

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
DIŞ TİCARET ANABİLİM DALI

SERMAYE PİYASALARI'NDA ELEKTRONİK TİCARET VE
BANKA ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
MELTEM SAYIN

Ankara
Kasım,2009

T.C.
GAZİ ÜNİVERSİTESİ
EĞİTİM BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ
DIŞ TİCARET ANABİLİM DALI

SERMAYE PİYASALARI'NDA ELEKTRONİK TİCARET VE
BANKA ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
MELTEM SAYIN

Danışman :Prof. Dr.Sezer KORKMAZ

Ankara
Kasım,2009

JÜRİ ÜYELERİNİN İMZA SAYFASI

.....'ın
..... başlıklı tezi
..... tarihinde, jürimiz tarafından.....
..... Ana Bilim / Ana Sanat Dalında Yüksek
Lisans/ Doktora / Sanatta Yeterlik Tezi olarak kabul edilmiştir.

	Adı Soyadı	İmza
Başkan:		
Üye (Tez Danışmanı):		
Üye :		
Üye :		
Üye :		

ÖNSÖZ

SERMAYE PİYASALARI'NDA ELEKTRONİK TİCARET VE BANKA ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Tezimle ilgili araştırmam sırasında anketleri yapmama yardımcı olan HALKBANK Genel Müdür Yard. Sn.Süleyman Aslan'a ve INGBANK Ankara Bölge Müdürlüğü Departmanı'ndan Sn.Gülhan Orul'a teşekkürlerimi sunarım.

Meltem Sayın

ÖZET

SERMAYE PİYASALARI'NDA ELEKTRONİK TİCARET VE BANKA ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

SAYIN, Meltem

Yüksek Lisans, Dış Ticaret Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Prof. Dr. Sezer Korkmaz

Kasım 2009, 128 sayfa

Bu çalışma, banka çalışanlarının sermaye piyasalarında elektronik ticaret uygulamaları konusunda görüşlerini incelemek amacıyla yapılmış bir araştırmadır. Bununla beraber, katılımcıların cinsiyet, öğrenim durumu, kıdem ve bölüm durumu ile elektronik ticaret uygulamaları arasındaki ilişkiler de incelenmiştir. Araştırmada kullanılan sermaye piyasalarında elektronik ticaret uygulamaları ölçeği araştırmacı tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı 0.79, olarak bulunmuştur.

Araştırmanın evrenini, Ankara ilinde yaklaşık olarak 17.976 personel oluşturmaktadır.

Örnekleme ise tabakalı örneklem yöntemi ile seçilen 213 personel oluşturmaktadır.

Araştırmanın uygulanması sonucunda toplanan veriler, SPSS 15 paket programı ile bilgisayar ortamında değerlendirilmiş, yorumlanmış ve aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır:

Demografik verilere göre sermaye piyasalarında elektronik ticaret uygulamaları arasında farklılık incelendiğinde, görüş düzeylerinin cinsiyete, kıdeme, bölüme göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Elektronik ortamda yapılan sermaye piyasaları işlemleri arasında en fazla olanı , EFT işlemidir. Sırasıyla onu takip eden havale işlemi ve fon alımı gelmektedir.

Elektronik ortamda yapılan sermaye piyasaları işlemleri içerisinde en fazla ücret alınan Fon alım satımı olmaktadır. İkinci en yüksek masraf alınan ise döviz alım satım işlemleri gelmektedir. Elektronik ortamda yapılan sermaye piyasaları işlemleri içerisinde en karlı olan işlem ise fon alımı işlemidir. En karlı işlemlerden ikinci sırada ise döviz alım satım işlemleri gelmektedir.

Elektronik ortamda yapılan sermaye piyasaları işlemlerini teşvik edecek işlemlerden 1. Sırada” Görsel ve yazılı reklam çalışmaları “ maddesidir.

Elektronik ortamda yapılan sermaye piyasası işlemlerine yönelik şikayetler içerisinde en yüksek olanı “ İşlemlerin yavaş olması. “ ve onu takiben sermaye piyasası işlemlerinden “İşlemlerin yapılmasının zor olması” maddesi ise %12,7 oranı ile ikinci sırada gelmektedir.Bu bulgular ışığında,elektronik ticaretin sermaye piyasalarından bankalarda geliştirilmesi üzerine önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Sermaye Piyasaları, Elektronik Ticaret

ABSTRACT**ELECTRONIC COMMERCE IN CAPITAL MARKETS AND A RESEARCH ON
BANK WORKERS****SAYIN, Meltem****Yüksek Lisans, Dış Ticaret Anabilim Dalı****Tez Danışmanı: Prof. Dr. Sezer Korkmaz****Kasım 2009, 128 sayfa**

This research has been conducted in order to investigate the views of bank employees on electronic commerce in capital markets. In addition, the correlations between the sexuality, education, seniority and department status and electronic commerce applications have also been examined. The electronic commerce applications in capital markets scale has been developed by the researcher. The Cronbach Alpha confidence coefficient of the scale has been found to be 0,79.

The universe of the research is constituted by approximately 17.976 employees from Ankara.

Sampling consists of 213 personnel chosen with stratified sampling method.

The data gathered as the outcome of the research has been evaluated with SPSS 15 packaged software in computer environment; it has been interpreted and the following results have been achieved:

When the difference between the demographic data and the electronic commerce applications in capital markets is investigated, it has been discovered that the views do not differ in accordance with sexuality, seniority or department.

The most common capital markets transaction made in electronic environment is EFT. Money order and fund purchase follow it respectively.

Among capital markets transactions made in electronic environment, the highest fee is charged for fund purchase. The second highest fee is charged for spot exchange transaction. The transaction with the highest profit among capital market transactions made in electronic environment is fund purchase. The second most profitable transaction is spot exchange transaction.

“Visual and printed promotion” is the first item on the list of actions to encourage capital market transactions made in electronic environment.

The most common complaint about capital market transactions made in electronic environment has been found to be “Tardiness of transactions”, which is followed by “difficulty of making transactions” with a rate of 12.7%. In the light of these findings, suggestions regarding the improvement of electronic commerce in banks, which are among capital markets, have been made.

Key Words: Capital Markets, Electronic Commerce.

