisyonu ilerleme raporu verisidir).
- Türkiye’de, bilimsel ve teknolojik araştırma ve inceleme yapan kurum, kuruluş ve işletmelerin temel problemi; mali ve beşeri kaynak eksikliğinden kaynaklanmaktadır.

- Türkiye’deki sanayi kuruluşları ve işletmeleri, yurt dışından yapılan teknoloji transferinden verimli ve etkin şekilde faydalanmamaktadırlar.
- Türkiye’nin Ar-Ge alanındaki faaliyetlerin ve harcamaların artırılması konusunda mali kaynak sıkıntısı bulunmakla birlikte, bu yönde kaynak artırıcı faaliyetler yetersizdir.
- Türkiye’nin Ar-Ge alanındaki faaliyetlerin etkinleşmesi için özel sektör ve KOBİ’lerin bilim ve araştırma faaliyetlerine katılımını hem kolaylaştıracak hem de teşvik edici yasal ve siyasal girişimler yetersizdir.

3. Türkiye’de Bilim ve Teknoloji Politikaları Çerçevesinde İşletmelere Sağlanan Destekler

Türkiye bilimsel çalışmalarda ve teknoloji üretimleri konusunda, yukarıda da belirtildiği gibi, yeterli gelişmeyi gösterememiş, olması gereken ideal oranlara ulaşamamıştır. Dünya ülkeleri arasında, bilimsel ve teknolojik veriler ile yapılan değerlendirmede, geri sıralarda yer almaktadır. Tüm ekonomik ve teknolojik veriler değerlendirildiğinde, Türkiye’de, hem kamu kurum ve kuruluşları ile özel işletmelerin hem de ekonomik sistemi yeniden yapılandıracak, yapısal değişime ihtiyaç vardır (Kavrakoğlu, 2002: 40).

Kamu kurum ve kuruluşlarının yapısal değişimi; günümüz koşullarında en ideal şekilde, elektronik devlet yapılanması çerçevesinde gerçekleştirilmektedir (TBD–Türkiye Bilişim Derneği, 2002: 11). Ekonomik sistemin günümüz koşullarında yeniden yapılandırılması ise; elektronik ticaret modelinin uygulanması şeklinde gerçekleştirilmektedir (Güran, 2004: 5). Özel işletmelerin en ideal şekilde yapısal değişimi sağlamaları ise; bilgi ve yaratıcılığa dayalı sanayi yapılanmasına geçilmesidir (Kavrakoğlu, 2002: 40).

Türkiye’nin kalkınması için gerekli olan yapısal dönüşümde; devletin, elektronik devlete dönüşüm çalışmaları, bizzat devlet tarafından planlanmakta ve

uygulanmaktadır. Türkiye'nin ekonomik yapısındaki, geleneksel ticaretten elektronik ticaret modeline dönüşüm ise; devlet ve özel sektörün birlikte gerçekleştirmek zorunda oldukları yapısal dönüşümdür (TBD–Türkiye Bilişim Derneği, 2002: 32). Özel işletmelerin, bilgi ve yaratıcılığa dayalı sanayi yapılanmasına geçilmesi şeklindeki dönüşüm ise; elektronik ticarete dönüşüm çalışmalarıyla birlikte yürütülmesi gereken çalışmalardır (Güran, 2004: 6). Ancak, işletmelerin yapısal dönüşümünde, devletin özel sektör işletmelerini desteklemesi gerekliliği vardır.

Türkiye'nin kalkınmasının gerçekleştirilmesi hedefi çerçevesinde, işletmelere iki tür destekleme yapılmaktadır. Birinci tür destekleme uygulaması; “Ar-Ge Yardımı” şeklinde gerçekleşmektedir. İkinci tür destekleme ise; “ KOBİ Teknoloji Geliştirme Destekleri” şeklinde gerçekleşmektedir [69]. Bu konuda daha detaylı inceleme, aşağıda alt başlıklar şeklinde yapılmaktadır.

3.1. Ar-Ge Yardımı

Bilim, teknoloji ve innovasyon yeteneğinin yükseltilmesi amacıyla 1995 yılından itibaren TÜBİTAK-Teknoloji İzleme ve Değerlendirme Başkanlığı (TİDEB) ile Dış Ticaret Müsteşarlığı ortak çalışma içine girmişlerdir. Bu ortak çalışma, “Ar-Ge Yardımı” uygulamasını kapsamaktadır. “Ar-Ge Yardımı” uygulamasıyla; yeni bir ürün üretme veya üretimle ilgili bir teknik geliştirme amacıyla projelere destek verilmektedir. Ar-Ge yardımlarından sadece sanayi kuruluşları ve yazılım geliştirme faaliyetleri ile uğraşan kuruluşlar faydalanabilmektedir (Cansevdi, 2004: 94).

Ar-Ge Yardımlarından yaralandırılan projelerin, destek kapsamındaki giderlerinin en çok % 60'ı karşılanmaktadır. Alt sınır, büyük işletmelere % 25, KOBİ'lere ise % 32 olarak uygulanmaktadır [69]. Büyük işletmelere ve KOBİ'lere yaralandırılan bu yardım ve destek, hibe şeklinde verilmekte olup geri ödemesi bulunmamaktadır (Cansevdi, 2004: 95). 31 ekim 2003 tarihi itibarıyla Ar-Ge yardımından yararlanmak amacıyla 1.042 işletme, 2.405 proje ile başvuruda

bulunmuştur. Ancak, bu projelerden 1.769'u desteklenmiştir. Bu projelerden ancak 916 tanesi gerçekleştirilebilmiştir [69].

3.2. KOBİ Teknoloji Geliştirme Destekleri

Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri (KOBİ) geliştirmek ve desteklemek amacıyla KOSGEB Başkanlığı kurulmuştur. KOSGEB Başkanlığı, teknoloji tabanlı KOBİ'lerin kurulmasını sağlamak, kendi ürün ve üretim teknolojilerini geliştirmek, ve bu sayede rekabet güçlerini artırarak büyük işletmeler haline getirmek amacıyla çeşitli alanlardaki projeleri desteklemekle görevlendirilmiştir (KOSGEB Bilgi Merkezi, 2004); bu görev çerçevesinde KOSGEB Başkanlığı; “KOBİ Teknoloji Geliştirme Destekleri” adıyla verilen destekler, aşağıda ana başlıklar olarak belirtilmektedir (Cansevdi, 2004: 95).

- Mekan desteği (işyeri, arazi, yazıhane, depo şeklindeki destekler),
- Malzeme ve teçhizat desteği,
- Danışmanlık desteği,
- Yurtiçi fuar katılım desteği,
- Yurtiçi fuarları ziyaret desteği,
- Yazılım ve yayın temini desteği,
- Ar-Ge sonuçlarını yayınlama desteği,
- Tanıtım desteği,
- İstihdam desteği,
- Eğitim desteği,
- Patent, faydalı model, endüstriyel tasarım desteği,
- Elektronik ticaret-Web sayfası hazırlama desteği şeklinde belirlenmiştir.

4. Türkiye’de Elektronik Ticaret Altyapısının Durumu

Bir ülkede elektronik ticaret modelinin uygulanabilmesi için gerekli teknolojik, ekonomik ve hukuki altyapının tamamlanmış olması gerekmektedir. Ancak hiçbir ülkenin, bu altyapı çalışmalarını, çok kısa sürede ve tam olarak temin etmesi mümkün değildir. Bu çalışmalar uzun bir süreci gerektirdiğinden zamana yayılmaktadır (Özgür, 2000: 4). Bütün bu altyapı çalışmalarının tamamlanması; büyük yatırımları, siyasal istikrarı, ekonomik ve siyasal birimler arasında işbirliği ve koordinasyonu gerektirmektedir [70]. Bu altyapıların tamamlanması; ister gelişmiş ülke olsun, ister gelişmekte olan ülke olsun, gerekli kaynakların kısa sürede ve tam olarak temin edilmesi mümkün değildir.

Özellikle geri kalmış ve gelişmekte olan ülkelerde, kaynak sıkıntısı daha fazla olduğu için gerekli altyapı çalışmalarının tamamlanması, gelişmiş ülkelere göre daha uzun süreçlerde gerçekleşmektedir. Bu nedenle Türkiye’nin de içinde yer aldığı bu tür ülkelerin altyapı çalışmaları, daha uzun zamanda tamamlanmaktadır (Güran, 2004: 10). Ancak her ülkenin, insan ve doğal kaynakları, siyasal ve coğrafi imkanları, bilimsel ve teknolojik bilgi birikimi gibi bir çok unsur bu sürecin uzamasında veya kısalmasında etken olmaktadır. Ayrıca mevcut altyapı imkanları, elektronik ticaret modelinin uygulamasının hızını, etkinliğini ve verimliliğini belirlemektedir (Özgür, 2000: 5). Bu çerçevede; Türkiye’de elektronik ticaret modelinin uygulanabilmesi için, mevcut altyapı imkanları aşağıda genel olarak sıralanmaktadır (Büke, 2003: 3-9) / (Dicle, 2000: 2-6) / [71];

- Elektronik ticaret modelinin uygulanmasında, teknolojik altyapı ihtiyacının karşılanmasında, teknolojiyi takip eden bir ülke değil, teknolojiyi üreten ülke konumunda olmak verimlilik, etkinlik ve rekabet unsurları açısından çok önemlidir [71]. Türkiye ise; teknolojiyi üreten değil kullanan ülke konumundadır. Şayet Türkiye, teknolojiyi üreten ülke konumuna geçemezse; elektronik ticaret modelinin uygulanmasındaki verimlilik, etkinlik ve rekabet edebilirlik gücü, teknolojiyi üreten ülkelere nazaran daha düşük seviyelerde kalacaktır. Ayrıca elektronik ticaret uygulamaları durağan bir teknoloji ile

işlemeye devam edecektir. Türkiye'nin elektronik ticaret modelinin işleyişini sağlam temellere dayandırabilmesi için, teknoloji üretimini gerçekleştirebilecek duruma gelmesi gerekmektedir (Büke, 2003: 3-4).

- Türkiye'de teknoloji üretmek ve geliştirmek için gerekli olan teknoloji yatırımlarında, yaşanan ekonomik krizler çok olumsuz etkiler yapmıştır (69]. Ancak Türkiye'de, her ne kadar, teknoloji transferi yoluyla da olsa, elektronik ticaret modelini uygulamaya başlamak için yeterli sayılabilecek seviyede gerekli teknoloji mevcuttur [67].
- Türkiye'nin elektronik ticaret modelinin uygulanmasında görev alabilecek ve gelecekte de ihtiyaç duyulacak gerekli insan kaynağı potansiyeli mevcuttur (Büke, 2003: 7).
- Ulusal Akademik Ağ (ULAKNET) kurulumu için gerekli donanım altyapı gereksinimleri tamamlanmış ve 29 Nisan 1997 yılında kullanıma sokulmuştur. ULAKNET omurgasına, bütün üniversitelerin bağlantıları bir yıl içinde tamamlanmıştır. ULAKNET, üniversite ve araştırma-geliştirme kurumlarının, uluslar arası ve ulusal düzeyde, bilgi kaynaklarına ulaşabilmelerini sağlamıştır (Orcan, 2001: 4).
- Türkiye'de donanım ve yazılım programlarının temin edilmesi ve geliştirilmesinde dışa bağımlılık söz konusudur. Ancak yazılım geliştirme alanında, yeterli yatırım ve çalışma yapılması durumunda yeterli insan kaynağı potansiyeli mevcuttur. Bu alandaki teşvik ve destekler Türkiye'ye büyük fırsatlar sağlayabilecektir [71].
- Elektronik ticaret modelinin temel altyapısını oluşturan elektronik ağların etkin işlemlerini sağlayan ağ alt yapıları yetersiz kalmaktadır (Çak, 2002: 67). Telefon şebekesinden erişim için "darbant tümleşik sayısal hizmet ağı" (ISDN) servislerini işleten TÜRK TELECOM, bu servisleri yeterince etkin ve verimli bir hizmete sunamamıştır. Ayrıca, mevcut internet altyapısı yeterli gelişmişlik

düzeyinde olmadığı için, ulusal düzeyde, bir an önce genişbant uygulamasına geçilmesi gerekliliği vardır. Ancak bu konuda ki çalışmalar çok yavaş ilerlemekte ve bu alandaki çalışmaların koordinasyonunda büyük noksanlıklar mevcuttur (Dicle, 2000: 2-4).

- Türkiye’de; birbiriyle ilişkisi olması gereken servisleri sunan kamu kurumları ve işletmeler arasında standartlaşma sağlanamamıştır. Devletin çeşitli kurumları ile özel işletmelerin kullandıkları donanım, sistem yazılımları ve servis uygulama yazılım programları arasında farklılıklar vardır. Bu farklılıklar ise; kurumlar arasındaki iletişim ve işletmeler arası elektronik ticaret uygulamalarında bazen önemli sorunlara neden olmaktadır (Büke, 2003: 4).
- Elektronik ticaret ve elektronik devlet uygulamasını etkin ve verimli hale getirecek, bu modellere karşı güvenin oluşmasını sağlayacak, gizlilik ve güvenlik çalışmaları, istenilen düzeye gelememiştir [71].
- Elektronik ticaret modelinin uygulanmasında etkinliği, verimliliği, rekabet ortamını geliştirecek, modele güveni artıracak tüm yasal güvencelerin ve hukuki altyapının oluşturulması konusunda, bu sene, büyük gelişmeler yaşanmışsa da yeterli değildir. Bu alanda, hızlı ve geniş kapsamlı yasal düzenlemelere ve hukuki yapılanmaya ihtiyaç duyulmaktadır (Kırçova/Öztürk, 2000: 47).
- İşletmelerin ve kamu kurumların faaliyet gösterdikleri web sitelerinin içerikleri ve işletimiyle ilgili faaliyet ve hizmetler yeterli değildir. Bu alanda hem akademik seviyede hem de araştırma-geliştirme kuruluşlarının yoğun çalışmaları gerekliliği vardır. Özellikle gerekli bilgi ve donanımına sahip personel yetiştirilmesi için eğitim çalışmalarına ağırlık verilmelidir [71].
- Elektronik ticaret modelinin uygulanması ve yaygınlaşmasında kilit rol oynayan tüketicilerin internete kolay ve ucuz ulaşabilmesi çok önemlidir. Ancak Türkiye’deki internete ulaşım maliyetleri yüksektir. Bu da elektronik ticaret ve

elektronik devlet uygulamalarının yaygınlaşmasını engellemektedir (Tekman, 20001: 5).

- Türkiye’de elektronik ticaretin modeli uygulamasının, ülke kalkınmasını sağlayacak şekilde yaygınlaşmasında gerekli olan temel üstyapı araçlarından bilgisayar kullanım (bilgisayarlaşma) oranı ideal oranların çok altındadır. Aynı şekilde bilgisayar okur-yazarlık da oldukça düşüktür (Büke, 2003: 4).
- Türkiye’de elektronik ticaretin modeli uygulamasının yaygınlaşmasını engelleyen temel sorunlardan bazıları şunlardır (Güran,2004: 11);
 - Türkiye’de insan kaynakları potansiyeli bakımından zengin olmasına rağmen yetişmiş iş gücü yetersizliği yaşanmaktadır.
 - İnternet erişim hızı çok yavaştır.
 - Dijital telefon hatları ülkenin her yerine ulaşamamaktadır.
 - İnternet erişim ücretleri, gelişmiş ve rakip ülkelerdeki internet erişim ücretlerine göre yüksektir.
 - İnternet servis sağlayıcıları yeterince kaliteli hizmet vermemektedirler.
 - Lojistik alandaki yapılanma tamamlanmamış olduğundan, kargo hizmetleri yeterince hızlı ve güvenli değildir.
 - Kredi kartlarının elektronik ticarete kullanımı yaygın değildir. Bu alandaki güvenlik sorunlarının tam aşılammaması, kredi kartı kullanımı konusunda çekince yaratmaktadır.
 - Elektronik ticaret uygulamalarına muhatap olan yurtdışı işletmelerin, tüm işlemlerde ağırlıklı olarak İngilizce’yi kullanmaları, iletişim yeteneğini zayıflatmakta ve anlaşma olanağını azaltmaktadır.