İÇİNDEKİLER

JÜRİ ÜYELERİNİN İMZA SAYFASI.....	i
ÖN SÖZ	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER SAYFASI	vii
TABLolar ,ŞEKİLLER VE GRAFİKLER LİSTESİ	xiii
KISALTMALAR LİSTESİ	xiv

BİRİNCİ BÖLÜM

1.GİRİŞ	1
1.1.Araştırmanın Amacı.....	3
1.2.Araştırmanın Önemi	4
1.3.Varsayımlar.....	5
1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları.....	6

İKİNCİ BÖLÜM

2.SERMAYE PİYASASI VE ELEKTRONİK TİCARET	7
2.1.Mali Piyasa Kavramı	7
2.2.Para Piyasaları.....	9
2.3. Sermaye Piyasası	9
2.4. Sermaye Piyasası İle İlgili Kavram ve Tanımlar.....	10
2.4.1. İhraç	10
2.4.2. Halka Arz	11
2.4.3. Kayıtlı Sermaye	11
2.4.4. Halka Açık Anonim Ortaklık.....	11
2.5. Sermaye Piyasası Kurumlar.....	12
2.5.1. Anonim Ortaklıklar.....	12
2.5.2. Aracı Kurumlar	13
2.5.3. Yatırım Fonları	13

2.5.3.1.A Tipi Yatırım Fonları.....	15
2.5.3.2 B Tipi Yatırım Fonları	15
2.5.4. Yatırım Ortaklıkları	16
2.5.5. Yatırım Ortaklıklarının İşlevleri	17
2.6. Sermaye Piyasalarının Türleri.....	17
2.6.1. Birincil Piyasalar.....	17
2.6.2. İkincil Piyasalar.....	18
2.7. Sermaye Piyasasının Faaliyet Alanı.....	18
2.8. Türkiye’de Sermaye Piyasası Araçları.....	19
2.9. Türkiye’de Finans Piyasası Kurumları.....	20
2.10. Türkiye’de Finansal Kesim.....	21
2.11. Elektronik Ticaret.....	22
2.12.Elektronik Ticaretin Kapsamı.....	30
2.13. Elektronik Ticaretin Araçları.....	31
2.14. Elektronik Ödeme ve Para Transferi Sistemleri.....	33
2.15. Elektronik İmza.....	34
2.16..Elektronik Veri Değişimi (EDI)	35
2.17. İnternet	36
2.18. Telekomünikasyon.....	39
2.19. GSM.....	40
2.20. Elektronik Ticaretin Düzenlediği İlişkiler.	41
2.20.1. İşletmeler Arası İlişkiler	42
2.20.2. İşletme ile Tüketici Arasındaki İlişkiler	43
2.20.3. İşletme İle Kamu İdaresi Arasındaki İlişkiler.....	43
2.20.4. Yurttaş (Tüketici) ile Kamu İdaresi Arasındaki İlişkiler	43
2.21. Elektronik Ticarete Taraflar ve Yasallık	44
2.22. Elektronik Ticaretin Olumlu Yönleri.....	47
2.22.1 Satıcı Yönünden.....	47
2.22.2 Alıcı Yönünden.....	48
2.23. Elektronik Ticaretin Olumsuz Yönleri	50
2.24. Dünyada Elektronik Ticaret.	50

2.25. Avrupa Birliği’nde Elektronik Ticaret Konusunda Yapılan Çalışmalar	52
2.26. Türkiye’de Elektronik Ticaret.	53
 ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	56
SERMAYE PİYASALARI’NDA ELEKTRONİK TİCARET UYGULAMALAR	56
3.1. İnternet Bankacılığı.....	57
3.1.1. İnternet Bankacılığında Kullanılan Güvenlik Protokolleri.....	60
3.1.1.1 SET (Secure Electronic Transfer) Protokolü	60
3.1.1.2 SSL Protokolü.....	63
3.1.1.3 Elektronik İmza.....	64
3.2. İnternette Yapılan Bankacılık İşlemler	64
3.2.1. Para Transferleri	69
3.2.2 Yatırım İşlemleri.....	73
3.3. Sermaye Piyasasında Pazarın Temel Kuralların Belirlenmesi	78
3.3.1. Vergileme.....	79
3.3.2. Elektronik Finansal İşlemler.....	79
3.3.3. Ticaret Politikası Ve Piyasalara Erişim	80
3.3.4. Ticaret Mevzuatı	80
3.4. Sermaye Piyasası Kurumlarında Elektronik Ticaret	80
 DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	92
YÖNTEM: SERMAYE PİYASALARINDA ELEKTRONİK TİCARET UYGULAMALARI İLE İLGİLİ BİR ARAŞTIRMA.....	92
4.1. Araştırmanın Modeli.....	92
4.2. Evren ve Örneklem	93
4.3. Verilerin Toplanması	93
4.4. Verilerin Analizi	94
4.4.1. Ankete Katılanların Kişisel Özellikleri.....	94
4.4.2. Çalışanların Sermaye Piyasalarında Elektronik ticaret Uygulamalarına İlişkin Görüşleri.....	96

4.4.3.Çalışanların Sermaye Piyasaları’nda Elektronik Ticaret Uygulamalarına İlişkin Görüşleri (Çoktan Seçmeli Bölüm).....	99
4.5. Hipotezlerin Denenmesine Yönelik Olarak Yapılan Analizler	106
 SONUÇLAR VE ÖNERİLER... ..	110
KAYNAKLAR	117
EK I.....	120

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1. Geleneksel Ticaret-Elektronik Ticaret Karşılaştırması	28
Tablo 2.2. Dünyada Ve Türkiye'de Elektronik ticaretin Kullanıldığı Ürün Grupları (Hacim)	30
Tablo 2.3. Elektronik Ticaret Araçları Niteliği ve Fonksiyonuna Göre Bölümlenmesi	35
Tablo 2.4. Türkiye Pazarı İnternet ,Kullanıcı Adedi	40
Tablo 2.5. Dünya’ da İnternet Kullanımı	53
Tablo 3.1. İnternet Bankacılığında Yatırım İşlemleri	68
Tablo 3.2. İnternet Bankacılığını Kullanan Müşteri Sayısı	69
Tablo 3.3. İnternet Bankacılığında Finansal İşlemler	71
Tablo 4.1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri	98
Tablo 4.2. Banka Çalışanlarının Sermaye Piyasaları’nda Elektronik Ticaret Uygulamaları Hakkındaki Görüşlerinin Dağılımları	100
Tablo 4.3. Çalışanların Elektronik Ortamda En Fazla Yapılan İşleme İlişkin Ağırlıklı Ortalama Sonuçları	103
Tablo 4.4. Çalışanların Elektronik Ortamda Yapılan İşlemlerin Avantajlarına İlişkin Frekans Analizi Sonuçları	103
Tablo 4.5. Çalışanların Elektronik Ortamda Yapılan İşlemlerden Masraf Alınanlara İlişkin Frekans Analizi Sonuçları	104
Tablo 4.6. Çalışanların Elektronik Ortamda Yapılan İşlemlerden İlk 3 Sıradaki Karlı Olan İşlemlere İlişkin Ağırlıklı Ortalama Sonuçları	105
Tablo 4.7. Çalışanların Elektronik Ortamda Yapılan İşlemleri Teşvik Edecek İşlemlere İlişkin Ağırlıklı Ortalama Sonuçları	106
Tablo 4.8. Çalışanların Elektronik Ortamda Müşteriler Tarafından Yapılan İşlemlere Yönelik Şikayetlere İlişkin Frekans Analizi Sonuçları	107
Tablo 4.9. Çalışanların Cinsiyetine Göre Elektronik Ticaret Uygulamaları Ölçeği t Testi Sonuçları	108