5. Türkiye’de Elektronik Ticarete Geçiş Çalışmaları

Son yıllarda, teknoloji alanında meydana gelen geniş çaplı değişimler, tüm ülkelerde olduğu gibi Türkiye’de de büyük bir değişimi gerekli kılmıştır [68]. Teknolojik gelişmelerden faydalanmak, ülkelerin diğer ülkeler karşısında hemen hemen her alanda büyük bir avantajlar elde etmelerine imkan vermektedir. Bu nedenle bütün ülkeler teknolojinin sağladığı imkanlardan faydalanmak için, yapısal değişim ihtiyacı duymuşlardır (Bedir, 2002: 243). Türkiye’de yapısal değişimi sağlamak amacıyla, geçtiğimiz on yıllık süreç içerisinde çeşitli çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalardan başlıcaları ise şunlardır [72];

- Dünya Bankası – Türkiye Bilişim ve Ekonomik Modernizasyon Çalışması Raporu (1993),
- Ulaştırma Bakanlığı – TÜBİTAK: TUENA Türkiye Entegrasyon Altyapısı Anaplanı (1999),
- Dış Ticaret Müsteşarlığı koordinatörlüğünde “e-Ticaret Koordinasyon Kurulu” (ETKK) oluşturulması ve faaliyetleri (1998-2002),
- Başbakanlık “KamuNet” in Çalışmaları (1998-2002),
- Başbakanlık “e-Türkiye Girişimi” Çalışmaları (2001-2002),
- “Türkiye 1. Bilişim Şurası”nın Toplanması (Mayıs – 2002),
- “e-Dönüşüm Türkiye Projesi”nin Çalışmalarının Başlatılması (27/02/2003 tarihinde yayımlanan 2003/12 sayılı Başbakanlık Genelgesi),
- “e-Dönüşüm Türkiye Projesi”nin Hayata Geçirilmesi İçin Çalışma Grupları oluşturulması (Mart – 2003)
- “DPT – Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı”nın Kurulması (Mart - 2003),

- e-Dönüşüm Türkiye Projesi Kapsamında Oluşturulan Çalışma Gruplarının, “Kısa Dönem Eylem Planı”nı Hazırlama Çalışmalarının Başlaması (28/04/2003),
- “e-Dönüşüm Türkiye Projesi Danışma Kurulu” Toplantısı Düzenlendi (e-Dönüşüm Türkiye Projesinin yürütülmesinde, katılımcılığın sağlanması ve en üst seviyede yönlendirilmesi ve izlenmesi amaçlanmıştır. Bu çerçevede; kamu, özel sektör, sivil toplum kuruluşları ve üniversite temsilcilerinden oluşan “Danışma Kurulu” kurulmuştur.) (27/05/2003)
- e-Dönüşüm Türkiye Projesi Kapsamında Oluşturulan Çalışma Gruplarının, “Kısa Dönem Eylem Planı”nı (KDEP) Tamamlaması (04/12/2003),
- e-Dönüşüm Türkiye Projesi Kısa Dönem Eylem Planı, 2003/48 Sayılı Başbakanlık Genelgesiyle Uygulamaya Konmuştur (04/12/2003),
- Kısa Dönem Eylem Planı’nı Hazırlayan Çalışma Gruplarının, Planın 2003-2004 Yıllarındaki İşleyiş Ve Koordinasyonunu Sağlayacak Şekilde Yeniden Oluşturulması (Aralık – 2003),
- e-Dönüşüm Türkiye Projesi Kısa Dönem Eylem Planı’nın uygulanması ve koordinasyonuyla ilgili olarak ve Danışma Kurulunun Çalışmalarıyla İlgili Sekreteryaya Görevi DTP Müsteşarlığına verilmiştir (Aralık 2003).
- “Türkiye 2. Bilişim Şurası”nın Toplanması (Mayıs – 2004),

Türkiye’de elektronik ticaret modelinin uygulanması, uzun yıllar e-Dönüşüm olarak adlandırılan ve bu gün artık e-Dönüşüm Türkiye diye telaffuz edilen büyük projenin; bir alt başlığını oluşturmaktadır [72]. e-Dönüşüm Türkiye projesine en kısa zamanda işlerlik kazandırılması için Devlet Planlama Teşkilatı (DTP) koordinatörlüğünde oluşturulan çalışma grupları tarafından, “Kısa Dönem Eylem Planı” (KDEP) hazırlanmıştır [73]. Kısa Dönem Eylem Planı’nın dört temel

uygulama hedefi bulunmaktadır. Bu temel hedefler ise şunlardır (DPT, 2003: 9) / [71];

- Bilgi toplumuna dönüşüm,
- Elektronik devlete dönüşüm,
- Elektronik ticaret modeli uygulaması,
- E-Avrupa + Programına uyumluluğun sağlanması,

e-Dönüşüm Türkiye Projesi Kısa Dönem Eylem Planı, yukarıda belirtildiği gibi, belirlenmiş temel hedeflerin gerçekleştirilmesi için bazı stratejik çalışmaları gerekli kılmaktadır. Bu stratejik çalışmalar şu şekilde belirtilmektedir (DPT, 2003: 9-10) / [72];

- Düzenleyici ve yasal çerçevenin çizildiği “**Hukuki Altyapı**”nın hazırlanması,
- Hizmetlerin sağlanacağı “**Teknik Altyapı ve Bilgi Güvenliği**”nin sağlanması,
- Bilgi Toplumunun gerektirdiği insan kaynağı planlamasına ve yetiştirilmesine yönelik eylemlerin yer aldığı “**Eğitim ve İnsan Kaynaklarını geliştirme politikaları**”nın uygulanması,
- Kamu kurumları ve özel sektör işletmelerinin entegrasyonunu sağlayabilmek ve uyum içinde çalışarak hizmetler sunabilmeleri için “**Standartlar**” oluşturmak şeklinde sıralanabilir.

6. Türkiye’de Elektronik Ticaretle İlgili Kuruluşlar,

“e- Dönüşüm Türkiye Projesi”nin gerçekleştirilmesi için hükümet ve devletin ilgili birimleri tarafından uygulamaya sokulan eylem planları çok geniş kapsamlıdır. Bu geniş kapsamlı projelerin, planlandığı çerçevede, en etkin şekilde

hayata geçirilmesi, sadece kamu kurum ve kuruluşlarının yapabileceği çalışmalar değildir. Bu çalışmaların başarılı olabilmesi için, devletin ilgili birimleri yanında, özel sektör işletmeleri ve sivil toplum kuruluşlarının da bu projeyi oluşturma ve uygulama çalışmalarına katılmaları gerekmektedir (DPT, 2003: 7).

e-Dönüşüm Türkiye projesinin en etkin şekilde işlerlik kazanmasında görev alan ve etkin olan kamu kurumları, özel sektör örgütleri, işletmeler, sivil toplum örgütleri ve eğitim kurumları, aynı zamanda elektronik ticaret modelinin uygulanmasında da etkin olan birimlerdir [72]. E-Türkiye projesi ve elektronik ticaret modelinin uygulanmasında görev alan ve etkin olan tüm birimler şu şekilde sıralanabilir (TBD-Türkiye Bilişim Derneği, 2002: 99-100);

- İlgili Bakanlıklar (Başbakanlık, Adalet Bakanlığı, Milli Eğitim Bakanlığı ve ilgili devlet bakanlıkları),
- Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK)
- İnternet Üst Kurulu (İK),
- Türkiye Büyük Millet Meclisi – Bilgi Teknolojileri Grubu (TBMM-BT),
- Devlet Planlama Teşkilatı (DTP),
- Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE),
- Bilgi İşlem Merkezi / Daire Başkanlığı (BİM),
- Dış Ticaret Müsteşarlığı (DTM),
- Türkiye Akreditasyon Kurumu (TÜRKAK),
- TÜBİTAK Ulusal Elektronik Kripto Araştırma Enstitüsü (TÜBİTAK-UEKAE),

- Küçük Ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme Başkanlığı (KOSGEB),
- Milli Prodüktivite Merkezi (MPM),
- Türk Standartlar Enstitüsü (TSE),
- Türk Telekom (TT),
- Özel Eğitim Kurumları (ÖEK),
- Özel Sektör İşletmeleri,
- Özel Sektör Örgütleri ve Birlikleri,
- Sivil Toplum Kuruluşları (Türkiye Bilişim Vakfı – TBV, Türkiye Bilişim Derneği – TBD, Tıp Bilişim Derneği – TURKMIA, Macintosh Kullanıcılar Derneği – MKD, Linux Kullanıcılar Derneği – LKD, Konya Bilgisayarcılar Derneği – KOBİD, İnternet Teknolojileri Derneği – INETD, İnternet Servis Sağlayıcıları Derneği – TISSAD, Görme Engellileri Bilgisayarcıları Derneği, Bilişim Muhabirleri Derneği - BMD, Bilgisayar Sektörü İş Adamları Derneği – BİSİAD, Bilgisayar Satıcıları Derneği – BİSİAD, Bilgisayar Satıcıları Derneği TUBİSAD, Bilişim Sektörü Derneği – TUBİDER) (TBD, 2002: 93),
- Tüketicileri Koruma Derneği (TKD),
- Türkiye Bilişim Derneği (TBD),
- Türkiye Esnaf ve Sanatkarlar Konfederasyonu (TESK),
- Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB),
- Türkiye Sanayici ve İşadamları Derneği (TÜSİAD),
- Üniversiteler ve Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK),

7. Elektronik Ticaret Kullanımına İlişkin Yasal Düzenlemelerin Durumu

e-Dönüşüm Türkiye Projesi, Türkiye’de elektronik ticaret uygulamasına geçişi sağlayacak ve yaygınlaşmasını hızlandıracak yasal altyapıyı da hazırlamaktadır. Bu nedenle, e-Dönüşüm Türkiye Projesinin bir an önce hayata geçirilmesi, elektronik devlete ve bilgi toplumuna dönüşüm uygulamaları kadar, elektronik ticaret modelinin yaygınlaştırılması için de çok önemlidir [72].

Özellikle son yıllarda bu konuda kamu kurum ve kuruluşları ile özel işletmelerin eskiye göre daha hassas davranması, yasal düzenlemelerin yapılması konusunda önemli aşamalar katedilmesini sağlamıştır. e-Dönüşüm Türkiye Projesi çerçevesinde yapılan yasal düzenlemeler, aynı zamanda elektronik ticaret uygulamasının yasal altyapısının oluşmasını da sağlamaktadır. Bu çerçevede yapılan hukuki ve yasal düzenleme çalışmaları şu şekilde sıralanabilir (DTP, 2004a: 1-7) / (DTP, 2004b: 1-3) / (Resmi Gazete, 29/10/2003: 202-203, sayı: 25273) / (Resmi Gazete, 23/01/2004: 25355); / [73];

- e-Dönüşüm Türkiye Projesi’nin en üst seviyede izlenmesi amacıyla; kamu, özel sektör, sivil toplum kuruluşları ve üniversite temsilcilerinin katılımıyla, 41 üyeli bir danışma kurulu oluşturulmuştur.
- 2003/12 sayılı Başbakanlık Genelgesi ile Devlet Planlama Teşkilatı bünyesinde, “Bilgi Toplumu Daire Başkanlığı ” kurulmuştur.
- Elektronik ortamdaki mal ve hizmet satışlarında tüketicinin korunmasına ilişkin yönetmelik 13/06/2003 tarihinde Resmi Gazetede yayınlanarak yürürlüğe girmiştir.
- Elektronik ticarete ilişkin yasal altyapının oluşturulması çalışmaları çerçevesinde; vergi beyannamelerinin elektronik bilgi - iletişim araç ve ortamında verilmesine ve vergilerin çevrimiçi ödenmesine imkan sağlayan 4962 sayılı kanun, 07/08/2003 tarihinde yürürlüğe girmiştir.

- Elektronik İmza Kanunu, TBMM tarafından kabul edilerek, 23/01/2004 tarih ve 25355 sayılı Resmi Gazetede yayınlanmış olup, yayın tarihinden altı ay sonra yürürlüğe girecektir.
- Ulusal bilgi güvenliği, Fikri Haklar Kanununda değişiklik, kişisel verilerin korunması ve bilişim suçlarına ilişkin Türk Ceza Kanununda değişiklik konularında yapılan çalışmalar son aşamaya gelmiş durumdadır.
- Kamu kurum ve kuruluşları tarafından uygulanan vergi, kimlik, sosyal güvenlik, vb. numaraların birleştirilmesine yönelik çalışmalar, Kısa Dönem Eylem Planı çerçevesinde sürmektedir. Bütün bu ayrı ayrı olan numaralar yerine, tek bir numara verilmesi ve tüm bu işlemlerin tek bir numara ile gerçekleştirilmesi hedeflenmektedir.
- Türk Telekom'un özelleştirme stratejisi, 30/04/2003 tarihli "Bakanlar Kurulu Prensip Kararı" ile onaylanmıştır. Bu strateji çerçevesinde, Türk Telekom hisselerinin özelleştirilmesine yönelik blok satış ve halka arz çalışmaları eş zamanlı olarak yürütülecek ve uygulanacak yöntem piyasa koşullarına göre belirlenecektir. Türk Telekom'un, pazarın serbestleşmesiyle doğacak rekabet ortamına hazırlanması amacıyla başlatılan ticarileşme ve yeniden yapılanma çalışmaları sürdürülmektedir.
- Telekomünikasyon Kurumu, 2003 yılı Eylül ayı itibarıyla, Erişim ve Arabağlantı Yönetmeliği, Telsiz ve Telekomünikasyon Terminal Ekipmanları Yönetmeliği ile Hakim Durum ve Etkin Piyasa Gücüne Sahip İşletmelere İlişkin tebliğleri uygulamaya koymuştur.
- 15/03/2003 tarihinden itibaren ikinci tip telekomünikasyon ruhsatı ve genel izinler verilmeye başlanmıştır. Eylül 2003 itibarıyla, 20 adet uydu telekomünikasyon hizmeti, 2 adet uydu platform hizmeti, 5 adet GMPCS mobil telefon hizmeti olmak üzere toplam 27 adet İkinci Tip Telekomünikasyon Ruhsatı ve 95 adet İnternet Servis Sağlayıcısına genel izin verilmiştir.

- 4502 sayılı Kanuna göre Türk Telekom'un ses ve bununla ilgili alt yapı tekeli 2004 yılının başından itibaren sona ermiştir. Bu kanunla, tüm telekomünikasyon hizmetlerinin sunumu ve altyapı tesisi, serbest rekabet ortamında sürdürülebilecektir.

8. Elektronik Ticaret Kullanımının Türkiye'nin Kalkınmasına Sağlayacağı Katkılar

Elektronik ticaret modelinin uygulanması, hem gelişmiş ülkelere hem de gelişmekte olan ülkelere büyüme ve kalkınma çalışmalarında, önemli fırsatlar sunan bir ekonomik uygulama modelidir. Elektronik ticaret modeli uygulaması özellikle Türkiye'nin de yer aldığı, gelişmekte olan ülkeler için, gelişmiş ülkelerle olan kalkınmışlık farkını kapatmada çok önemli bir imkanı oluşturmaktadır. Bu model kaynakların daha verimli kullanılabilmesini sağladığı için, kaynak sıkıntısı çeken gelişmekte olan ülkeler açısından, aslında yeni bir kaynak anlamına gelmektedir.

Elektronik ticaret modeli, Türkiye'nin kalkınmasında da faydalanılması gereken yeni bir imkan ve fırsattır. Elektronik ticaretin ilk uygulanmasından günümüze kadar geçen süreçte, Türkiye, elektronik ticaret alt yapısının oluşturulması konusunda yeterli olmamakla birlikte belirli bir yol almıştır. Ancak daha yapılması gereken çok önemli uygulamalara ihtiyaç vardır.