Tablo 4.10. Çalışanların Öğretim Durumu Değişkeni Göre Elektronik Ticaret Uygulamaları Ölçeği Tekyönlü Varyans Analizi Sonuçları	109
Tablo 4.11. Çalışanların Kıdem Durumu Değişkenine Göre Elektronik ticaret Uygulamaları Ölçeği Tekyönlü Varyans Analizi Sonuçları	110
Tablo 4.12. Çalışanların Bölüm Durumu Değişkenine Göre Elektronik ticaret Uygulamaları Ölçeği Tekyönlü Varyans Analizi Sonuçları	111

ŞEKİLLER VE GRAFİKLER LİSTESİ

Şekil 2.1. İMKB,Mali Piyasalarda Yapılanma	9
Şekil 2.2. Elektronik Ticaretin Çalışma Sistemi.....	31
Şekil 2.3. Elektronik Ticaret İle Alışveriş.	43
Şekil 2.4. Bir Rezervasyon İşleminin Farklı Yollardan Yapılmasının Maliyeti.....	51
Şekil 2.5. Bir Bankacılık İşleminin Farklı Yollardan Yapılmasının Maliyeti.....	51
Şekil 2.6. Türkiye İnternet Raporu 2007	56
Şekil 3.1. SET Protokolü İle Gerçekleşen işlemler	64
Grafik 2.1. A ve B Tipi Yatırım Fonu Türlerinin Sayısal Dağılımı	16
Grafik 2.2. A Tipi Yatırım Fonu Türleri	17
Grafik 2.3. B Tipi Yatırım Fonu Türleri.....	17

KISALTMALAR LİSTESİ

ATM:	Otomatik Para Makinesi
ATS:	Alternatif Ticaret Sistemleri
ECN:	Elektronik İletişim Ağları
EDI:	Elektronik Veri Değişimi
EFT:	Elektronik Fon Transferi
GSM:	Kablosuz İletişim Sistemi
İMKB:	İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
ISP:	İnternet Servisi Sağlayıcı
KAP:	Kamuoyu Aydınlatma Projesi
KOBİ:	Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletme
OECD:	Uluslar arası Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı
POS:	Satış Noktası Cihazı
SET:	Elektronik Transfer Güvenliği
SPK:	Sermaye Piyasası Kurulu
SSL:	Güvenli Yuva Katmanı
STP:	Uçtan Uça Otomasyon
TCMB:	Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TELEKOM:	Telekomünikasyon
WEB:	Dünyayı Saran Elektronik Ağ

BİRİNCİ BÖLÜM

1. GİRİŞ

Bilginin, çağdaş işletmecilik anlayışında sermayenin önemli bir unsuru haline gelmesi, sermaye ile ifade edilen çok çeşitli maddi olmayan varlıklara sahip olma, onları kullanma ve yönetme gibi konuları gündeme getirmiştir. Dünya ekonomisinde son 30 yılda yaşanan politik, ekonomik ve teknolojik eğilimler sonucunda uluslararası işbölümü kalıplarının değişmesi, ürün ve sermaye piyasalarında rekabetin şiddetlenmesi, kamu ve özel sektörün kurumsal açıdan yeniden yapılanması kaçınılmaz bir hale gelmiştir. Yeni yüzyılda teknolojik, kurumsal ve hukuksal altyapılarını yeni gelişmelere adapte edebilecek ülkelerin başarı kazanması beklenmektedir. Bu doğrultuda yeni ekonomi sürecini tartışmak gerekmektedir.

Yeni ekonomi süreci, bilginin öneminin artmasının kaçınılmaz olduğunu ve ekonominin temel girdilerinden olan emek, sermaye, doğal kaynakların yanı sıra üretim fonksiyonuna bilginin de eklenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Bilgi birikimindeki artış ve buna bağlı olarak teknolojik gelişmeler, birey ve toplum yaşamına bir dizi yenilik getirmektedir. Teknolojik gelişmeler, ticaretin şeklini de değiştirmiş ve yüz yüze ticaret aşamasından elektronik ticaret aşamasına geçilmiştir.

Sermaye piyasalarının hızlı gelişimi akademik araştırmaların ilgisini sermaye piyasaları ile ekonomik büyüme arasında dinamik etkileşim sürecinin analizine yönlendirmiştir. Sermaye piyasalarının likidite, risk çeşitlendirmesi, bilgiye ulaşımı kolaylaştırma, tasarruf birikimi sağlama ve işletme denetimi işlevleri ile ekonomik büyümeyi hızlandırdıkları görülmektedir.

Ekonomik sistemin etkin çalışmasında, finansal sistemler, çeşitli işlevler üstlenmektedir. Finansal sistem değişime aracılık ederek, tasarruf birikimi ve risk dağıtımını sağlayarak, mülkiyeti tabana yayarak, ekonomik kaynakların zaman içerisinde, coğrafi bölgeler ve sektörler arasında transferini sağlayarak, risk yönetimi ve risk kontrolü

yöntemlerini geliştirerek, fiyat bilgisi sağlayarak ve asimetrik bilgi sorununun çözümünü kolaylaştırarak ekonomik gelişmeye katkıda bulunmaktadır.

Finansal sistemin gelişmesi, ekonomiye daha fazla yatırım enjekte ederek ve ortalama yatırım verimliliğini artırarak, ekonomik büyümeyi hızlandırır. Ekonomik büyüme ise tasarruf hacmini artırarak ve finansal sistem için fırsatlar yaratarak, finansal gelişme sürecine geri beslemede bulunur.

Finansal sistemin önemli bölümlerinden biri olan sermaye piyasası uzun vadeli sermaye kaynaklarının fon fazlası olan birimlerden fon açığı olan birimlere akışını kolaylaştırır. Sermaye piyasaları yerine getirdiği likidite, risk farklılaştırması, işletmelerle ilgili bilgi alınması, işletme denetimi işlevleri ile finansal sistemin gelişmesi ve ekonomik büyüme üzerinde önemli etkiye sahiptir. Dünya’da son yıllarda önemli gelişme gösteren sermaye piyasaları sürdürülebilir, istikrarlı ekonomik büyümenin temel gereklerinden birisidir.

Sermaye piyasasının gelişimi piyasalarda finansal varlık çeşitliliğinin artması, finansal yeniliklerin ortaya çıkması, piyasa etkinlik düzeyinin gelişmesi ve finansal istikrarın sağlanmasına neden olmaktadır. Bu da piyasada risk yönetimi için yatırımcılara olan talebin artması, yatırımcıların portföy yapısının gelişmesi ve rekabet avantajlarından dolayı, finansal sisteme çekilen yüksek tasarruf hacminden kurumsal yatırımcıların daha yüksek pay almasına neden olacaktır.

İnternet kullanıcılarının ve web sitesi sayısının hızla arttığı günümüzde internetin sunduğu olanaklardan biri olan elektronik ticaretin boyutu da buna bağlı olarak hızla artış göstermektedir. Elektronik ticaretin hacminde meydana gelen bu artış elektronik ticareti, ülkelerin ekonomik, sosyal ve idari yapılarında önemli bazı etkilere sahip hale getirmektedir. Elektronik ticaret, önümüzdeki döneme damgasını vuracak en önemli gelişmelerden birisidir. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişme, elektronik ticaretin giderek yaygınlaşmasına neden olmuştur. Günlük yaşamın her alanında bilgisayar kullanımının artması ve bunun çağın gereği dünyadaki geleneksel ticaret anlayışından yeni ekonomiye geçiş sürecinin hızlanmasına sebep olmaktadır. Bu etkilerin ekonomilere olan

olumlu katkıları ülkelerin elektronik ticaretin gelişmesi yolunda sürekli olarak yeni önlemler alması ve düzenlemelere gitmesi ile doğru orantılı olmaktadır.

Elektronik ticaretin birkaç yılda ulaştığı büyüklük, tüm zamanlar içinde ekonomik anlamda belki de en hızlı değişimin gerçekleşmekte olduğunun ispatıdır. Günümüzde , yaşanan gelişmeler doğrultusunda ticaretin tanımı ve pazar kavramına değişik boyutlardan yaklaşmak zorunda kalınmıştır. Bunun sebebi sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişte, geleneksel ticaretin yerini elektronik ticaretin almış olmasıdır. Ayrıca elektronik ticaretin diğer gelişen ekonomilerde olduğu gibi Türkiye Ekonomisi üzerine de etkileri olduğu fark edilmektedir.

Bu çalışmada, elektronik ticaretin Sermaye Piyasaları'nda kullanılması ,işlem hızı,müşteri memnuniyeti,azalan masraflar ve bilgi işlem teknolojilerinin kullanılması gibi alt başlıklar altında incelenirken, ekonomideki temel etkilerine de değinilecektir.

1.1. Araştırmanın Amacı

İnternet, birey ve kurumlara dünyanın her kösesine sınırsız erişim sağlama imkanı sunmaktadır. Tüketiciler, istek ve/veya ihtiyaç duydukları mal ve hizmetleri internet üzerinden kolayca bulabilme, farklı ve benzer malları karşılaştırabilme şansına kavuşmuşlardır. İşletmeler ise internet-web siteleri yoluyla hedef tüketicilere doğrudan ulaşabilme, mal ve hizmetlerini dünya çapında en ekonomik bir biçimde tanıtmaya ve satma imkanına sahip durumdadırlar. Tüketiciler ve işletmeler açısından büyük fayda ve fırsatlar sağlayan internet aynı zamanda da uluslararası pazarlardaki rekabeti daha da şiddetlendirmektedir.

Günümüzde, teknolojinin etkilediği ticaretin yeni ismi olan elektronik ticaret, ürünlerin genelde bir ağ üzerinden elektronik olarak alım, satım, sipariş ve bazen de ulaştırılması olarak tanımlanmaktadır.(Yumuşak,2001,web pdf) Gelişen internet ortamından perakende satışların yaygınlaşmaya başlaması, elektronik ticaret kavramının daha sıklıkla telaffuz edilmesinin başlıca nedenidir. Bilginin, çağdaş işletmecilik anlayışında sermayenin önemli bir unsuru haline gelmesi, sermaye ile ifade edilen çok

çeşitli maddi olmayan varlıklara sahip olma, onları kullanma ve yönetme gibi konuları gündeme getirmiştir.

Maddi olmayan varlıkları daha geniş bir açıdan ele alan “e ticaret”, günümüz işletmelerinin sahip olduğu fakat önemi tam olarak kavranamamış ve bu yüzden ortaya çıkartılması, yönetilmesi ve raporlanması hususlarında problemler olan bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Elektronik ticaret pek çok farklı platformda aynı anda, son yılların en popüler konuları arasında yer almıştır. Akademik çalışmalardan uluslararası ticaret toplantılarına, televizyon programlarından gazetelerin hafta sonu eklerine kadar, özellikle batıda ülkelerin gündeminde kalan elektronik ticaret kavramını araştırmadaki amaç “elektronik ticaret” üzerine yapılan çalışmaları değerlendirerek bu kavramın sermaye piyasalarında uygulanabilirliğine ışık tutmaktır. Bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler, işletmelere ürünlerini sanal ortamda satma imkanı vermektedir. Elektronik ticaret, hem işletmeden tüketiciye hem de işletmeden işletmeye sanal ortamda iş yapmayı ifade eder. Bu çalışmada, sermaye piyasalarında da kullanımının giderek yaygınlaştığı elektronik ticaret ve onun sermaye piyasaları üzerine etkisini anlatmak amaçlanmıştır.

1.2. Araştırmanın Önemi

Elektronik ticaret, tüketicilere kitap satmaktan, tedarik edilmiş konteynır yüklerini dünyanın bir ucundaki fabrikalara satmak gibi geniş bir alanda gerçekleştirilen aktiviteleri içerir. İşletmeler, fiziksel mallardan servislere, internette teslim edilen dijital ürünlere kadar her şeyi satmaktadır. Her elektronik ticaret girişimini etkileyebilecek mevzuatın her parçasını kapsam dahiline almanın mümkün olmadığı açıktır. Günümüz ihtiyaçlarının çoğunda insan, sistemdeki işlemci görevini üstlenmektedir. İhtiyacın karşılanması için web sayfalarını taramalı, elde ettiği bilgileri kopyala yapıştır mantığıyla özetlemeli ve tekrar web sayfalarına dönerek kararını bildirmelidir. Rekabet arttıkça, bir talebin eksiksiz olarak karşılanmasının önemi, bir başka deyişle müşteri memnuniyetinin önemi daha da artmaktadır. Bu da e ticareti tüm ortakların birbirleri arasında kuracakları bir tedarik zinciri iletişim ağı gereksinimini ortaya çıkarmaktadır. Ayrıca bu ortaklar arasındaki aktivitelerin eşzamanlı olarak yürütülmesi önem taşır.

Tüm işletmelerde olduğu gibi,Sermaye Piyasaları ‘nda da keskin bir rekabet yaşanmaktadır. Özellikle bankalar,daha fazla müşteriye ulaşmak adına sürekli yeni ürünler ve uygulamalar geliştirmektedir. Elektronik ticaret ,bankaların müşterilerine ulaşabildikleri en kolay ve maliyeti en düşük sistemdir. İnternet aracılığıyla müşterilere sunulan elektronik işlemler hem banka açısından maliyetleri azaltan hem de müşterilerin işlemlerini istedikleri yerde yapabilme özgürlüğünü veren bir yapıya dönüşmüştür. Banka çalışanlarının iş yükünü azaltmasıda eklenebilecek faydalardan biridir. Bu çalışma elektronik ticaretin Sermaye Piyasaları’ndan bankalara sağladığı faydalar ,ancak uzun vadede istihdama yapacağı etkiler açısından önem taşıdığını vurgulamak amacı ile hazırlanmıştır.