Türkiye'nin elektronik ticaret modeli uygulaması için gerekli tüm altyapı oluşumlarını tamamlaması ve bunun sonucunda, elektronik ticaretin sunduğu imkanlardan faydalanabilmesi durumunda, ülke kalkınmasını sağlayıcı yönde bir çok kazanımları olacaktır. elektronik ticaret uygulamasının Türkiye'ye sağlayacağı ekonomik kazanımlar ve kalkınma üzerine etkileri, genel olarak şu şekilde belirtilebilir (TBD – Türkiye Bilişim Derneği, 2002: 102-112) / (Dolanbay, 2003:67-68) / (Kavrakoğlu, 2002: 197-202);

- Türkiye'nin dış ticaret kapasitesi artar, dolayısıyla da ihracatı artırır,

- Ekonomik hayattaki ticari işlemleri kolaylaştırıcı etkisi, ticari motivasyonu artırır, bunun sonucunda girişimcilik gelişir,
- Devlet harcamaları şeffaflaşır ve kaynak israfı azalır, kamu kuruluşlarının ve özel işletmelerinin çalışmalarında önemli bir verimlilik artışı olur,
- Ulusal ve uluslar arası yatırım finansmanının hızlı ve güvenli dolaşımı sağlanmış olur,
- Elektronik ticaretin yaygınlaşmasına bağlı olarak, vergi mükellefiyetinde ve çeşitliliğinde artış sağlanır, vergi adaleti sağlanır,
- Ticari kuruluşlar arasında haksız rekabet önlenmiş olur,
- Üretim kapasitesi yükselir, üretim ve işlem maliyetleri düşer, yerel üretimlerin ülke ekonomisi ile bütünleşmesi sağlanır, kaliteli üretim artar,
- Uzun vadede istihdam düzeyi artar, işgücü verimliliğini artırıcı etki yapar, doğru işte doğru elemana görev verilir, işgücü eğitimleri sürekli hale gelir, sürekli nitelikli eleman çalıştırılması sağlanır,
- İş süreçleri hızlanır, gerçekçi iş zamanları ve planlamaları yapılabilir,
- Zaman kaybı, işgücü kaybı ve para kaybı önlenir,
- Devletin araştırma – geliştirme maliyetleri azalır, teknoloji üretimine ve teknoloji geliştirmeye teşvik edici katkı sağlar,
- Ülke ekonomisi gelişir, ulusal gelişmişlik düzeyi artar, uluslararası ilişkilerde saygınlık kazanılır,
- Bilgi paylaşımı artar, toplumun refah seviyesi yükselir, bilgi toplumuna dönüşüm hızlanır.



SONUÇ

GENEL BİR DEĞERLENDİRME

SONUÇ: GENEL BİR DEĞERLENDİRME

Elektronik ticaret modelinin yeni bir kavram olması, gelişme trendinin halen devam ediyor olması ve teorik çerçevesini oluşturma çalışmalarının henüz bitmemiş olması; ekonomik kalkınma üzerine etkilerini tam olarak tespit etmeyi zorlaştırmaktadır. Ekonomik büyüme ölçümünde, belirli oranda ölçülebilir somut verilerden yararlanılabilmesine rağmen, ekonomik kalkınmanın soyut bir kavram olması, etkilerin ölçülmesini zorlaştıran nedenlerin başında gelmektedir. Fakat bir çok ekonomist, toplumsal kalkınmanın tespit edilmesinde; soyut kavramlarla mevcut gelişmeleri yorumlamaya çalışmanın yanı sıra, ekonomik büyümenin tespitinde kullanılan araçlardan yararlanmaktadır (Dülgeroğlu, 2003: 2).

Ancak bütün zorluklara rağmen, elektronik ticaret modeli uygulamasının kalkınma üzerindeki etkilerinin analizi, makro ölçekte ve mikro ölçekte olmak üzere iki farklı şekilde değerlendirilmelidir (Güran, 2004: 11). Mikro ölçekli analizin kapsamı; tüm ekonomik birimlerin, mevcut kaynakları daha verimli ve etkin kullanabilmek, karlılığı ve rekabet edebilirlik gücünü artırmak, daha yetenekli ve eğitim düzeyi yüksek, az sayıda ve verimli personel istihdam etmek, işletmelerin maliyetini düşürmek, iletişim hızını artırmak, işlem hacmini büyütürerek uluslararası pazarlara açılmak gibi faaliyetlerin analizini içermektedir.

Elektronik ticaretin kalkınma üzerine etkilerinin değerlendirilmesinde, makro ölçekli analizin kapsamı; Gayri Safi Yurt İçi Hasıla (GSYİH) oranı, Kişi Başına Düşen Gelir, Büyüme Oranı, internete bağlantı yapan kişi ve/veya bilgisayar sayısı, elektronik ticaret kullanımı sonucu gerçekleşen ticaret hacmi, bilgisayar kullanabilen (bilgisayar okur-yazarı olan) nüfus sayısı, kullanılan mobil ve kablolu telefon sayısı, yazılım ve donanım üretiminin hem parasal değeri, hem de araç (fiziki) sayıları gibi verileri içerir. Bu verilere ek olarak; yıllar itibarıyla faal nüfusta meydana gelen artıştan, doğal kaynaklardaki artışa, enerji üretimindeki artıştan, öğretmen sayısındaki artışa kadar bir çok veri kalkınma kriterleri olarak kullanılabilmektedir (Acar, 2002: 11).

Yalnız bu verileri, her ülkede tam ve doğru olarak her zaman tespit edebilmek çok zor olmaktadır (Güran, 2004: 11). Bu verilerin tespit edilmesinde kullanılan yöntemler ve hesaplama teknikleri farklılıklar içerdiğinden, karşılaştırmalı analizlerin yapılmasında yanlış ve farklı sonuçlar çıkabilmektedir. Bu nedenle kalkınma verilerinin ölçülmesinde, ulusal ve uluslararası verilerin ortaya çıkarılabilmesi için ortak standartların kullanılması gerekmektedir.

Dünya Ticaret Örgütü (WTO), Uluslararası Ticaret Merkezi (UNCTAD/WTO), İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD) ve Dünya Bankası (WB) gibi bazı uluslararası kuruluşlar, elektronik ticaret modeli uygulamasının yaygınlaştırılması, etkilerinin ölçülmesi, ülkeler arasındaki gelişmelerin takip edilebilmesi ve ortak standartların kullanılması amacıyla ortak ya da ayrı ayrı çalışmalar yürütmektedir (UNCTAD/WTO, 1999: 1).

Elektronik ticaret modelinin uygulanması, her geçen zaman diliminde artarak yayılmaktadır. Dördüncü bölümde ki incelemelerde de görüldüğü gibi; bu modeli uygulayan ülkelerin ekonomilerindeki büyüme oranları ve toplumsal kalkınma verileri, geleneksel ticareti uygulayan ülkelere nazaran daha hızlı ve daha büyük oranlarda gerçekleşmektedir.

İnternetin uygulama alanının ve elektronik ticaretin yaygınlaşmasıyla birlikte meydana gelen gelişmeler, mikro ekonomi alanında (firmalar bazında) kendini gösterdiği gibi bir algılama olsa da, bu gelişmelerin makro ekonomi ve makro ekonomik politikalar konusunda etkili olacağı genel kabul görmektedir. Elektronik ticaretin hızla yaygınlaşması, ticaret kapasitesinin artmasına neden olarak makro ekonomik dengeleri etkilemekte; dolayısıyla kalkınmayı sağlayıcı atmosfer oluşturmaktadır. Bu nedenle, elektronik ticaret, ülkelerin kalkınmalarını gerçekleştirmek üzere hazırladıkları planların ve uygulamalarında dikkate alınan temel unsurları arasında yer almaya başlamıştır.

Bu çerçevede ülke kalkınmasında elektronik ticaretin sağladığı pozitif etkiden faydalanmak için makro düzeyde planlama yapma ve program oluşturma

aşamalarında, yeni kurullar ve yeni bakanlıklar kurulması ülkelerin gündemlerini işgal etmekte ve tartışılmaktadır. Bu tartışmaların ana nedeni ise; elektronik ticaretin, (Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin tüm fonksiyonlarının, araçlarının ve imkanlarının kullanımını kapsayan bir elektronik ticaretin) üretim aşamasından başlayıp tüketiciye ulaşmaya kadar geçen süreçte çok yaygın ve etkin kullanılmasıdır. Bu süreçte gerçekleşen elektronik ticaret kullanımının sağladığı sinerji ise kalkınmayı sağlayıcı ve kalkınma-büyüme hızını artırıcı etkiler meydana getirmektedir.

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucu dünyada makro ölçekte olağanüstü bir şekilde yaşanan gelişim ve dönüşümleri takip etmek, izlemek, uyum sağlamak tüm ülkeler açısından ciddi bir önem taşımaktadır. Çünkü ülkelerin kendilerini yeni ekonomiye adapte edememeleri ve elektronik ticaretin sağladığı avantajlardan yeterince yararlanamamaları gelecekleri açısından bir risk oluşturmaktadır. Bu risk ise, yakın sayılabilecek bir zamanda, ülkelerin üzerinde durmaları gereken hayati öneme sahip en önemli sorunları olarak karşılına çıkacaktır. Çünkü ülkelerin varlıklarını devam ettirebilmeleri ekonomik olarak kalkınmalarını devamlı kılmalarına bağlıdır.

Bu çalışmada Elektronik Ticaret kullanımının kalkınmayı sağlayıcı ve büyüme hızını artırıcı pozitif yönlü etkilerinin olduğu iddia edilmekte ve savunulmaktadır. Çağımızdaki gelişmeler de “Elektronik Ticaret kullanımının kalkınmaya önemli oranda etki ettiği” şeklinde ki tezimizi doğrular niteliktedir. Yapılan araştırmalarda da yeni ekonominin ve elektronik ticaretin ilk etkileri; verimliliğin artması, ekonomik büyüme oranlarının yükselmesi ve hızlı kalkınmaya olanak yaratması olarak tespit edilmektedir.

Artık yeni ya da yenilenen ekonomi çerçevesinde yapılanmadan, bilgi ve iletişim teknolojilerinden tam olarak yararlanmadan, elektronik ticaret uygulamalarını yaygınlaştırmadan kalkınmak çok güçleşmiş görünmektedir. Bilgi ve İletişim Teknolojilerindeki gelişmelerin, yasal düzenlemelerin ve kalkınma politikalarının daha da belirginleşmesi ve etkinleştirilmesi sağlandıkça, elektronik ticaret kullanımı

genişleyerek yaygınlaşacak ve etkinlik kazanarak kalkınmanın gerçekleşmesindeki rolü daha da artacaktır. Bunun için bu çalışmada, elektronik ticaret modelinin oluşturulması ve politikalarının belirlenmesi yönünde yapılması gereken işlem ve öneriler aşağıda belirtilmektedir. Elektronik ticarete dayalı kalkınma modelinin gerçekleştirilmesi için yapılması gerekenler ve izlenecek aşamalar ise şöyle sıralanabilir;

- Makro ölçekte stratejik planların hazırlanması,
- Altyapı çalışmalarının tamamlanması,
- Devletin elektronik devlete dönüşümünü sağlayacak şekilde yeniden yapılanması,
- Global eğitim sistemine geçilmesi,
- Mikro ölçekte elektronik ticaret sisteminin uygulanması,

Elektronik ticarete dayalı kalkınma modelinde bu aşamalardaki işlemlerin gerçekleştirilebilmesi için gerekli olan politikalar ise aşamalara göre sırasıyla şöyle sıralanabilir;

Makro ölçekli planların hazırlanması aşamasında, elektronik ticaret modelinin başlangıç ilkesi; “Elektronik Ticarete Dayalı Kalkınma Modeli”ni uygulamayı kabul eden bir “siyasi iradenin varlığı” gerekmektedir. Siyasi iradenin, bu modeli uygulayarak ülke kalkınmasının gerçekleşebileceği tezini benimsemesi, kabul etmesi, bu modelin uygulanması yönünde kararlı olması gerekmektedir.

Siyasi irade, makro ölçekli tüm planların oluşumunu, işleyişini ve denetimini sağlayacak bir bakanlık oluşturmalıdır. Bakanlık yapılanması, ülkeye yeni bir bürokratik yük getirecek şekilde değil, bilgi ve iletişim teknolojilerinin tüm imkanlarından faydalanılarak, nitelikli personel istihdam edilerek, bürokrasi minimum seviyede tutularak, etkinlik ve etkililik sağlayacak şekilde oluşturulmalıdır. Oluşturulacak bu yeni bakanlığın görev alanı ise genel olarak;

- Elektronik ticaret modelinin oluşturulması ve ülke genelinde işletmeler, sektörler ve tüketiciler tarafından kullanımının yaygınlaştırılması sağlayıcı çalışmalar yapmak,
- Elektronik ticaret modelinin uygulanması, bilgi toplumuna dönüşümün sağlanması, elektronik devlete dönüşüm için devletin yeniden yapılanması, global eğitim sistemine geçilmesi için gerekli altyapı yatırımlarının yapılmasını gerçekleştirmek,
- Oluşturulan mikro ve makro planların uygulanmasını sağlamak , denetlemek ve gelişmelere göre yeniden politika oluşturmak şeklinde belirtilebilir.

Altyapı çalışmalarının tamamlanması aşamasında; öncelikle hukuki ve yasal alt yapının öncelikle tamamlanması gerekmektedir. Her ülkenin kendi şartları çerçevesinde siyasi organları tarafından gerekli yasal düzenlemelerin yapılması, modelin uygulanması ve kalkınma çalışmalarının başarısını etkileyecektir.

Teknik ve teknolojik alt yapının tamamlanmasında devletin olanakları yanında, özel sektörün de bu alt yapı yatırımlarına katılması özendirilmeli ve teşvik uygulamaları gerçekleştirilmelidir. Özellikle telekomünikasyon ve lojistik alanlarında devlet tekelleri kaldırılmalı ve özel sektörün bu alanlarda faaliyet göstermesi ve yatırım yapması için engeller ortadan kaldırılmalıdır. Bu çerçevede, mobil ve kablolu telefon hatlarının işletilmesi ve bu alanlara yatırım yapılması için özel sektör işletmelerine her tür yasal ve teknolojik imkan sağlanmalıdır.

Lojistik alanında; posta ve kargo hizmetleri alanındaki devlet tekelleri kaldırılmalı ve özel sektör işletmelerine bu alanda faaliyet serbestisi sağlanmalıdır. Bu alandaki gelişmeler elektronik ticaretin yaygınlaşmasında hayati önem taşımaktadır. Elektronik ticaret uygulaması ile verilen siparişlerin hızlı ve güvenli ulaşımı elektronik ticaret modelinin kullanımını yaygınlaştıracaktır.

Devletin elektronik devlete dönüşüm aşaması analiz edildiğinde; elektronik ticaret modelinin yaygınlaşmasında, elektronik devlete dönüşüm kilit öneme sahiptir. Devletin, elektronik ticaret modelinin uygulamasını gerçekleştirecek yasal düzenlemeleri sağlayabilmesi, kontrol ve denetimleri gerçekleştirebilmesi, teşvik ve destek programlarını uygulayabilmesi için zorunlu olarak kendisi de elektronik ortamda bulunması gerekmektedir. Bu da geleneksel devlet yapılanmasının elektronik devlet yapılanmasına zorunlu dönüşümünü gerektirmektedir. Elektronik devlete dönüşümü yine devletin kendisi gerçekleştirmektedir. Bu çerçevede, devletin yönlendiricisi ve politikalarının oluşturucusu olan siyasi irade ile bu politikaların uygulayıcısı bürokratlar birlikte çalışmaktadırlar.

Elektronik devlet yapısında, teknolojik bilgiye sahip, iyi eğitilmiş, yeterli ve yetenekli personel istihdamına olan ihtiyaç ön plana çıkmaktadır. Bu nedenle, elektronik devlet yapılanmasında gerekli olan personel temin edilirken çok hassas davranılmalıdır. Özellikle az sayıda ve donanımlı personel istihdam edileceği için, çalıştırılacak personelin, üniversite mezunu olması, teknolojik bilgi ile donanımlı olması, Türkçe'yi en iyi kullanabilir seviyede olması, yabancı dil biliyor olması vb gibi önemli kıstaslar getirilebilir. Bu kıstaslar hem elektronik devlete dönüşümü hızlandıracak hem de devletin hizmet kalitesini ve hızını artıracaktır. Elektronik devlete dönüşüm ve hizmet kalitesinin artması elektronik ticaret modelinin uygulanmasını ve yaygınlaşmasının sağlayacaktır.

Elektronik devlet yapılanmasında; devlet, kendi işlevini yerine getirmekle ilgili faaliyetler, sağlık, güvenlik ve alt yapı yatırımları haricinde, hiç bir ekonomik faaliyetlerle ilgilenmemektedir. Devletin, sektörlerin elektronik ticaret modeline entegrasyonunu ile elektronik ortamda bütünleşmeyi ve böylelikle rekabet ortamının gelişimi sağlayacak düzenleyici görevi ön plana çıkmaktadır.

Global eğitim sistemine geçilmesi aşaması analiz edildiğinde; elektronik ticaret modelinde eğitim hayati rol oynamaktadır. Bu modelde 'Elitist Eğitim Sistemi' uygulaması terk edilmekte ve 'Global Eğitim Sistemi' uygulanmaktadır.

Global Eğitim Sistemi, bu modelde ki bütün faktörler ile ilişkilidir. Eğitim, buradaki bütün faktörleri devamlı bir şekilde etkilemekte ve kendisinde bu ilişki sonunda etkilenecek yeniden yapılanma sürecine girmektedir. Bu dönüşüm aralıksız olarak devam etmektedir. Global Eğitim Sistemi bu yeniden yapılanma sürecinde, AR-GE çalışmaları ile birbirini geliştirici yönde yoğun ilişki içinde bulunmaktadır. Global eğitim sisteminin uygulanması ve yaygınlaştırılmasını sağlamak amacıyla ücret farklılaştırması, statü kazanımı vb. gibi bazı belli başlı politikalar da geliştirilebilir

Mikro ölçekte elektronik ticaret sisteminin uygulanması aşamasında; sektörler ve işletmeler bazında elektronik ortamda bütünleşme, hem sektörlerin gelişmesini hem de işletmelerin ölçek büyütmesini sağlamaktadır. Bu nedenle işletmelerin elektronik ticaret modelinin uygulanmasına geçmesi ve sektörel bazda elektronik pazarların oluşumunun sağlanması için, vergi düzenlemeleri, geçiş ve entegrasyon kredileri, Ar-Ge yatırım ve faaliyetleri teşviki gibi belli başlı uygulamalar yapılabilir.

Elektronik ticaret kullanımı ile işletmeler maliyet azalması, verimlilik ve karlılık artışı gibi avantajlar elde ederek ölçek büyümesini gerçekleştirmektedirler. Sektörel ve firma bazındaki bu tür mikro gelişmeler ise, makro düzeyde istihdam imkanlarını artırmakta ve yeni iş olanaklarını geliştirmektedir.

Elektronik Ticarete Dayalı Kalkınma Modelinin Mikro bazda gelişimi, Makro Ekonomik Göstergelerde çarpan etkisi yaratmaktadır. Makro göstergelerdeki değişim tüm sosyal, siyasal, teknolojik ve ekonomik sistemleri etkileyerek ve geliştirerek kalkınmayı sağlamaktır.

----- O -----



ELEKTRONİK TİCARET

TERİMLERİ SÖZLÜĞÜ

Açık Anahtar (Public Key):

Açık anahtarlı bir kriptografik yöntem (algoritma) kullanan bir kullanıcının kendisine ait olan iki anahtarından kamuya açık olanına denir.

Açık Anahtar Altyapısı (Public Key Infrastructure - PKI):

Bilgi iletişimde açık anahtarlı kriptografinin yaygın ve güvenli olarak kullanılabilmesini sağlamaya yarayan ve birbirleriyle eşgüdüm içinde çalışan anahtar üretimi, anahtar yönetimi, onay kurumu, sayısal noterlik, zaman damgası gibi hizmetlerin tümünü ifade eder.

Açık Anahtarlı Kriptografi (Public Key Cryptography):

Her kullanıcıya, sürekli kullanım için biri açık diğeri gizli iki anahtarın verildiği şifreleme/şifre çözme yöntemlerinin tümünü içerir. Asimetrik Kriptografi ya da çift anahtarlı kriptografi adını da alır.

Açık Arttırma (Auction):

İnternet üzerinde ticaret türlerinden birisidir. Gerek işletmeler arası, gerekse de tüketiciler pazarında kullanılan bu yöntemle göre herhangi bir ürün için, belli bir zamanda en yüksek fiyat öneren alıcıya satılması sistemidir.

Açık Bilgisayar Ağı (Open Computer Network):

İsteyen herhangi bir bilgisayar kullanıcısının bağlanabileceği ve diğer kişilerle bilgisayar üzerinden iletişim kurabileceği, herkese açık elektronik iletişim ortamını ifade eder. Örnek: İnternet.

Alan Adı (Domain Name):

İnternet üzerinde her bir bilgisayarı tanımlayan ve adına IP numarası denilen rakam kümesinin birinci basamağı "Alan" (domain) basamağıdır. Bu rakam kümesi bilgisayarın kullandığı protokolü, bilgisayarın adını ve bağlanan kurumun türünü gösterir. İnternet ortamında yer alan binlerce bilgisayarın adresi alan adı ile belirlenir.

Anahtar (Key): Şifreleme ve şifre çözme sırasında kullanılan sayı dizisidir.

Anahtar Bulan Kurum-ABK (Key Recovery Agency-KRA):

Yasal erişime yardımcı olmak amacıyla kurulan ve yargının gerektirdiği durumlarda, zan altındaki kişinin gizli anahtarının matematiksel yöntemlerle elde edilmesini sağlayan kurumdur. Gizli anahtarını kaybeden herhangi bir kişi de, kimliğini belgeleyerek ABK' ya başvurursa anahtarını yeniden elde edebilir.

Anahtar Üretimi (Key Generation):

Açık anahtarlı kriptografide, her kullanıcının açık/gizli anahtar çiftinin, kullanılan kriptografik yöntemle ilgili matematiksel işlemlerle hazırlanmasına denir.

Anahtar Yönetimi (Key Management):

Açık anahtarlı kriptografide her kullanıcıya farklı anahtar çiftleri verilmesi, kullanıcıların açık anahtarlarının herkesin ulaşımına açık olarak saklanması ve kullanıcılarının gizli anahtarlarının mutlak gizliliğinin sağlanmasından sorumlu düzenektir.

Ana Kapı (Portal):

Kişi ya da kurumların web'i kullanırken ilk olarak ziyaret ettikleri yer. Aynı zamanda web ile ilgili elektronik posta ve benzeri hizmetler sunarak çekim alanı yaratırlar.

Basit Bölüm (Simple Segment) :

Hiçbir sınıflandırmaya ihtiyacı olmayan bölümdür (Anlamı sabit ve açık olan bölüm).

Basit Veri Elemanı (Simple Data Element) :

Tek bir değer taşıyan veri elemanına denir.

Bant Genişliği (Bandwith):

Bir ağ bağlantısı üzerinden gönderilen data miktarını ifade eder. Örneğin tam sayfa bir İngilizce metin 16.000 bit kadardır. Hızlı bir modem saniyede 15.000 bit transfer edebilir. Tam ekran bir video sıkıştırmaya bağlı olarak saniyede yaklaşık 10 milyon bit gerektirir.

Barındırma (Hosting):

Bir web sitesinin bir sunucu üzerinde bulunması ve yayınlanması gerekmektedir. Bu sunucu şirketlerin kendi içinde olabileceği gibi, dışarıda profesyonelce bu işi yapan şirketlerin sunucularından da yararlanılabilir. Belli bir ücret karşılığı şirketin web sitesi bir hosting şirketinin sunucusunda barınabilir.

Bilgi Bütünlüğü (Message Integrity):

Bilginin saklanması veya açık/kapalı iletişim ağlarından iletimi sırasında içerik açısından herhangi bir değişime uğratılmamış olması, zgn halinde korunmasına denir.

Bilgi Güvenliği (Information Security):

Bilginin;

- 1) Kime ait olduğu belirlenmiş,
- 2) Bütünlüğü korunarak ve
- 3) Gizliliği sağlanmış olarak iletimi ve saklanması işlemleridir.

Bölüm Adı (Segment Name):

Bir ya da daha çok sözcük ile veri bölümü kavramının tanımlanmasıdır.

Bölüm Kodu (Segment Code):

Bölüm rehberinde tanımlandığı şekilde, her bölümü tek olarak gösteren kod olarak ifade edilir.

Bölüm Rehberi (Segment Directory):

Tanımlandırılmış, isimlendirilmiş bölümler listesine denir.

Çift Anahtarlı Kriptografi (Double Key Cryptography):

Açık anahtarlı kriptografi veya asimetrik kriptografi de denir.

Doküman (Document):

Bir verinin üzerine kayıt edildiği, insan ya da makine tarafından okunabilen, (değişmez) veri taşıyıcı.

Elektronik Sertifika:

İmza sahibinin imza doğrulama verisini ve kimlik bilgilerini birbirine bağlayan elektronik kayıdır.

Elektronik Veri:

Elektronik, optik veya benzeri yollarla üretilen, taşınan veya saklanan kayıtlarıdır.

Elektronik Kimlik Belgesi (Digital Certificate): Onay kurumunun hazırladığı ve sayısal olarak imzaladığı, hangi açık anahtarın hangi kişiye ait olduğunu gösteren belgedir.

Extranet:

Şirketin ortaklarını, müşterilerini, dağıtıcıları, tedarikçileri ve çalışanlarını birbirine bağlamak suretiyle işbirliği ve bilgi değişimini sağlayan kamuya ait ya da özel ağlar. Günümüzde bu ağlar web teknolojisi ve bu teknoloji üzerinde iletişimi standardize eden TCPIIP protokolleriyle kullanılmaktadır.

Elektronik Kimlik Belgesi (Digital Certificate):

Onay kurumunun hazırladığı ve sayısal olarak imzaladığı, hangi açık anahtarın hangi kişiye ait olduğunu gösteren belge.e-posta: Elektronik posta, bir

bilgisayardan diğerine/diğerlerine veya bir kişiden diğer kişiye/kişilere gönderilen elektronik mesajdır.

Elektronik Veri değişimi -EVD (Electronic Data Interchange - EDI):

1. Anlam; İlk olarak 1960 ve 1970'lerde büyük ticari şirketlerle ticari ortaklarını birbirine bağlamak amacıyla kullanılan bugün ise internet ve şirket internetleri üzerine taşınan özel ağlardır. Bu ağlar üzerinden şirketler şirket içi ve şirketler arası veri değişimi elektronik olarak yapılmaktadır.

2. Anlam; Standart bir yapıda bilgisayardan - bilgisayara veri (ticari) transferidir.

3. Anlam; Standart bir formda yazılmış olan bilgilerin bilgisayarlar arasında aktarımı ve otomatik olarak yorumlanıp işlenebilmesidir.

Erişim (Access):

Herhangi bir sistemi kullanmaya başlama aşamasıdır. Örneğin; bir elektronik ticaret sistemine bilgisayar üzerinden bağlanarak iletişim kurmaktır.

EVD Kurumu (EDI Association):

Bir ülkede EVD kullanımını düzenleyen kuruluştur. Örneğin; ABD'deki EDIA, Avustralya'daki EDICA, Kanada'daki EDICC veya Yeni Zelanda'daki EDIANZ gibi.

EVD Servis Sunucusu (EDI Server):

Bir EVD servisinin merkezinde olan bilgisayar sistemidir.

Gizli -Özel, kişisel- Anahtar (Private Key):

Açık anahtarlı kriptografi kullanan bir kullanıcının, kendisine ait olan iki anahtarından gizli tutulanıdır.

Gizlilik (Privacy):

İletişim kuran iki taraf arasındaki yazışmaların üçüncü kişilerden gizli tutulması, veya bir kişiye ait bilgilerin kendisi dışında herkesten gizli tutulmasıdır.

Güvenlik Duvarı (Firewall):

Şirket ağları ile Internet arasında şirket verilerinin güvenliğini sağlamaya yönelik olarak oluşturulan güvenlik yazılımıdır.

HTML (Hyper Text Markup Language):

Hipertext döküm anlar yaratabilmek amacıyla kullanılan bilgisayar dili veya kodlarıdır. Bu dille yazılan programlar web sitesinin açıldığında nasıl görüleceğini belirler.

HTTP (Hypertext Transfer Protokol):

Yazı, grafik, resim, ses, video ve diğer çoklu ortam dosyalarının karşılıklı değişimi ile ilgili kurallar bütünüdür.

Kanal (Channel):

Bilginin bir kullanıcıdan diğerine iletimi için gereken fiziksel iletişim ortamı, örneğin; bilgisayar bağlantısı, telefon kablosu, radyolink ve uydu üzerinden diğer kullanıcıya ulaşan bağlantının tümüne denir.

Kapalı Bilgisayar Ağı (Closed Computer Network): Kullanıcılarından biri olmak için belirli koşulların sağlanması gerektiği, herkese açık olmayan bilgisayar ağlarıdır. Örnek; Bankalar ve bankamatikler arasındaki bağlantı.

Katma Değerli Ağlar (Value Added Network - VAN):

Şirket faaliyetlerini bir değer yaratma süreci olarak ele alarak süreçleri bu amaçla birbirine bağlayan bilgisayar ağlarıdır.

Kimlik Belirleme (Authentication):

Herhangi bir servisi almak isteyen birinin, gerçekten de kendi iddia ettiği kişi olduğunun belirlenmesidir.

Kişiselleştirme (Customization):

Kişisel ve kurumsal ihtiyaçları özel taleplere göre karşılamak üzere web uygulamalarına yönelmeye denir. Belli ürün ve hizmet alanlarıyla ilgilenen kişi ya da kurumların özel ihtiyaçlarını dikkate alarak gereksiz zaman ve kaynak israfını önlemek ayrıca da kişi ve kurumlara özel hizmet verildiği imajını yaratmak hedef alınır.

Kod (Code):

- a) Bilginin kısaltılarak kayıt edildiği ya da tanımlandığı karakter dizisi,
- b) Bilgisayarın tanıyacağı formda özel semboller kullanılarak bilginin gösterilmesi ya da tanımlanmasıdır.

Kriptografik Algoritma (Cryptographic Algorithm):

Şifreleme/şifre çözmede kullanılan belirli bir yöntemin ayrıntılı içeriği, bu içeriğin matematiksel adımlarıdır.

Kriptoloji (Cryptography):

Güvenli bilgi iletişimi ve/veya saklanması için şifreleme ve şifre çözme yöntemleri türeten, geliştiren, inceleyen bilim dalıdır.

Kurabiye (Cookie):

Bir web hizmet sağlayıcısından bir web tarayıcısına gönderilen bilgi parçalarıdır. Tarayıcı yazılım bilgileri kayıt ederek hizmet sağlayıcıya geri gönderir. Tarayıcı ayarlarına bağlı olarak bu uygulama kabul ya da reddedilebilir.

Kurum: Telekomünikasyon kurumunu ifade eder.

İmza Sahibi:

Elektronik imza oluşturmak amacıyla bir imza oluşturma aracını kullanan gerçek kişiyi ifade eder.

İmza Oluşturma Verisi:

İmza sahibine ait olan, imza sahibi tarafından elektronik imza oluşturma amacıyla kullanılan ve bir eşi daha olmayan şifreler, kriptografik gizli anahtarlar gibi verileri içerir.

İmza Oluşturma Aracı:

Elektronik imza oluşturmak üzere, imza oluşturma verisini kullanan yazılım veya donanım aracıdır.

İmza Doğrulama Verisi:

Elektronik imzayı doğrulamak için kullanılan şifreler, kriptografik açık anahtarlar gibi verileri ifade eder.