1.3.Varsayımlar

Toplumsal ve ekonomik alanı etkisi altına alan insanlık tarihi sürekli değişimlerin yaşandığı bir süreçtir. Bu değişimlerden en büyüğü 21. yüzyıla damgasını vuran sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiştir. Bu değişim sürecinin temel dinamikleri 20.yüzyılın sonlarında bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen hızlı gelişmeler olmuştur. Bilişim teknolojileri olarak beraberce anılan bilgi ve iletişim teknolojileri küreselleşme ile etkileşime girerek yepyeni bir ekonomik düzen meydana getirmiştir. "Yeni Ekonomi" olarak bilinen bu ekonomik düzenin ticari uzantısı ise her kesime yeni ufuklar açan elektronik ticaret olmuştur. Elektronik ticaretin günümüzdeki şekline kavuşması ve gelişme hızını arttırması, geleneksel ticaret araçlarının özelliklerini bünyesinde barındıran internete geniş kitlelerin erişim imkanı bulması ile mümkün olmuştur. Sermaye piyasasına sahip olan ülkelerde, gerek ulusal gerekse uluslar arası çapta kurumsal ve bireysel yatırımcıları yatırıma özendirebilmek için kurumsal yönetime dair düzenlemelerin süratle uygulamaya geçirilmesi hayati önem arz etmektedir.

Bu çalışmanın varsayımı şöyledir; Türkiye’de de sermaye piyasalarının, ekonomik kalkınmaya olan katkısının artırılması ve uluslar arası finans sisteminin bir parçası olarak yapılandırılması hedefine uygun olarak, kurumsal yönetim ilkelerinin belirlenmesi

gerekliliği ve bu alanda yapılan çalışmaların geçerli tek bir yönetim modelinin olmadığını ortaya koymaktır.

E- ticaret kavramının da sanal olarak düşünülmesine rağmen şeffaflık, hesap verebilirlik, sorumluluk ve adil yönetim kavramları gibi önemli ticaret kavramlarına ve düzenlemelerinde olmazsa olmaz kavramlar olarak kabul edilmesi gerekliliğidir.

1.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmada,Sermaye Piyasaları’ndan bankacılık sektörü,elektronik ticaretin en çok kullanıldığı sektör olduğu için evren olarak tanımlanmıştır. Özellikle ,alışan ve müşteri profilleri farklılıklarını görmek açısından kamu ve yabancı sermayeli banka ayırımına gidilmiştir. Bu ayırmada ,örneklem seeeğimiz bankaların personel sayısına dikkat edilmiştir.Anket soruları seçilirken,özellikle günlük bankacılık işlemleri göz önüne alınmıştır. Bu, anketin daha çok personele hitap etmesi açısından önemlidir.Anketler mesai saatleri içerisinde,yoğun bir tempo içerisinde yapıldığı için cevaplama süresi göz önünde bulundurularak ,olabildiğince kısa sorular tercih edilmiştir.

Araştırmada,uygulama yapılan toplam 46 banka şubesi ,çalışanlara uygulanması açısından sorun teşkil etmeyeceğini bildiren iki ayrı bankanın yönetimi tarafından izin alınarak yapılmıştır.

Bu araştırma ,genel olarak banka alışanlarının ,Türk Bankacılık sektöründe Sermaye Piyasaları’nda elektronik ticaret uygulamaları hakkındaki görüşleri üzerine, bir takım yargılarda bulunmaya imkan vermektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

SERMAYE PİYASASI VE ELEKTRONİK TİCARET

2.1. Mali Piyasa Kavramı

İktisadi açıdan piyasa, alıcı ve satıcıların birbirleri ile karşılıklı iletişim içinde oldukları ve mübadelenin meydana geldiği yer olarak tanımlanır.(Karslı,1994,24) Piyasa kavramı genellikle teorik ve mekandan soyutlanmış bir kavramdır. Piyasa kavramı somut olarak düşünülürse, daha çok borsa olarak tanımlanabilir. Borsa hangi türde olursa olsun, arz ve talebin karşılaştığı bir mekandır.

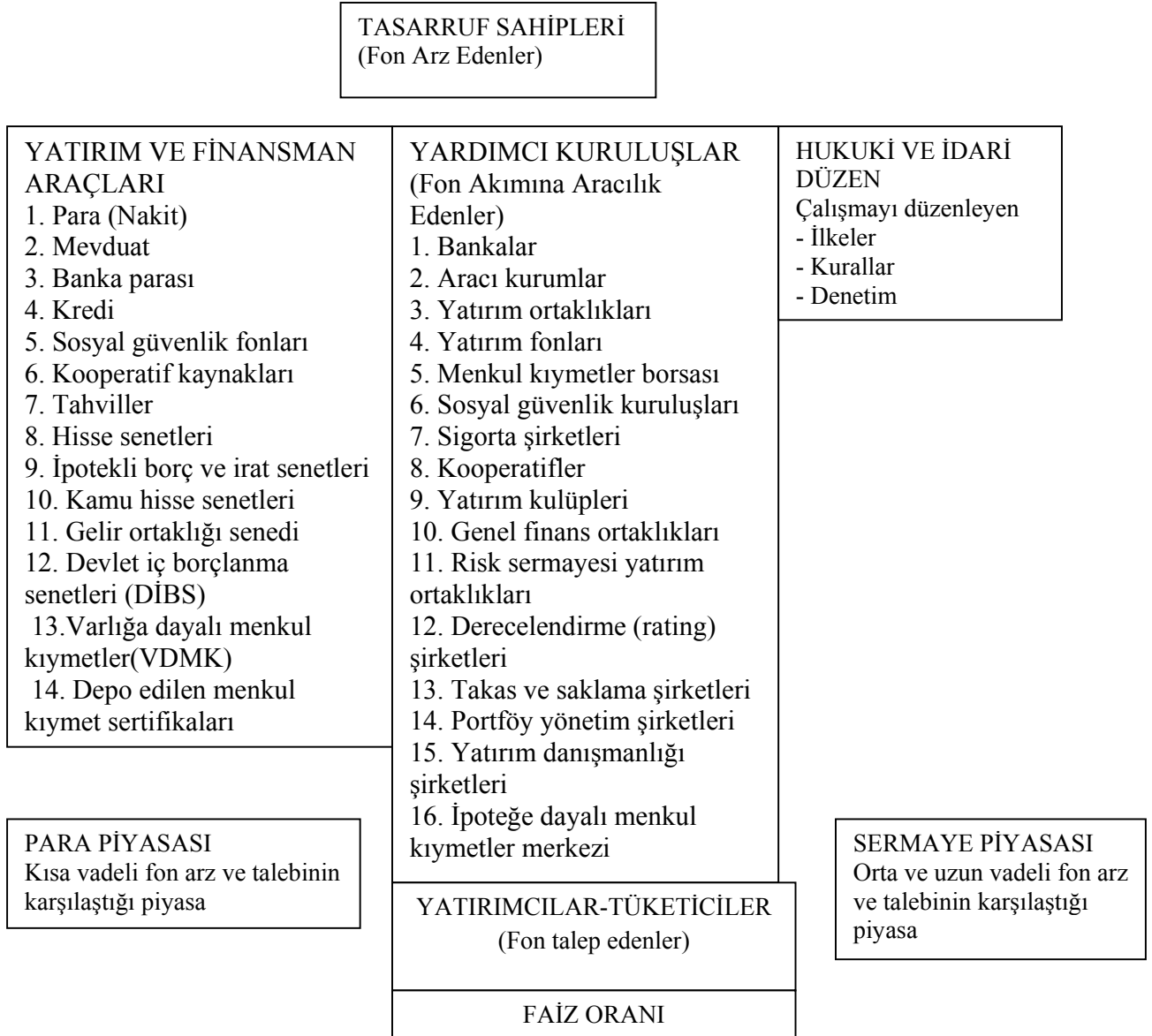
Piyasa bir ülkenin sınırları içinde ise ve o ülkede yapılan işlemleri kapsıyorsa buna iç piyasa (domestic market), işlemler ülke sınırlarını aşıyorsa buna da uluslararası piyasa (international market) denir.