İnternet Servis Sağlayıcılar (Internet Service Provider - ISP):

Kişiler ve kurumların internet bağlanması ile ilgili altyapı hizmetlerini sunan şirketlerdir.

İntranet:

TCP/IP, HTML ve güvenlik duvarı gibi internet standartlarını kullanarak şirket içinde çalışanları ve bölümleri birbirine bağlayan dahili bilgisayar ağlarıdır.

Mesaj (Message):

Bilgiyi taşımak üzere planlanmış sıralı (düzenli) karakter serisidir.

Mesaj Çizeneği (Message Diagram):

Bir mesaj içindeki bölüm dizisinin grafiksel gösterimidir.

Mesaj Kodu (Message Code):

Mesaj tipini tanımlayan ve tek olan alfabetik referanstır (isimdir).

Mesaj Rehberi (Message Directory):

İsimlendirilmiş, tanımlandırılmış ve tarif edilmiş mesaj tiplerinin listesidir.

Mesaj Tipi (Message Type):

Belirlenmiş işlem tipi için ihtiyaçları kapsayan, tanımlanmış ve planlanmış veri kümesidir (setidir).

Müşteri İlişkileri Yönetimi (Customer Relations Management - CRM):

Kalıcı müşteri ilişkisi sağlamak suretiyle, müşteri sadakatini arttırmayı amaçlayan müşteri ilişkileri yönetimini destekleyen hizmetler, araçlar ve stratejiler bütünüdür.

Onay Kurumu-OK (Certifying Authority-CA):

Kişilerin kimliğini güvenli olarak belirleyip elektronik kimlik belgelerini hazırlayan ve anahtar yönetimini sağlayan kuruluştur.

SAP:

Şirket kaynak planlamasını destekleyen sistemlere denir.

Sanal Pos (V-POS):

Müşterilerin elektronik ortamda ödeme yapmaları için gerekli yazılımdır.

Sayısal İmza (Dijital Signature):

Elektronik ortamdaki yazışmalara eklenen, yazıyı gönderenin kimliğini ve gönderilen yazının iletim sırasında bozulmadığını kanıtlamaya yarayan bölüm. Sayısal imza, yazının içeriğine ve imzalayanın gizli anahtarına bağlı bir kriptografik yöntemle atıldığı için, sayısal imzanın doğrulanmasında, imzayı atanın açık anahtarı kullanılır.

Sayısal Noter (Dijital Notary):

Bilgisayar ağlarında iletilen bilgileri tarafların isteği ile saklayıp, kendisine başvurulduğunda belgeleyebilen kuruluştur.

Şerit Reklam (Banner):

Web sitesi üzerinde reklam uygulamalarından birisidir. En çok ziyaret edilen web sitelerinin üzerine konulan resim, grafik, yazı ve hareketli videolardan oluşan uygulamalardır. Üzerine tıklayan kullanıcı reklam veren şirketin web sitesine ulaşabilir.

Şirket Kaynak Planlaması (Enterprise Resource Planingm - ERP):

Şirketin anahtar süreçlerini genellikle finanssal muhasebe, insan kaynakları, ve üretim faaliyetlerini içeren çok modüllü yazılım uygulamaları desteğine dayanarak yönetme yaklaşımıdır.

Tarayıcı (Browser):

İnternet üzerinde araştırma yapmaya yarayan yazılımlar. Microsoft Explorer ve Netscape Navigator bilinen iki tarayıcı yazılımıdır.

Tedarik Zinciri Yönetimi (Supply Chain Management - SCM):

Üretici şirketin tedarik ve üretim sistemini bütünleyerek maliyetleri düşüren ve tam zamanında üretim ve benzeri modem işletmecilik uygulamalarına imkan veren yaklaşımdır.

Tek Anahtarlı Kriptografi (Single Key Cryptography):

Şifreleme ve şifre çözme için aynı anahtarı kullanan kriptografi yöntemlerinin tümü. Simetrik kriptografi veya gizli anahtarlı kriptografi adını da alır. Kullanılan gizli anahtarı mesajı gönderen ve alan kişilerin paylaşması gerektiği için, tek anahtarlı kriptografinin güvenilirliği, her kullanıcı çiftine ayrı bir anahtar verilebilmesine bağlıdır. Bu durumda, bir kullanıcı, haberleşeceği herkes için farklı

bir anahtar kullanmak zorundadır; bu ise önemli bir anahtar dağıtım problemi yol açar. Çift anahtarlı kriptografi , bu sorunu ortadan kaldırmıştır.

UN/EDIFACT:

Mesaj rehberinde belirlendiği düzende sıralı bölümler kümesidir.

Uygulama Servis Sağlayıcılar (Application Server Provider - ASP):

Online işlemler ve veritabanı yönetimi, stok yönetimi, sipariş alma, faturalama, güvenlik ve müşteri hizmetleri gibi ilgili işlevleri yerine web üzerinden getirebilmek için kullanılan ve web'i yüksek performanslı bir iş istasyonuna dönüştüren çok parçalı sofistike yazılımlardır.

Veri:

Bilginin, iletişim, yorum, ya da işlem için uygun olarak formülize edilmiş şekilde gösterilmesidir.

Veri Elemanı:

Verinin, tanımlamak, değer göstermek için özellikleri belirlenmiş bir birimidir.

Veri Elemanı Adı (Data Element Name):

Doğal dilde bir ya da daha çok sözcük ile veri elemanı kavramının tanımlanmasıdır.

Veri Elemanı Niteliği (Data Element Attribute):

Veri elemanının tanımlanmış özelliğidir.

Veri Elemanı Rehberi (Data Element Directory):

Tanımlanmış, isimlendirilmiş veri elemanı niteliklerinin, uygun veri elemanı değerinin nasıl simgeleneyeceğine ilişkin spesifikasyonları içeren listedir.

Veri Madenciliği (Data Mining):

İşletme, veri tabanları üzerinde detaylı bir çalışma yaparak, geleceğe yönelik faaliyetlerde karar verme süreçlerine yardımcı olabilecek bilgilere ulaşma amacıyla yapılan çalışmalara denir.

Yasal Erişim (Lawful Access):

Devletin, açık anahtarlı bir kriptografik algoritma kullananların gizli anahtarlarına, yasaların gerektirdiği durumlarda ve yargı kararıyla ulaşabilme yetkisidir.

Yerel Alan Ağları (Local Area Network - LAN):

Aynı bina, aynı kat ya da yapı içinde dar kapsamlı kullanım için tasarlanan yerel ağlardır.

Zaman Damgası (Time Stamp):

Bilgisayar ağlarında iletilen mesajlara eklenen ve mesajın yazıldığı zamanı güvenli olarak belgeleyen damgaya denir.

KAYNAKÇA

ACAR, Yalçın

2002 **İktisadi Büyüme ve Büyüme Modelleri**, İstanbul: Vipaş İnş. Tur. Eğt. A.Ş., Uludağ Üniversitesi Güçlendirme Vakfı Yayın No: 191.

ADRIAN, Brad

2002 **“A Market Model for Wireless Financial Services”**, Erişim: <http://www.gartnerG2.com> , (02/07/2002).

AKGÜL, Mustafa

2000 **Elektronik Ticaret ve Türkiye**, Erişim: <http://web.bilkent.edu.tr/turce/Yazilar/pcw/pcw-et.html> , Erişim: (26/11/2000)

AKGÜL, Mustafa ve O. GÖKÇÖL

2003 **E-Commerce-Seminar Papers**, Erişim: <http://gn.bilkent.edu.tr/tukce/css/ascii/> <http://www.claytonuz.com.au/ecommerce/ec-980709a.htm> ; (18/02/2003)

ALEXANDER, Roger

2002 **Ensuring Flexibility in Public/Private Sector Relationships**, Erişim: <http://www.copyright.com//> , (19/12/2002)

ALKİN, Kerem – Sadi UZUNOĞLU vd.

2003 **Dış Talebe Bağlı Ekonomik Büyümeye Geçişte Mikro Ekonomi Politikalari**, İstanbul: Ticaret Odası Yayınları, Mega Ajans Reklamcılık Matbaacılık Fuar Hizm. Ltd. Şti., Yayın No: 1997-43.

ALTUNEL İ. Ö. VE H. GÖNÜLLÜ

1998 **Elektronik Ticaret**, BYTE Türkiye, Mayıs 1998, Sayı:5, alıntı yapılan kaynak: İbrahim KIRÇOVA ve Pınar ÖZTÜRK, İnternette Ticaret ve Hukuksal Sorunlar, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No: 2000-29.

AMONN, Allen

2002 **“Volkswirtschaftliche Grundbegriffe und Probleme”**, alıntı yapılan kaynak: Yalçın ACAR; iktisadi Büyüme ve Büyüme Modelleri, s.9-10.

ANBAR, Adem

2003 **“E-Ticarette Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri”** Erişim: <http://www.uludag.edu.tr> , (2003-11-08)

ANDERSON, Colen

2000 **“E-Learning in Practice: Blended Solution in Action”**, IDC White Paper.

ARIKAN, A. Saadet

1999 **Dünyada ve Türkiye’de Elektronik Ticaret Çalışmalarına Hukuki Bir Yaklaşım**, Ankara: Alfa Yayınları.

ARİFOĞLU, Ali ve Abdullah KÖRNES ve diğer arkd.

2002 **E-Devlet Yolunda Türkiye**, TBD- Türkiye Bilişim Derneği Yayınları.

ASOMEDYA

1998 **“E-Ticaret”**, Ankara: Ankara Sanayi Odası (ASO) Yayınları, Ağustos Sayısı, 27-32.

ATKINSON, R. D. ve R. H. COURT

2003 **“New Economy Index: Understanding America’s Economic Transformation”**, progressive Policy Institute, http://www.neweconomyindex.org/index_nei.html , (13/12/2003).

ATİYAS, İzak

2000 **Rekabet Politikasının İktisadi Temelleri Üzerine Düşünceler**, Ankara: Rekabet Dergisi, Rekabet Kurumu Yayınları, Cilt:1, Sayı: 1, Mart-2000.

AYTEKİN, Gülçin

1998 **Elektronik Ticaret**, Ankara: DTM Yayını

BAYRAM, Erkan

2001 **Elektronik Ticaretin, Finansal Yapı, Organizasyon ve Yasal Düzenlemeler Açısından Değerlendirilmesi Sorunlar ve Çözüm Önerileri**, Ankara: Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Finansman Bilim Dalı.

BEDİR, Atila

2002 **“Üretim Teknolojisindeki Gelişmenin Sanayinin Rekabet Gücüne Etkisi: Otomotiv Sanayii Örneği”**, Ankara: Planlama Dergisi, Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları, Özel Sayı, Sayfa: 243-254.

BELİSLE, J. Denis

2000 **Secrets of Electronic Commerce**, Geneva: International Trade Centre UNCTAD/ WTO Trade Secrets Series, 2000 X, 267 PP, ISBN 92-9137-155-6.

BİRCAN, İsmail

2002 **“Kamu Kesiminde Stratejik Yönetim ve Vizyon”**, Ankara: Planlama Dergisi, Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları, Özel Sayı, Sayfa: 11-20.

BOZKURT, Veysel

2000 **Elektronik Ticaret**, Ankara: Alfa Yayınları.

BTYK (BİLİM VE TEKNOLOJİ YÜKSEK KURULU)

2004 “**Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu kararları**”, İzmir: İzmir İktisat Kongresi, 07 Mayıs 2004.

BUCKINGAM, Simon

2001 **Yes to 3 G White Paper**, Erişim:
<http://www.mobile3g.com> , pp. 13, (22/02/2001).

BUĞRA, Ayşe

2002 “**Uluslararası Bilgi Toplumunda Bilginin Ekonomiği Politikası**”,
Ankara: **Bilgi Toplumuna Geçiş**, Türkiye Bilimler Akademisi
Yayınları, Tübitak Matbaası, (Derl.) İlhan TEKELİ, Süleyman Çetin
ÖZOĞLU vdl. Sayfa: 85-98.

BURKES, Ronald

1998 “**Do You See What I See? The Future of Virtual Shopping**”, Journal
of the Academy of Marketing Science; v. 25/4: pp. 352-360.

BÜKE, Ahmet

2003 “**Bilişim Çağında E-Devlet ve E-Türkiye**, Erişim:
[Http://izto.org.tr/IZTO/TC/Web+Servisler/E-Inkubator/Sektor/Bilisim+](http://izto.org.tr/IZTO/TC/Web+Servisler/E-Inkubator/Sektor/Bilisim+Sektoru/edevlet/eturkiye)
[Sektoru/edevlet/eturkiye](http://izto.org.tr/IZTO/TC/Web+Servisler/E-Inkubator/Sektor/Bilisim+Sektoru/edevlet/eturkiye) , (22/07/2003).

CANDICE, Stevens

1998 “**The Knowledge-Driven Economy**”, **The Knowledge Economy**,
Butterworth-Heinemann Publishing, Woburn, pp: 88-89.

CANPOLAT, Önder

2001 **E-Ticaret ve Türkiye’deki Gelişmeler**, Ankara: T.C Sanayi ve Ticaret
Bakanlığı Hukuk Müşavirliği, Tüketicinin ve rekabetin Korunması
Genel Müdürlüğü Yayınları, ISBN 975-6918-59-4, Yayın No:89.

CARNOY, Matrew

1995 “**Structural Adjustment and the Changing Face of Education**”,
International Labor Review, Vol: 134, No: 6, p. 652-653.

CASTELLS, Manuel

2002 “**Gerçek Sanallık Kültürü**”, **Cogito Dergisi**, Yapı Kredi Yayınları,
Sayı:30, Sayfa: 212-216.

CERF, Vint

1998 “**İnternet Üzerinde Çalışan İşyerinde Liderlik**”, İstanbul: **Dijital
Ekonomi: Ağ Üzerindeki Akıl Çağında Umut ve Tehlike**,
KoçSistem Yayınları, Çeviren: Ece KOÇ, Editör: Ahmet BUĞDAYCI,

CHANG, Roberto

1998 **“Political Party Negotiations, Income Distribution, and Endogenous Growth”**, Atlanta: Journal of Monetary Economics, No: 41, pp: 227-255

CHISSICK, M. Ve A. KELMAN

1999 **ElectronicCommerce**, London: Law and Practice-1999.

CHOİ, Stabal ve Stakluo, D. WHINSTON

1997 **The Economics of E-Commerce**, US: Macmillan Technical Publishing.

CLİNTON J. William ve Albert GORE

2000 **Global Elektronik Ticaret**, İstanbul: Alfa Yayınları, (Çev.) Veysel BOZKURT.

COHEN, S. L. ve D. PAYIATAKIS

2002 **“E-Learning: Harnessing the Hype”**, **Performens Impovement**, Vol. 41, No: 2, Feb. 2002.

COPPEL, John

2000 **E,Commerce-Impact and Policy Challenges**, OECD Economic Department Working Paper No: 252.

ÇAĞLAR, Yücel

2002 **“Çevrenin Korunması İçin Verimliliğin Yeniden Tanımlanması mı Gerekiyor?”**, **Anahtar**, Sayı:14, Sayfa: 172-176.

ÇAK, Murat

2002 **Dünyada ve Türkiye’de Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi**, İstanbul: İstanbulnet Bilgisayar Yayıncılık, Turizm Seyahat Gıda ve İthalat İhracat San. Tic. Ltd.Şti., İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No: 2002/6.

ÇAKIR, Mehmet

2000 **“Yeni Ekonomi”**, **Durum Dergisi**, Ağustos-2000, Sayfa: 24-28.

ÇEŞMECİOĞLU, Senem

2000 **Sorularla Elektronik Ticaret**, İstanbul: İTO, Yayın No: 2001-2, Tanburacı Matbaacılık ve Tic. A.Ş.

ÇETİNDAMAR, Dilek

2001 **Türkiye’de Girişimcilik**, İstanbul: Türk Sanayicileri ve İş Adamları Derneği Yayınları, Yayın No: TÜSİAD-T/2002-12/340.

ÇİĞ, Ersin Edip

- 2002 **“Bluetooth ve Wap”**, Erişim:
<http://www.turk.internet.com> , (22/03/2002).

DEDEOĞLU, Gözde

- 2003 **“Bilişim Mesleği Etiği”**, TBD Bilişim Kültürü Dergisi, Aralık 2003, Sayı: 88, Sayfa: 45-46.

DEMİRHAN, Zeynep

- 1993 **Yeni İletişim Teknolojilerinin Türkiye’ye Girişi Konusunda Uygulanan Politikalar ve Sosya-Ekonomik Gelişmeye Etkileri**, Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları, Sosyal Planlama Genel Müdürlüğü Araştırma Dairesi Başkanlığı, Yayın No: 2334-SPGM:422

DEMİRÖZ, Ali ve Orçun SENYÜCEL

- 2000 **Microsoft Davasına Genel Bir Bakış**, Ankara: Rekabet Dergisi, Rekabet Kurumu Yayınları, Cilt: 1, Sayı: 4, Sayfa: 43-68.

DEMİRÖZ, Ali

- 2003 **Yeni Ekonomide Rekabet Kuralları**, Ankara: Perşembe Konferansları, Rekabet Kurumu Yayınları, Yayın No: 0106.

DEMİRTAŞ, Umut

- 2003 **Teknolojik Gelişme Büyüme ve İstihdam**, Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, No: 671, Mert Matbaası.

DEREBAŞI, Muammer

- 1999 **İnternet**, İstanbul: Mega Ajans Reklamcılık Matbaacılık Fuar Hizm. Lmt. Şti.

DİLENGE, Marco

- 2003 **“E-Commerce Boom for European SMEs”**, Erişim:
<http://www.datamonitor.com> , (06/01/2003).

DOKENİYA A.

- 1999 **“Re-Forming the State: Telecom Liberalization in India”**, USA: Telecommunication Policy, Vol.23, pp. 103-117, alıntı yapılan kaynak: Tarkan ERDOĞAN, Hakan BİLİR, “Bilgi ve iletişim Teknolojileri: Gelişmeler, yansımalar ve Piyasaların Yeniden Düzenlenmesi”, Rekabet Dergisi, sayı:11 sayfa:47-75.

DOLANBAY, Coşkun

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

DOLANBAY, Coşkun

- 2003 **“e-Dönüşüm: Türk Bilişim Kesimi ve Toplumsal Gelişim”**, TBD – Bilişim Kültürü Dergisi, Eylül – 2003, Sayı: 87, Sayfa: 67-68.

DTP (DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI)

1995 **Kalkınma Amaçlı Stratejik Planlama Çalışmaları**, Ankara: VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı, DPT Yayınları.

DTP (DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI)

2003 **“e- Dönüşüm Türkiye Eylem Planı 2003-2004**, Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları, Aralık – 2003.

DTP (DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI)

2004a **“2004 Yılı Programı”**, Ankara: VIII. Beş Yıllık Kalkınma Planı, DPT Yayınları.

DTP (DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI)

2004b **Bilgi Toplumu Dairesi Başkanlığı**, Erişim:
http://www.bilgitoplumu.gov.tr/mevzuat/20040123_eimza.pdf ,
(14/02/2004).

DUFF, Alistair

2000 **Information Society Studies**, London and New York-2000, Journal of Economic Perspectives, V. 8.

DUNCAAN, Simon

2003 **“Data on bluetooth-A Guide to its Deployment”**, Erişim:
<http://www.mobil e bluetooth.com> , (25/06/2002).

DURNA, Ufuk

2002 **Yenilik Yönetimi**, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım, Yayın No: 381.

DÜLGER, İlhan

2002 **“Türkiyede Demokratik planlı kalkınma”**, Ankara: **Planlama Dergisi**, Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları, 2002- Özel Sayı, s:1-10.

DÜLGER, İlhan

2002a **“Eğitim Ana Planı”**, Ankara: **Planlama Dergisi**, Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları, 2002- Özel Sayı, s:179-212.

DÜLGEROĞLU, Ercan

2003 **Kalkınma Ekonomisi**, Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi, Uludağ Üniversitesi Güçlendirme Vakfı, Yayın No: 148.

EIU (ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT)

2003 **“Economist Intelligence Unit, United States of America, Country Profile - 2003”**, USA, Erişim:
<http://www.eiu.countryprofile/usa/> , (21/07/2004).

EIU (ECONOMIST INTELLIGENCE UNIT)

- 2004 “Economist Intelligence Unit United States of America, Country Report, March – 2004”, Erişim:
<http://www.eiu.countryreport/usa/> , (21/07/2004).

EKİN, Nusret

- 1997 **Küresel Bilgi Çağında Eğitim-verimlilik-İstihdam**, İstanbul: Ticaret Odası Yayınları, Mega Ajans Reklamcılık Matbaacılık Fuar Hizm. Ltd. Şti., Yayın No: 1997-43.

EKİN, Nusret

- 1998 **Bilgi Ekonomisinde Elektronik Ticaret**, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Mega Ajans Reklamcılık Matbaacılık Fuar Hizm. Ltd. Şti., Yayın No: 1998-61.

ENFORMASYON VE DOKÜMANTASYON MÜDÜRLÜĞÜ

- 2002 **“Bilişim Çağında E-Devlet ve E-Türkiye”** Ankara: Enformasyon ve Dokümantasyon Müdürlüğü Yayınları.

ENVARLI Behçet, Cengiz ULTAV ve Arkşl.

- 2002 **“Ulusal Bilgi Altyapısı, Ulusal Bilgi Politikası ve Bilgi Hizmetlerinin Örgütlenmesi”**, Bilgi Toplumuna Doğru, Ankara: Türkiye Bilişim Şurası Sonuç Raporu, 10-12 Mayıs-Ankara, sayfa:3-40.

ERDOĞAN, Tarkan ve Hakan BİLİR

- 2002 **“Bilgi ve iletişim Teknolojileri: Gelişmeler, yansımalar ve Piyasaların Yeniden Düzenlenmesi”**, Ankara: Rekabet Dergisi, Rekebet Kurumu Yayınları, sayı:11 sayfa:47-75.

ERKAN, Hüsnü

- 1999 **“Türk Toplumunda Kültür ve Rekabet”**, Ankara: **Perşembe Konferansları**, Rekabet Kurumu Yayınları, Aralık-1999, Yayın No: 0040, Sayfa:33-78.

EROĞLU, Dicle

- 2000 **“Türkiye’de İnternet Altyapısı Üzerine Görüşler”**, Erişim:
<http://kurul.ubak.gov.tr/calisma/ek3> , (05/01/2000)

ERSOY, Zeynep

- 2000 **“Elektronik Ticaretin Ekonomik ve Sosyal Etkileri”**, Görüş Dergisi, Mart-2000, 26.

ERSÖZ, Selva

- 2003 **“Teknoloji, Kültür ve Toplum: Teknolojik Gelişmeler ve Kültürel-Sosyal Değişimler Arasındaki Sebep-Sonuç İlişkisi”**, TBD Bilişim – Bilişim Kültürü Dergisi, Aralık-2003, sayı: 88, Sayfa: 36.

ERTAŞ, Salih

- 2000 **Elektronik Ticaret: Tanımı, Gelişimi, Avantajları, Güvenliği**, Elektronik Ticaret, (Der. Veysel BOZKURT) İstanbul: Alfa Yayınları, Sayfa: 1-18.

ERYILMAZ, Bilal

- 2002 **Bürokrasi ve Siyaset**, İstanbul: Alfa Yayınları.

EŞİYOK, B. Ali

- 2003 **İstihdam, Birikim, Büyüme ve Sektörel Gelişme Dinamikleri**, Ankara: Tütkiye Kalkınma Bankası A.Ş. Yayınları, Araştırma Müdürlüğü Matbaası.

EUROPEAN COMMISSION (EC)

- 1997 **Open Access to Electronic Commerce for European SME's**, Brucsel: Belgium.

EUROPEAN COMMISSION (EC)

- 1998 **“Electronic Commerce – An Introduction”**, Erişim: <http://europa.eu.int/ISPO/ecommerce/answers/introduction.html>, (23/06/1998).

FORD, Matrew

- 2003 **“Identity Authentication and e-commerce”**, The Journal of Information, Law and Tecnology (JILT), Erişim: <http://elj.warwick.ac.uk/jilt/98-3/ford.html> (09/01/2003).

FRIEDEN Robert M.

- 2000 **“Universal Service When Tecnologies Converge and Regulatory Models Diverge”**, Harvard Journal of Law&Tecnology, Volume:13, Number 2, Winter 2000.

GALAGAN, Philip

- 2001 **“14 Things CEOs Should Know About E-Learning”**, Training and Development, Col. 55, No: 11, Nov. – 2001.

GENCA, Murat

- 1999 **“Biz E-Ticaretin Neresindeyiz”**, Power Dergisi, Kasım sayısı.

GERAY, Hüseyin

- 2001 **“Günaydın G-8!: Sayısal Eşitsizliği Kapatma Girişimi ve Türkiye Deneyimi”**, Kültür ve İletişim, 4/1, ss. 62-85.

GROSH, Steve

- 1999 **“Making Business Sense of The Internet”**, U.S: Harvart Business Review, March-April; pp. 118-126.

GÜLEÇ, Kadir

- 1998 **Cumhuriyetin 75. Yılında Bilim Teknoloji, Araştırma Politikalarının Sanayileşmeye Etkileri**, Ankara: Tübitak Matbaası, Ekim - 1998

GÜLEŞ, K. Hasan ve Muammer ZERENLER

- 2003 **“Tepkisel Üretim Sistemlerinde Bilişim Sistemlerinin Rolü”**, Ankara: Verimlilik Dergisi, Milli Prodüktivite Merkezi Yayını, Sayı: 2003/4, Sayfa: 59-78.

GÜN, Mehmet

- 2001 **“Bilgisayar Programlarının Eser Olarak Korunması”**, Ankara: Perşembe Konferansları, Rekabet Kurumu Yayınları, Nisan-2001, Yayın No: 0071, s: 95-114.

GÜRAN, İbrahim

- 2004 **“Elektronik Ticaretin Gelişmekte olan Ülkelere Etkileri ve Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme”**, Erişim: <http://www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/yazArk.php?Page> , (11/01/2004)

HENG, M.S.H.

- 2000 **Understanding Electronic Commerce From a Historical Perspective**, Vrije Universiteit, Serie research Memoranda 2000-38.

HANG, Chua Jek

- 2001 **“E-Procurement and Government to Business”**, ICT 35 Conferance, Berlin:2001, alıntı yapılan kaynak: İbrahim KIRÇOVA, E-Devlet Uygulamaları ve Ekonomiye Etkileri, İstanbul, İTO Yayınları, Yayın No: 2003-38.

HARDSTY, David

- 2000 **“Web Site in a Countr-Final Rules”**, Erişim: [http:// www.ecommer-cetax.com/doc/012101.htm](http://www.ecommer-cetax.com/doc/012101.htm) , (30/03/2001).

HARRIS, Nigel

- 2000 **“Milliyetçilik ve Ekonomik Gelişme”**, (çev.) İdil ESER, (Edt.) Renee PRENDERGAST ve Frances STEWART, İstanbul: YKY Yayınları.

HILLS, J.

- 1998 **“Liberalization, Regulation and Development”**, Gazette, Vol: 60 (6), pp. 459-476, alıntı yapılan kaynak: Tarkan ERDOĞAN, Hkan BİLİR, “Bilgi ve iletişim Teknolojileri: Gelişmeler, yansımalar ve Piyasaların Yeniden Düzenlenmesi”, Rekabet Dergisi, sayı:11 sayfa:47-75.

HİRSCHMAN, A. O.,

- 1958 **The Strategy of Economic Development**, New Haven, alıntı yapılan kaynak: Ercan DÜLGEROĞLU, **Kalkınma Ekonomisi**, Bursa: Uludağ Üniversitesi Basımevi, Uludağ Üniversitesi Güçlendirme Vakfı, Yayın No: 148, Ekim 2003.

HOGAN, Sarah

- 2003 **“To Net or Not To Net: Singapore’s Regulation of the Internet”**, Federal Communications Law Journal, Vol.51.

HUDSON, Hanry

- 1997 **“Structural Models of hte Telecommunications Industry”**, New York: Reinhold, Global Connections: International Telecommunications Infrastructure and Polisy, pp. 65-86.

İLTER, H. Melih

- 2002 **Global Dışsal Tedarik**, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No: 2002-31.

İNCE, Murat

- 1999 **Elektronik Ticaret: Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar**, Ankara: Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları, İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü, Hukuki Tedbirler ve Kurumsal Düzenlemeler Daire Başkanlığı.

INFOMAG

- 2001 **“E-Tedarik”**, Mart-2001.

JAMES, S. Henry ve Ed RESOR

- 2002 **“Dan Benderly, the Role of Pervasive Low-Cost Networks and Devices in the Future of Mobile Data Messaging”**, a Sag harbor Group White Paper, Erişim: (25/11/2002), <http://techlibrary.insurancetech.com/data/rlist?t=sys>, Sayfa: 10-48.

JOHNSTON, j. Donald

- 1998 **Electronic Commerce-Oppotunities and Challengesfor Government**, USA: Rosewood MA.01923, USA, Copyright Clearance Center.

KALEAĞASI, Bülent

- 2001 **“Yeni Ekonomi ve E-Devlet”**, Dış Ticarete Durum Dergisi, Aralık 2001, Sayı: 48, Sayfa: 42-48.

KAVRAKOĞLU, İbrahim

- 2002 **Yeni Rekabet Stratejileri ve Türk Sanayisi**, İstanbul: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği Yayınları, Yayın No: TÜSİAD-T/2002-07/322.

KAVRAKOĞLU, İbrahim

2004 **Yönetim Teknikleri**, İstanbul: The MBA Club Yayınları,
Kavrakoğlu Consulting'den Yönetim Teknikleri.

KAYASÜ, Serap / Melih PINARCIOĞLU vd. Arkadaşları

2003 **Yerel / Bölgesel Kalkınma ve Rekabet Gücünün Artırılması:
Bölgesel Kalkınma Ajansları**, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası
Yayınları, Yayın No: 2003-08.

KEPENEK, Yakup

1999 **Ekonomik Yönüyle E-Ticaret**, Ankara: Gündoğan yayınları.

KETTİNGER, J. William and TENG, T.C. James

2001 **"Business Process Change: A Study of Methodologies, Tecniques,
and Tools"**, MIS Quarterly, vol.21, No: 11, March, 55-80

KIILIAN, Wolfgang

2002 **"Digital Communication and Contract Law"**, İzmir:
Uluslar arası İnternet Hukuku Sempozyumu,
Dokuz Eylül Üniversitesi Yayını.

KIRÇOVA, İbrahim

2001 **İşletmeler Arası Elektronik Ticaret**, İstanbul: İstanbul Ticaret
Odası Yayınları, Mega Ajans Reklamcılık Matbaacılık Fuar
Hizm. Ltd. Şti. Yayın No: 20011"-32.

KIRÇOVA, İbrahim ve Pınar ÖZTÜRK

2001 **İnternette Ticaret ve Hukuksal Sorunlar**, İstanbul: İstanbul Ticaret
Odası Yayınları, Mega Ajans Reklamcılık Matbaacılık Fuar
Hizm. Ltd. Şti. Yayın No: 2000-29.

KIRÇOVA, İbrahim

2002 **Mobil Ticaret Rehberi**, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları,
Prive Grafik ve Matbaacılık San. ve Tic. Ltd. Şti., Yayın No: 2002-36.

KORKMAZ, Nuray

2002 **Sorularla İnternet ve Elektronik Ticaret Rehberi**, İstanbul: İstanbul
Ticaret Odası Yayınları, Yayın No:37, Prive Grafik & Matbaacılık.

KORO, Levent

2002 **Elektronik Ticaret ve Dünya Ekonomisi**, Ankara: Yüksek Lisans Tezi
Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı.

KOSGEB BİLGİ MERKEZİ

2004 <http://www.kobinet.org.tr/kosgebabm/> , (21/01/2004).