Bir ülkede fon kullananlar ile fon arz edenler arasında fon akımlarını düzenleyen kurumlar, akımı sağlayan araç ve gereçler ile bunları düzenleyen hukuki ve idari kurallardan oluşan yapıya mali piyasa denilebilir (Taner , Polat 1992,32).

Tanımdan da anlaşılacağı gibi, mali piyasa para ve sermaye piyasalarından daha geniş ve bu piyasaları da kapsamına alan bir kavramdır. Bireysel tasarrufların kendiliğinden yatırıma dönüşmemesi, tasarruf hacminin küçük olması ve tasarrufların fonlarını verimli alanlara aktaracak bilgi, alışkanlık ve güdüye sahip olmamaları mali piyasalara ihtiyacı doğurmuştur (Taner , Polat 1992,32).

Mali piyasadaki beş ana unsur Şekil 2.1.'de gösterilmiştir:

Şekil 2.1. İMKB,Mali Piyasalarda Yapılanma,2008



Kaynak: İMKB, Sermaye Piyasası ve Borsa Temel Bilgiler Kılavuzu, Nisan 2008, İ.M.K.B Yayınları s.2.

2.2. Para Piyasaları

Kısa vadeli fon arz ve talebinin karşılaştığı piyasalara "para piyasaları" denir. Para piyasalarının tipik özelliği kısa vadeli fonlardan oluşmasıdır. Para piyasalarında vade genellikle bir yılı aşmaz.

Para piyasalarından sağlanan fonlar kredi olarak işletmelerin dönen varlıklarının finansmanında kullanılır. Para piyasalarının araçlarına ticari senetler örnek olarak verilebilir. (İMKB Yayınları,2000,12)

Para piyasasının kendi içinde örgütlenmiş ve örgütlenmemiş para piyasası olarak da bir ayrımı yapılabilir, örgütlenmiş para piyasası olarak bankalar gösterilebilir. Çünkü işletmelerin nakit ihtiyacı çoğunlukla ticari bankalar tarafından karşılanmaktadır, örgütlenmemiş para piyasası banka sisteminin dışında kalan piyasadır. Bankalar dışındaki kişi ve kuruluşlar da bazen işletmelere kısa vadeli fon sağlarlar. (İMKB Yayınları 2000,12)

Para piyasaları, işlemlerin yapıldığı mekana bağlı olarak da yurtiçi ve yurtdışı para piyasaları olarak da ayrılır. Yurtiçi piyasalar, ulusal parayla yapılan işlemleri kapsamaktadır. Yurt içi para piyasalarına yalnızca TL işlemlerinin yapıldığı TL Interbank, yurt dışı para piyasalarına ise Euromarket piyasaları örnek olarak gösterilebilir.

2.3. Sermaye Piyasası

En genel tanımıyla sermaye piyasası orta ve uzun vadeli fon arz ve talebinin karşılaştığı piyasadır. Sermaye piyasası mali piyasa kavramından daha dar ve teknik bir nitelik taşır ve genellikle mali piyasa kavramı içinde yer alır. (İMKB yayınları 2008)

Sermaye piyasasının tipik özelliği ve para piyasasından ayrıldığı en belirgin niteliği bu piyasanın orta ve uzun vadeli fonlardan oluşmasıdır. Bu vade bir yıldan fazla olmalıdır. Sermaye piyasasından sağlanan krediler genellikle, işletmelerin bina, makina ve teçhizat gibi duran varlıklarının finansmanında kullanılır.

Para piyasasında olduğu gibi, sermaye piyasasının kaynakları da tasarruf sahiplerinin birikimleridir. Sermaye piyasasının en önemli ve yaygın araçları hisse senetleri ve tahvillerdir.

Sermaye piyasasındaki fon akışkanlığı, bir takım araçların alım satımı yoluyla el değiştirmesi sayesinde sağlanmaktadır. Sermaye piyasasının bu araçlarına “sermaye piyasası araçları” veya “menkul kıymetler” denilmektedir. Bu menkul kıymetler, hisse senedi, tahvil ve türevleridir (Apak, 2005, 128).

Sermaye piyasası faaliyetleri; sermaye piyasası araçlarının ihraç ve halka arz yoluyla satışına aracılık, sermaye piyasası araçlarının aracılık amacıyla alım satımı, türev araçların alım satımına aracılık, repo ve ters repo, yatırım danışmanlığı, portföy işletmeciliği ve yöneticiliği ile diğer sermaye piyasası kurumlarının faaliyetleridir (Kayar, 2002, 117).

2.4. Sermaye Piyasası İle İlgili Kavram ve Tanımlar

İhraç ve Halka arz gibi Sermaye Piyasası araçlarının tedavüle çıkarılması ile ilgili tanımlamalardır.

2.4.1. İhraç

Sermaye Piyasası Kanununun 3. maddesi b bendine göre “Sermaye piyasası araçlarının ihraççılar tarafından çıkarılıp, halka arz edilerek veya halka arz edilmeksizin satışıdır.” (2499 Sayılı Sermaye Piyasası Kanunu, RG. T: 28/07/1981) Aynı kanunda ihraç yapabilecek kurumlar sayılmıştır. Buna göre anonim ortaklıklar, özelleştirme kapsamına alınan kamu iktisadi teşebbüsler, mahalli idareler ve bunlara ilişkin mevzuat kapsamında faaliyet gösteren kuruluşlar kıymetli evrak ihracatı yapabilirler. Bunların dışındaki kurumlar ise ihraç yapamazlar (2499 Sayılı Sermaye Piyasası Kanunu, RG. T: 28/07/1981).

Aynı kanunda ihraççı, anonim ortaklıklar, özelleştirme kapsamına alınmışlar dâhil KİT’ler, mahalli idareler ve bunlarla ilgili özel mevzuatlar kapsamında işlem gören kuruluşlardır.

2.4.2. Halka Arz

Bu kavramda, Sermaye Piyasası Kanunu'nun aynı maddesinde açıkça tanımlanmıştır. Sermaye piyasası araçlarının satın alınması için her türlü yoldan halka çağrıda bulunulmasını; halkın anonim ortaklığa katılmaya veya kurucu olmaya davet edilmesi; hisse senetlerini borsada veya teşkilatlanmış diğer piyasalarda işlem görmesini; halka açık anonim ortaklıkların sermaye artırımını ifade eder (2499 Sayılı Sermaye Piyasası Kanunu, RG. T: 28.07.1981).

2.4.3. Kayıtlı Sermaye

Türkiye'de, hukuk sistemi anonim şirketlerin sermaye artırımını uzun ve karmaşık bürokratik işlemlere bağlamıştır. Ancak, Sermaye Piyasası Kanunu ile getirilen kayıtlı sermaye ifadesi ile tüm bu formaliteler en aza indirilmiştir. Kayıtlı sermaye, anonim ortaklıkların esas sözleşmelerinde konu edilmek kaydıyla, yönetim kurulu kararı ile TTK'nın sermaye artırımını hükümlerine bağlı kalmaksızın çıkarabilecekleri maksimum hisse senedi miktarını gösteren, Ticaret Sicili'ne tescil edilmiş sermayeleridir (2499 Sayılı Sermaye Piyasası Kanunu, RG. T: 28.07.1981).

2.4.4. Halka Açık Anonim Ortaklık

Sermaye piyasası kanunundaki düzenlemeye göre, bir ortaklığın halka açık olması için, hisse senetlerinin halka arz edilmiş olması veya halka arz edilmiş sayılması gereklidir (2499 Sayılı Sermaye Piyasası Kanunu, RG. T: 28.07.1981).

Halka arz edilmiş sayılma kavramı, pay sahibi 250'yi aşan anonim ortaklıkları ifade eder. Bu türden ortaklıklar, halka açık anonim ortaklığı hükümlere tabi olurlar.

2.5. Sermaye Piyasası Kurumları

2499 Sayılı Sermaye Piyasası kanununun 32. maddesi sermaye piyasasının kurumlarını saymaktadır; Buna maddeye göre sermaye piyasasında faaliyette bulunabilecek kurumlar: Aracı kurumlar, yatırım ortaklıkları, yatırım fonları ve sermaye piyasasında faaliyet göstermesine izin verilen diğer kurumlardır. Sermaye piyasasında faaliyet gösteren kurumlar, yatırım fonları dışında anonim ortaklık olarak kurulurlar. Sermaye piyasası kurumlarını; anonim ortaklıklar, aracı kurumlar, yatırım fonları, yatırım ortaklıkları ve diğer sermaye piyasası başlıkları altında görebiliriz.

2.5.1. Anonim Ortaklıklar

5422 Sayılı Kurumlar Vergisi Kanununun 2. maddesinin son fıkrasına göre "2499 sayılı Sermaye Piyasası Kanununa göre, Sermaye Piyasası Kurulunca halka açık anonim şirket olduğu kabul edilen şirketler, bu kanun ve Gelir Vergisi Kanunu uygulaması bakımından da halka açık anonim şirket sayılır" hükmü yer almaktadır. Dolayısıyla halka açıklık kriterini belirleyen Sermaye Piyasası Kanunu'dur. Vergi kanunları ise bu konuda Sermaye Piyasası Kanununa uymaktadır. Hisse senetleri halka arz edilmiş olan anonim ortaklıklar ile ortak sayısı 250'yi aşan anonim ortaklıklar vergi uygulaması yönünden de halka açık anonim ortaklık sayılmaktadır (Erol, 2001).

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın 18.06.2003 tarih ve 5100 sayılı yazısında, Bakanlık iznine tabi anonim şirketler şu şekilde sayılmıştır:

- Bankalar - Finansal Kiralama Şirketleri
- Özel Finans Kurumları - Faktoring Şirketleri
- Döviz Büfesi İşleten Şirketler - Holding Şirketler
- Sigorta Şirketleri - SPK'ya Tabi ve Halka Açık Şirketler

- Umumi Mağazacılıkla Uğraşan Şirketler - Serbest Bölge Kurucusu ve İşleticisi Şirketler

Yukarıda belirtilen anonim şirketler dışında kalan anonim şirketlerin kuruluş ve ana sözleşme değişiklikleri Bakanlık iznine tabi değildir.

2.5.2. Aracı Kurumlar

Aracı kurumlar, Kurul kaydına alınacak sermaye piyasası araçlarının ihraç veya halka arz yoluyla satışına aracılık yapmak ya da daha önce ihraç edilmiş olanların aracılık amacıyla alım satımıyla uğraşmak için Kurul'dan yetki belgesi almış olan "aracı kurum ve bankaları" ifade eder.

Sermaye Piyasası Kanunu (SP Kanunu) aracı kuruluşları, aracı kurum ve bankalar olarak tanımlamıştır. Ancak bankalar kendi menkul kıymetlerini halka arz etmeleri ile sermaye piyasası faaliyetlerinde bulunmaları durumunda ve bu faaliyetleri ile sınırlı olarak SP Kanunu hükümlerine tabi olurlar. Bankalar kuruluş, denetim, gözetim, muhasebe, mali tablo ve rapor standartları konularında Bankalar Kanunu'na tabidir (SP Kanunu md.50).

Aracı kuruluşların kuruluş, faaliyet ve yetkilendirilmelerine ilişkin esaslar Sermaye Piyasası Kurulu'nun (Kurul) Seri:V No:46 sayılı "Aracılık Faaliyetleri ve Aracı Kuruluşlara İlişkin Esaslar Tebliği" ile düzenlenmiştir.

2.5.3. Yatırım Fonları

Yatırım Fonlarına ilişkin Tebliğde de belirtildiği üzere katılma belgeleri; belge sahibinin kurucu ve saklayıcı kuruma karşı sahip olduğu hakları taşıyan ve fona kaç pay ile katıldığını gösteren kıymetli evrak niteliğinde bir senettir, emre veya hamiline yazılı olarak düzenlenebilir (Taner,1992,s.23).

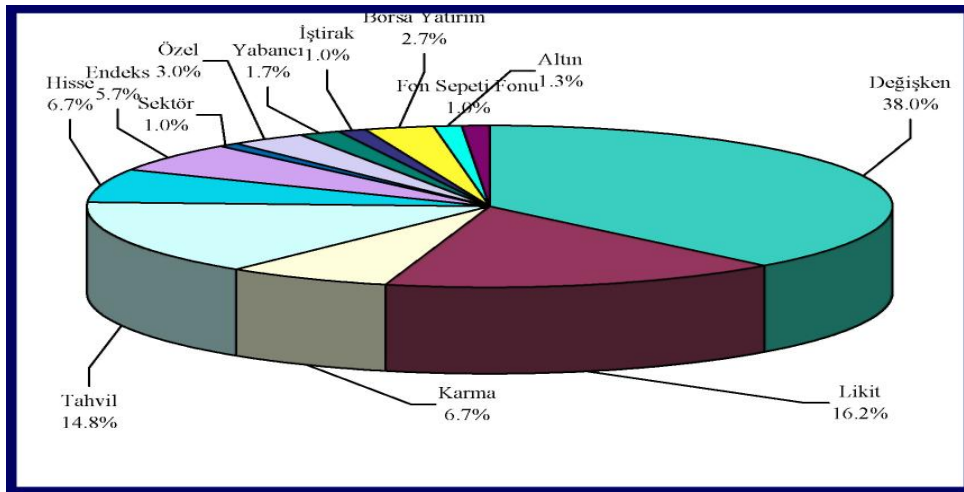
Yatırım fonlarında katılma belgesi sahiplerinin kurucunun yönetimine devrettiği şey, menkul kıymetler portföyünde bulunan finansal varlıklardır. Devredilen haklar ise, fon

iç tüzüğünde belirtilen riskin dağıtılması, kar payı elde etme ve basiretli bir tacir gibi yönetim ve benzeri haklar olmaktadır (Tevfik, 1995, 142)