- LANSTİ, Marco ve Alan MACCORMACK
2000 **Developing Products On The Internet Time**, USA: HBR Press, September-October 2000.
- LEE, S.N. Paul
1997 **Telecommunication and Development: An Introduction**, New Jersey, Hampton Addition.
- LEVY, Pierre
1994 **"İntelligence Collective"**, Paris: **La Decouverte**,
alıntı yapılan kaynak: Bilişim Kültürü Dergisi, Aralık-20003, Sayfa: 36.
- LORAİNE, Beldo
2001 **"Small Business and the Internet"**,
Erişim: <http://www.Denverpe.com/iresume.html> .
- LYNCH, Daniel
1993 **Globalization of the Intrnet, The Internet System Handbook**,
Boston: MA: Addison Wesley.
- MANN, C.L.
2000 **Electronic Commerce in Developing Countries**, Institute for
International Economics, Working Paper No: 00-03.
- MARTİN, J. John
1994 **"The Extend of High Unemployment in OECD Countries"**, **Symposium of Reducing Unemployment**, Federal Reserve Bank of Kansas City, Woburn, pp: 88-89.
- MELODY, H. W.
1999 **"Telecom Reform: Progress and Prospects"**, USA Edition:
Telecommunication Policy 23, pp: 7-34.
- MUTSUNO, Hiroshi
2002 **"Becomeing an E-Company: A Strategy for Doing Net Business"**,
Erişim: <http://www.nri.comip> (10/01/2002).
- NEMLİ Esra, Selim YAZICI ve Serhat YANIK
2003 **"Kurumsal Eğitim ve Geliştirme Sürecinde Yeni Bir Yaklaşım: Elektronik Öğrenme"**, İstanbul: **Öneri Dergisi**, cilt: 5, yıl: 10, sayı: 20, Haziran 2003, sayfa: 109-117.
- NTV MAG Dergisi
2001 **"Yeni Ekonomi"**, İstanbul: Sayı:19, 82-91.

NORTON, B. Ve M.N. TOMAN

- 1997 **“Sustianability: Ecological and Economic Perspectives”, Land Economics**, 73: 553-568, (alıntı yapılan kaynak: Sürdürülebilir Kalkınama Ulusal Raporu, T.C. Çevre Bakanlığı Yayını, 2002: 11).

NUHOĞLU, Çetin

- 2003 **Entellektül Sermaye**, İstanbul: Sanayi Kongresi 10-11 Aralık 2002, İstanbul Sanayi Odası yayını, Mart-2003.

NULENS, George and V. L. AUDENHOVE

- 1998 **“The African Information Society: An Analysis of ITU and ECA”, IAMCR Glasgow Conference Declaresion: The Fee press.**

OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development)

- 1997 **E-Commerce: Opportunities and Challenges For Government**, OECD Report, Science Tecnology Industry.

OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development)

- 1998 **The Economic and Social Impacs of Electronic Commerce**, Paris: Preliminary Findings and Research agenda, OECD Report.

OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development)

- 1999 **The Economic and Social Impacs of Electronic Commerce**, Paris: Preliminary Findings and Research agenda, OECD Report.

OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development)

- 2000 **The Economic and Social Impacs of Electronic Commerce**, Erişim: [http://www. Biz.yahoo.com/prnews/000829/ca_net_mar.html](http://www.Biz.yahoo.com/prnews/000829/ca_net_mar.html), (25/07/2000).

OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development)

- 2004 **“Government on-line”, İstanbul: Conference of Ministers Responsible For Smoll And Medium-sized Enterprises (SMSs), “ICT, E-BUSINESS and SMSs”, İstanbul-Turkey; 3-5 June 2004.**

ORCAN, Serkan

- 2001 Erişim: <http://listweb.bilkent.edu.tr/inet-adm/04/0636.html>, (12/01/2001).

ÖĞÜTÇÜ, Mehmet

- 1998 **Türkiye’de Yeni Bir Ekonomik ve Ticari Diplomasi Stratejisine Doğru**, İstanbul: Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği Yayını, Yayın No: TÜSİAD - T / 98 – 6 / 230.

ÖZATA, Ayşe ve Saliha EVRENSEL

- 2003 **“Elektronik İmza”, Activefinans**, sayı:Ağustos-Eylül 2000, Erişim: <http://www.activefinanas.com/active/arsiv/sayi14/index.html> ,(09/01/2003).

ÖZGENER, Şevki

- 2004 **“Küçük ve Orta Boy İşletmelerin E-Ticarete Adaptasyonu ve Devletin Rolü”**, Erişim:
http://www.bilgiyönetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=214,
(22/01/2004).

ÖZGÜR, Bayram

- 2000 **“İnternet, Bilgi teknolojilerinin Gelişimi, Elektronik Ticaretin Dünya Ticaretine Etkileri”**, Erişim:
<http://www.igeme.org.tr> , (17/10/2000)

ÖZGÜVEN, A.,

- 2002 **İktisadi Büyüme-iktisadi Kalkınma, Sosyal Kalkınma, Planlama ve Japon Kalkınması**, s: 85, alıntı yapılan kaynak: Yalçın ACAR, İktisadi Büyüme ve Büyüme Modelleri, alıntı yapılan sayfa: 33-35, İstanbul: Vipaş İnş. Tur. A.Ş., Uludağ Üniversitesi Güçlendirme Vakfı Yayın No: 191.

ÖZSAĞIR, Arif ve Metin KÜLLÜK

- 2003 **“E-Devlet Yatırımlarının Geri Dönüşümü ve Ekonomik Büyümeye Etkisi”**, II. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Kocaeli Üniversitesi, Dokümantasyon Yayını.

ÖZVEREN, Eyüp

- 2002 **“Bilginin Ekononmi Politikası Üzerine Bazı Düşünceler”**, Ankara: **Bilgi Toplumuna Geçiş**, Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları, Tübitak Matbaası, (Derl.) İlhan TEKELİ, Süleyman Çetin ÖZOĞLU vdl. Sayfa: 99-105.

PANAGARİA, A.

- 2000 **E-Commerce, WTO and Developing Countries**, Genova: United Nations NY Working Papers.

PRENTİCE Robert A.

- 1999 **“The Internet and Its challeges for the Future of Insider Trading Regulation”**, Harvard Journal of Law&Teknology, volume:12, Number2, Winter 1999.

POWER DERGİSİ

- 2000 **“Yeni Ekonomiyle Gelen 25 Yeni İş”**, Temmuz-2000, Sayfa 57-72.

ROSENBERG, Marc

- 2000 **“E-Learning: Strategies for Delivering Knowldge in the Digital Age”**, USA: Mc Graw Hill-2000, p: 18-29.

SAVAŞ, Cengiz

- 1996 **World Wide Web ve Olanakları**, Oberursel,
<http://www.tu-darmstadt.de/hg/tak/tak-arsiv/tak-arsiv96/www.html>

SAYIN, Meral ve Mustafa FAZLIOĞLU

- 2000 **Dünya Ticaretindeki Değişim...Elektronik Ticaret ve İlk Adım... Kobi-Net**, Erişim:
<http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/ba1.html#2>.

SCHNEIDER, G.P., Pery,J.T.,

- 2000 **Electronic Commerce**, Cambridge: Course Technology-ITP.

SERGERIE.Valeria

- 1999 “2 Blueprint For Renewing Government Services Using Information Technology”, Erişim:
[Http://www.Intergov.Gc.Ca/Docs/Fed/Blueprint/Index.Html](http://www.Intergov.Gc.Ca/Docs/Fed/Blueprint/Index.Html).,

SHAH, R.

- 1997 **The Business of the Internet**,
<http://www.rtd.com/people/rawn/business.html>, pp.8, (23/08/1997)

SHAPIRO, Joshua

- 1999 “SME Electronic Commerce Study”, Singapore: Conferans on The Measurement of Electronic Commerce, 6-8 December 1999, pp: 1-15.

SIEMS, T.F.

- 2001 **B2B E-Commerce: Why the New Economy Lives**, Federal Reserve Bank of Dallas, Southwest Economy Bulletin, Issue 4 July/August 2001.

SINGH, A. Didar

- 1999 **Electronic Commerce: Issue Of the South**, South Center Working Papers, No: 4

SMEDINKOFF, Thomas J. ve Ruth H. BRO

- 2003 “E-Commerce in Illionis:Is it Legal?”, Erişim:
<http://www.bakernet.com/ecommerce> , (09/01/2003).

SÖYLEMEZ, Alev

- 2001 “Yeni Ekonomi, Rekabet ve Rekabet Politikaları”, Ankara: Perşembe konferansları 16, Rekabet kurumu yayınları, Yayın No: 0073, Sayfa: 81-102.

SPYRELLI, Christina

- 2001 **“Electronic Signatures: A Transatlantic Bridge? An EU and US Legal Approach Towards Electronic Authentication”**, The Journal of Information, Law and Tecnology (JILT), Erişim: <http://elj.warwick.ac.uk/jilt/02-2/spyrelli.html>. (09/01/2003)

SWEENEY, Robert

- 1999 **“Small Bussiness Use of The Internet”**, Erişim: www.nebraska.edu/studies/nblink (01/12/2001)

şENTÜRK, Ünal

- 2003 **“Değişen Paradikmalar Bağlamında E-Devletin Bazı Toplumsal Boyutları”**, II. Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Kocaeli Üniversitesi, Dokümantasyon Yayınları.

TAPSCOTT, Don

- 1998 **Dijital Ekonomi: Ağ Üzerindeki Akıl Çağında Umut ve Tehlike**, İstanbul: Hora Matbaası, KoçSistem Bilgi ve İletişim Hizmetleri A.ř, (Çev.) Ece KOÇ, (Editr.) Ahmet BUĞDAYCI.

TAYMAZ, Erol

- 2000 **“Teknolojik Gelişme ve Piyasa Yapısı İmalat Sanaii Üzerine Bir İnceleme”**, Ankara: Perşembe Konferansları, Rekabet Kurumu Yayınları Yayın No: 0057, sayfa: 109-145, Mart-2000.

TBD (TÜRKİYE BİLİşİM DERNEğİ)

- 2002 **e-Devlet Yolunda Türkiye**, Ankara: Türkiye Bilişim Derneği Yayınları, Derleyenler: Ali ARİFOğLU, Abdullah KÖRNES, Ali YAZICI, M. Kemal AKGÜL.

TEDESCO, H. Elenor

- 1991 **Telecominications for Business**, Boston: PWS, Kent Publishing Company,

TEKİNAY, N. Aslı

- 1999 **“İnternette Pazarlama Stratejisi”**, Capital Dergisi, Yıl 7, Sayı 12, Aralık-1999.

TEKMAN, Erkan

- 2001 **“İnternet Paneli”**, Erişim: <http://kurul.ubak.gov.tr/hafta/98/panelhtml> , (11/01/2001).

THE WORLD BANK GROUP

- 2004 **“Country Profile – 2004”**, Erişim: <http://www.worldbank.org>, (14/09/2004).

TİESSEN, H. James

- 2001 **“A Model of e-commerce use by internationalizing SMEs”**, Journal of International Management, vol.7, 2001, pp.211-233.

TİLMAÇ, Feryal ve Müge ÇAKAR

- 2003 **Tarımsal Teknoparklar: Bir Model Önerisi**, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No: 2003-49.

TOPÇUOĞLU, Ayşenur

- 2001 **“Biri Bizimi Gözetliyor”**, Bilim ve Teknik Dergisi, Sayı: 408, Kasım - 2001, Sayfa: 36-40.

TÖRECİ, Ersin / Necdet KESMEZ / Tuncer ÜNEY

- 2001 **“Bilişim Teknolojisi, İnternet ve Etik”**, TBD Bilişim Kültür Dergisi, Aralık 2001, Sayı: 80, Sayfa: 75-78.

TURHAL, Mehmet

- 2002 **Elektronik Ticaret ve KOBİ’ler Üzerine Yeni Bir Destek Modeli Önerisi**, Trabzon: KOSGEB-K.T.Ü. Teknoloji Gelışt. Mdr. Yayını.

TÜBİTAK

- 1996 **Bilim ve Teknoloji Yönetim Sistemleri Ülke Örnekleri ve Türkiye**, Ankara: TÜBİTAK Yayınları.

TÜBİTAK

- 1999 **“Türkiye’nin Bilim ve Teknoloji Politikası”**, Ankara: TÜBİTAK Yayını, Ocak – 1999.

TÜRKİYE BİLİŞİM DERNEĞİ (TBD)

- 2004 **e- Devlet Uygulamaları Konferansı ve Sergisi**, Ankara: Bilkent Otel, 9-10 Mart 2004, e-Devlet Yolunda Kamu Kurumları Uygulamaları (e-Kurumlar), Türkiye Bilişim Derneği Yayını.

TÜRKİYE BİLİŞİM ŞURASI SONUÇ RAPORU

- 2002 **“Bilgi Toplumuna Doğru”**, Ankara: Başbakanlık Yayını, 10-12 Mayıs 2002, ODTÜ Kültür ve Konger Merkezi.

TÜRKİYE ULUSAL RAPORU

- 2002 **“Sürdürülebilir Kalkınma Ulusal Raporu - 2002”**, Dünya [Sürdürülebilir Kalkınma Zirvesi Johannesburg Aralık-2002] İçin Hazırlanan Türkiye Ulusal Raporu, T.C Çevre Bakanlığı Yayını, Baskı ve Cilt: MAS A. Ş.

UNCTAD-CNUCED/WTO-OMC

- 2000 **Secret of Electronic Commerce**, Genova: Digital İmage on the Cover: Photo Disc, Inc, International Trade Center UNCTAD/WTO.

UNCTAD/WTO

- 2001 **E-Commerce and Development Report - 2001**, United Nations, NY and Genova.

U.N. DESA. (United National Department of International Economic and Social Affairs)

- 2003 **“Statistical Yearbook”**, New York.

UNDP/WTO

- 2000 **“Human Development Report 2001”**, New York And Oxford 2001.

UNICE

- 2001 **“Benchmarking Raporu 2001”**, İstanbul: Yenilenen Ekonomi, MESS Yayını, No: 357.

ULUSLARARSI TİCARET MERKEZİ (UNCTAD/WTO)

- 1999 **Dünya Ticaret Sistemi Rehberi**, Cenevre: Uluslararası Ticaret Merkezi UNCTAD/WTO - Commonwealth Sekreteryası Tarafından Basılmıştır.

UYSAL, Mehmet ve M. TUNÇ

- 1996 **İnternet**, İstanbul: Beta Yayınevi.

UYSAL, Yaşar

- 2003 **“Türkiye’nin Önceliği Büyüme Değil Kalkınma”**, İzmir: İzmir Ticaret Borsası Dergisi, Hürriyet Matbaası, Ekim, sayı:44, sayfa: 8-12.

ÜLGEN, Sinan

- 2000 **Yeni Ekonomide Rekabet Kuralları**, Ankara:Perşembe Konferansları, Rekabet Kurumu Yayınları, Mayıs-2000,Yayın No: 0059, Sayfa: 3-32.

ÜLKER, Halil

- 2002 **“Bilgi Toplumu ve Devlet”**, I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, İzmir: 20002.

WALLER, Poul / Peter LİVESEY ve Karin EDİN

- 2001 **“E-Government In The Service Of Democracy”**, Ica Information, Genel Issues, No:74.

WARD, M.R.

- 2000 **On Forecasting the Demand for E-Commerce**, Urbana:University of Illinois, Urbana Campaign.

WORLD ECONOMIC FORM’S GLOBAL COMPETİTEVENESS REPORT

- 2004 **“World Economic Form’s Global Competiteveness Report 2002-2003”**, Erişim: <http://www.worldbank.org/data/> , (14/09/2004).

WTO (WORLD TRADE ORGANİZATİON)

1998 **Electronic Commerce and the Role of WTO**, Genova: WTO Publications

WTO (WORLD TRADE ORGANİZATİON)

1999 **Seminar on Electronic Commerce and the Role of WTO**, Genova: WTO Publications

YAHYAGİL, Mehmet Y.

2001 **KOBİ'lerde Bilgisayar Teknolojileri Uygulamaları**, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Su matbaacılık LTD. ŞTİ., Yayın No: 2001-26.

YALIN, Ferhat

2003 **“Doğa-İnsan, Bilişim-İnsan”**, TBD Bilişim Kültürü Dergisi, Aralık-2003, Sayı: 88, Sayfa: 60-61.

YAŞAMIŞ, Firuz Demir

2001 **Türkiye’de Devletin ve Demokrasinin Yeniden Yapılanması**, İstanbul: Doruk Matbaası.

YILMAZ, Osman

2002 **Bir Kamu Yönetimi Reformu İçin Strateji Seçenekleri**, Ankara: Planlama Dergisi, Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları, 2002- Özel Sayı, s:21-29.

YÜCEDAĞ, Armağan

2002 **Elektronik Ticarete Tüketicinin Korunması**, Ankara: T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Tüketicinin ve Rekabetin Korunması Gene Müdürlüğü Yayınları, Uzmanlık Tezi, Yayın no 99.

İTERNET KAYNAKLARI

1. <http://www.supercadde.com> (Aralık 2002)
2. <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutupahnesi/yayin3.html>, Ankara, (Temmuz 2000)
3. <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutupahnesi/yayin3.html#farklar>, Elektronik Ticaret (e-ticaret) ve Elektronik İş (E-İş), (25/02/ 2003)
4. <http://www.etkk.dtm.gov.tr/genel.html.#YARARLARI> , (11/08/1997), Elektronik Ticaret Koordinasyon kurulu (ETKK): “E-Ticaret”
5. <http://www.microsoft.com/presspass/Issues/11-15wto-b.asp> , “WTO and Electronic Commerce: Issues for World Trade a Microsoft White Paper”, (30/11/2001).
6. <http://www.kobinet.org.tr/eticaret/ekutuphane/yayin1.html> , (17/02/2004)
7. <http://geocities.com/anderberg/ant/history> , (23/04/2000)
8. <http://www.superonline.com/hukuk/hukuk/htlm>, (25/05/2003)
9. <http://www.mylmz.net/bilism/internet/internet.htm>, (18/03/2004)
10. <http://www.e-dersanecom/General/makale&yazilar/intermettarihihtm>, (21/05/2000)
11. <http://www.wnpl.alibrary.com/train/tutorial/timeline.htm>. “Hisory of the Inernet:A Timeline”, (19/07/2003)
12. <http://www.durlacher.com> , “An Investment Perspective”, UMTS Report, pp. 52, (21/05/2002)
13. <http://www.abone.turk.net/giter/internet5.htm> , (13/11/2000).
14. <http://www.virtualaw.com> , (17/02/2004).

15. <http://www.pclife.com.tr> , (22/03/2000)
16. <http://www.igeme.org.tr.tur.etrade/etkk/hukuk/ilkeler.htm> , (28/05/2003)
17. <http://www.etsi.org/aboutetsi/home.htm> , (16/07/2003).
18. <http://www.durlaker.com> , (22/05/2002).
19. <http://www.gsmworld.com/news/statics/index.shtml> , (27/09/2003).
20. <http://www.customers.com> , (12/04/2004).
21. <http://www.commerce.turkeur.be/etkk/finans.htm> , (14/06/2003).
22. http://www.ceterisparibus.net/arsiv/h_sen12.pdf , (09/05/2004)
23. <http://www.durlacher.com/reports> , “Durlacher Mobile Commerce Report”, (24/05/2003).
24. <http://www.motorola.com/automotive/telematics/technology/telematicsdefined.html#comm> “Tecnoloji Telematics Defined” (03/04/2003).
25. <http://www.turk.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=3404>, (12/05/2002)
26. <http://www.meshnetworks.com/> , (23/11/2003).
27. <http://www.rtasarim.com/eticaret.asp> , “Elektronik Ticaret Hakkında Genel Bilgiler” (18/02/2004).
28. <http://www.law.ankara.edu.tr/yazicidostu.php?yad=57> , (21/03/2004).
29. <http://www.customs-edi.gov.tr/edigenel.htm>., “Electronic Data Interchange”, Gümrük Müsteşarlığı Elektronik Ticaret Web Sitesi. (19/10/2002)
30. <http://www.nri.com.ip> , (09/07/2001).
31. <http://www.etkk.gov.tr> (08/03/2002)
32. <http://www.igeme.org.tr> , (09/03/2002)
33. <http://www.rtasarim.com/eticaret.asp> , (26/04/2004).
34. <http://www.targeting.com/webmaster1096.html> , (28.03.1997).

35. <http://www.activefinanas.com/active/arsiv/sayi14/index.html>. (17/11/2001).
36. <http://www.inet-tr.org.tr/inetkonf7/oturumlar/internet-burada-hukuk-nerede.doc>. (004/02/2002).
37. <http://www.richmond.edu/jolt/v6i2/note2.html> (10/02/2004).
38. http://www.edevlet.Net/raporve_yayin.htm. (29/06/2003).
39. <http://www.bilisimsurasi.org.tr/cg/egitim/kutuphane/WebDestekliEgitim.doc> (23/07/2003).
40. [http://www. Advisor.com/Articles.nsf/aid/SMITT187](http://www.Advisor.com/Articles.nsf/aid/SMITT187) ,
“What Trends Are Shaping E-Learning”.
41. <http://www.brandon-hall.com> , “E-Learning Guidbook” (03/07/2003).
42. <http://www.lbcc.cc.or.us/spocde/dehist.html> , (22/08/2003).
43. <http://www.milliemlak.gov.tr/e-devlet/e/devlet.html> (13/11/2003).
44. <http://www.ntvmsnbc.com/news/207382.asp> , (27/05/2003).
45. <http://www.ecommerce.internet.com/> , (08/05/2003).
46. <http://www.scm.ittoolbox.com/> , “The Internet-Enebled Supply Chain: From the
“First Click” to the “Last Mile”, Information Tecnology Toolbox, (12/04/2003).
47. <http://www.scm.ittoolbox.com/> , “E-Business and the SupplyChain: Is it simply
supply-chain.com?”, (12/04/2003).
48. <http://www.personel.umich.edu> , (08/05/2003).
49. <http://www.jup.com> , (13/06/2003).

50. <http://www.e-kolay.net/bilgisayar/haber.asp?MainID=10&PID=100&HaberID=158337> , (04/01/2004).
51. <http://www.ntvmsnbc.com/news/207382.asp> , (27/05/2003).
52. <http://www.pwcglobal.com/gx/eng/in-sol/speec-int/knapp/knap-05.htm>
(12/01/1999).
53. <http://www.forrester-resarch.com> , (22/05/1999).
54. http://www.nua.ie/surveys/index.cgi?f=FS&cat_id=46 , (09/12/2002).
55. <http://www.o-a.com/webad98/webad98-floor7.html> , (29/04/1999).
56. <http://www.mekinsyquarterly.com/electron/rebu00.asp> , (18/10/2000).
57. <http://www.ecommerce.gov>, Digital Economy-2000, “Econimics and Statistics Administration Office of Policy Development Report”,(23/11/2000).
58. <http://www.microstrategy.com/c-crmwhitepaper> , (17/07/2001).
59. <http://www.usdoj.gov/atr/public/speeches/2428.htm> , (29/04/1999).
60. <http://www.igeme.org.tr/TUR/etrade7etkk7sunus.htm> , (11/03/2003).
61. <http://www.nomura.com> , (11/07/2001).
62. <http://www.activefinans.com/activeline/sayi10/kanal.html> , (18/06/2001).
63. <http://www.nebraska.edu/studies/nblink> ,(03/12/2001).
64. <http://www.kobinet.org.tr/eticaret/ekutuphane/yayin1.html> , (11/04/2004).
65. <http://www.gsmworld.com/news/statistics/index.html> , (07/02/2002).
66. http://www.accenture.com/xd.asp?=enWeb&xd_servi.../opinionall.xml&xt=print.xsl
(22/06/2002).

67. http://www.nttdocomo.com/html/imode/04_1html1 , (18/07/2002).
68. <http://www.fp6.org.tr/web/index.htm> ,(09/01/2004).
69. http://www.tubitak.gov.tr/default_ie.htm , (23/05/2004).
70. <http://whitehouse.gov/WH/commerce/sum> , (21/05/2003).
71. http://www.igeme.org.tr/tur/etrade/ettk/hukuk/h_altyapi.htm, (31/05/2002).
72. <http://www.etkk.gov.tr> , (12/01/2004).
73. <http://www.dtm.gov.tr> ,(15/01/2004).
74. <http://www.internetworldstats.com/emarketing.htm> , (06.09.2004).
75. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm> , (06.09.2004).
76. http://ias.igeme.org.tr/pls/portal/web.nav_ulkeprofil_pr , (07.09.2004).
77. http://www.trade.uktradeinvest.gov.uk/usa/doingbusiness/05_sellingto/advertising.shtml#totop , (07.09.2004).
78. <http://www.dtm.gov.tr/anl/raporlar/amerika/abd/abd2.doc> , (07.09.2004).
79. <http://www.internetworldstats.com/top25.htm> , (06.09.2004).
80. http://www.trade.uktradeinvest.gov.uk/usa/doingbusiness/05_sellingto/advertising.shtml#totop , (07.09.2004).
81. http://www.trade.uktradeinvest.gov.uk/canada/doingbusiness/05_sellingto/advertising.shtml#Internet%20/%20E-commerce , (07.09.2004).
82. <http://www.eiu.countryreport/usa/report>, (14/09/2004).

83. <http://www.worldbank.org/usa/data/>, (14/09/2004).
84. http://www.trade.uktradeinvest.gov.uk/ireland/doingbusiness/05_sellingto/advertising.shtml#Internet%20/%20E-commerce, (07.09.2004).
85. <http://www.eiu.countryreport/ireland/report>, (14/09/2004).
86. http://www.dtm.gov.tr/anl/raporlar/ASYA_AVUST/Singapur/Singapur.htm, (07.09.2004).

----- O -----



ÖZET

‘Elektronik ticaret’ kavramının uluslararası düzeyde genel kabul görmüş bir tanımı bulunmamaktadır. Ancak, bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmelere bağlı olarak oluşturulmuş elektronik ticaret modeli; ürün ve hizmetlerin, elektronik ağlar üzerinden dağıtımı, pazarlaması, satışı veya teslim edilmesini kapsamaktadır. Teknolojik alanda meydana gelen her yeni gelişme, elektronik ticaret uygulamasının daha kısa sürede ve daha geniş bir alanda kullanılmasını sağlamaktadır.

Elektronik ticaretin yaygınlaşması, ekonomik alanda; maliyetleri azaltıcı, verimlilik ve etkinlik sağlayıcı, iş ve işlem hızını artırıcı etkiler meydana getirmektedir. Bu etkiler, işletmelerin geleneksel ticaret yöntemlerini terk ederek elektronik ticaret modelini tercih etmelerine neden olmaktadır. Elektronik ticaret modelinin bir çok uygulama şekli (türü) olmakla birlikte, en çok kullanılan ve yaygınlaşan türü; ‘işletmeden işletmeye’ (B2B) elektronik ticarettir.

Elektronik ticaret modeli; makro ölçekte stratejik planların hazırlanması, altyapı ve toplumsal eğitim çalışmalarının tamamlanması, elektronik devlete dönüşüm ve mikro ölçekte elektronik ticaret sisteminin oluşturulması ile uygulama alanı bulabilmektedir. Mikro ölçekte gelişen elektronik ticaret uygulamaları, makro bir etki yaratmakta ve ülkelerin kalkınma ve ekonomik büyüme hızını artırmaktadır.

Elektronik ticaret kullanımını benimsemiş, altyapısını oluşturmuş, kullanımını yaygınlaştırmış ülkeler, hem ulusal hem de uluslararası alanda, geleneksel ticareti uygulayan diğer ülkeler karşısında, önemli avantajlar elde etmektedirler. Elektronik ticaret modeli, gelişmekte olan ülkelere; kalkınmalarını sağlayıcı etki yaparken, gelişmiş ülkelere; ekonomilerini büyütme yönünde katkı sağlamaktadır.

Elektronik ticaret modeli toplumsal kalkınma ve ekonomik büyüme oranlarını, ekonomi tarihinde şimdiye kadar görülmemiş şekilde etkilemektedir. Elektronik ticaret çerçevesinde oluşan yeni ekonomik yapılanma, gelişmemiş ve gelişmekte olan ülkeler için, gelişmiş ülkeleri yakalayabilmek ve kalkınmalarını sağlamak açısından büyük bir fırsat oluşturmaktadır. Bu gelişmeleri yakından takip ederek gelişmelere zamanında uyum sağlayabilen ülkeler, çok kısa sürelerde, uluslar arası ticarete yerlerini alabilecekler, rekabet edebilirlik güçlerini artıracaklar ve kalkınmalarını gerçekleştirebileceklerdir.

Bu yönde örnek gösterilebilecek bir çok ülke vardır. Singapur, İrlanda, Danimarka, Finlandiya gibi ülkeler; elektronik ticaret modelini kullanarak gelişmiş ülkelere örnektir. Çin, Hindistan, Güney Kore ve İsrail elektronik ticaret modelini kullanarak, kalkınma yolunda büyük aşama kaydeden ülkelere örnek teşkil etmektedir. ABD, Kanada, İngiltere ise; elektronik ticaret modelini ülkelerinde yaygınlaştırarak, ekonomik büyüme oranlarını artıran, gelişmiş ülkelere örnek olarak gösterilebilir.

Ülkelerin toplumsal kalkınmaları ve ekonomilerinin büyümesi, aynı zamanda, uluslararası rekabeti artırmakta ve uluslararası ticaretin gelişmesine imkan sağlamaktadır. Bu gelişmeler karşısında yeniden yapılanmaya gitmeyen ve bu gelişmelerden faydalanamayan ülkeler, gelecekte varlıklarını sürdürmekte zorlanabilecektir. Bu nedenle elektronik ticaret modelinin uygulanması, ülkeler açısından var olma mücadelesinde kullanılabilecek ve kalkınmalarını sağlayabilecek en önemli araç haline gelecektir.

ABSTRACT

There is no international acceptable definition of electronic commerce. But, electronic commerce model which is taken form , depending on development of knowledge and communication technologies, consists of product and service , distribution with electronic net, marketing, selling or delivering. Every new development happens on technologies provides wider area usage for application of electronic commerce.

Becoming widespread of electronic commerce creates less costs, more productivity and activity and effects of increasing the process rate. These effects cause the firms changing their traditional method to electronic commerce model. Along with there lots of application of electronic commerce model, the widespread one is “ firm to firm” (B’B) electronic commerce.

Electronic commerce model finds application area with setting up strategic plans, infrastructure, completing the social education and transformation to electronic state on macro scale and on micro scale with setting up the system of electronic commerce. Developing electronic commerce applications on micro scale create macro effects and speed up the countries development and economic growth rate.

The countries which adopt the usage of electronic commerce, create infrastructure, widespread the usage have important advantages across the countries using traditional commerce. Electronic commerce model affects the social development and economic growth rates. New developing structure behind electronic commerce, for the non-developed and developing countries, is a big chance to catch up the developed countries. Following these progresses and is attuned to the developments, countries will find place in the international commerce.

Electronic commerce model affects the social development and economic growth rates new developing structure behind electronic commerce, for the non-developed and developing countries, is a big chance to catch up the developed countries. Following these progresses and is attuned to the developments, countries will find place in the international commerce.

There are lots of country examples. Singapore, Ireland, Denmark, Finland are the examples of developed countries which use electronic commerce model. China, India, South Korea and Israel are the examples of developing countries which use electronic commerce model. USA, Canada and Great Britain which have widespread usage of electronic commerce model and increase their electronic growth rate are the examples of developed countries.

Social development and growing economies provide developing the international commerce and international competition. In spite of these developments, the countries which don't utilize these changes, won't maintain in the future. Therefore application of electronic commerce model will be an important tool which provide the countries' development and existence struggle.

----- O -----