Yatırım fonlarına ilişkin esaslar Seri:VII No.10 sayılı Sermaye Piyasası Kurulu tebliği ile düzenlenmiştir.

Türk sermaye piyasalarında A-Tipi ve B-Tipi olmak üzere iki ana grup yatırım fonu bulunmaktadır. Bunlardan portföy değerinin en az %25'i hisse senedinden oluşan fonlar A Tipi, kalanlar ise B-Tipi yatırım fonları olarak nitelendirilmektedir. Bu iki ana grup, fon portföyündeki finansal enstrümanlara bağlı olarak 16 alt grup fona ayrılmıştır. Bunlar; Tahvil ve Bono Fonu, Hisse Senedi Fonu, Sektör Fonu, İştirak Fonu, Grup Fonu, Yabancı Menkul Kıymetler Fonu, Altın Fonu, Kıymetli Madenler Fonu, Değişken Fon, Karma Fon, Likit Fon, Endeks Fon, Fon Sepeti Fonu, Garantili Fon, Koruma Amaçlı Fon ve Özel Fon'dur.

Türkiye'de 2007 yıl sonu itibarıyla toplam 297 adet fon bulunmaktadır. Bunlar arasında 113 adet ile Değişken ve 48 adet ile Likit fonlar en yaygın fonlardır. Bu iki fon grubu toplam fonların %54'ünü oluşturmaktadır. Bunları %15 pay ile tahvil ve bono fonları, %7'ser pay ile karma ve hisse fonlar ve %6 pay ile endeks fonlar izlemektedir. Veriler Grafik: 2.1 de gösterilmiştir.

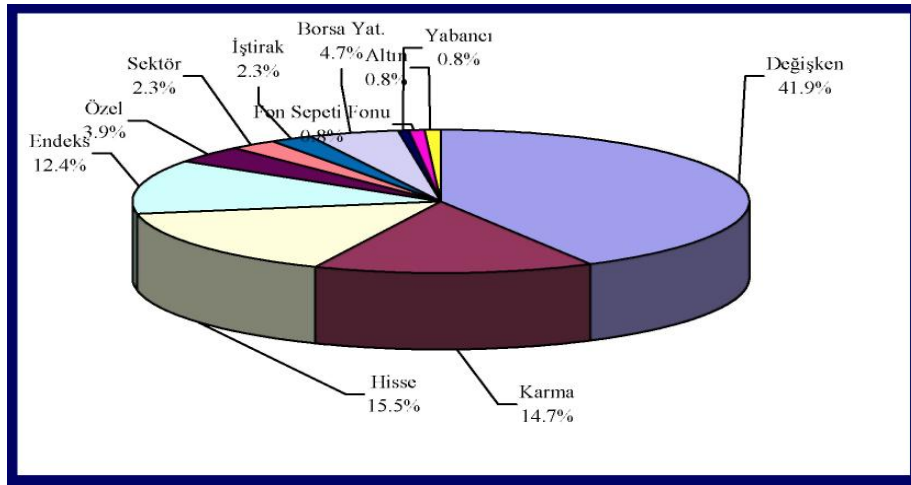


Grafik 2.1. A ve B Tipi Yatırım Fonu Türlerinin Sayısal Dağılımı

Kaynak : S.P.K. 2007 A ve B Tipi Yatırım Fon Türleri Raporu

2.5.3.1. A Tipi Yatırım Fonları

2007 yıl sonu itibariyle Türk sermaye piyasalarında toplam fon değeri 919.3 milyon YTL olan 129 adet A-Tipi yatırım fonu faaliyet göstermektedir. A tipi fonlar içinde en yaygın fon türü olarak birinci sırada %41,9 ile değişken fonlar, ikinci sırada %15.5 ile hisse senedi fonları yer almakta ve onları %14.7 ile karma fonlar izlemektedir. Veriler Grafik 2.2 de gösterilmiştir.

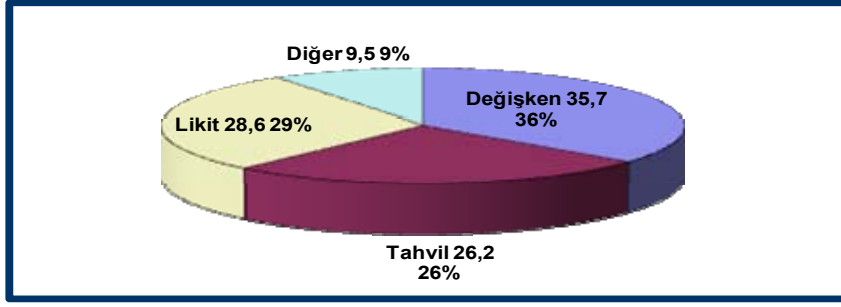


Grafik 2.2. A Tipi Yatırım Fonu Türleri

Kaynak : S.P.K. 2007 A Tipi Yatırım Fonları Raporu

2.5.3.2. B Tipi Yatırım Fonları

2007 yıl sonu itibariyle Türk sermaye piyasalarında toplam fon değeri 25.4 milyar YTL olan 169 adet B-Tipi yatırım fonu faaliyet göstermektedir. B-Tipi fonlar içinde en yaygın fon türü olarak %35.7 ile (60 adet) birinci sırayı değişken fonlar alırken, onu %28.6 ile (48 adet) likit fonlar izlemektedir (Grafik:2.3). Toplam fon değeri açısından da %81 ile (20.7 milyar YTL) en büyük paya likit fonlar sahiptir. Veriler Grafik 2.3. de gösterilmiştir.



Grafik 2.3. B Tipi Yatırım Fonu Türleri

Kaynak: S.P.K. 2007 B Tipi Yatırım Fonları Raporu

2.5.4. Yatırım Ortaklıkları

Yatırım ortaklıkları, 2499 Sayılı Sermaye Piyasası Kanunu'nda 35 ve 36. maddelerinde düzenlenmiştir. 35. maddedeki tanıma göre; Yatırım ortaklıkları; sermaye piyasası araçları, gayrimenkul, altın ve diğer kıymetli madenler portföylerini işletmek amacıyla kurulan anonim ortaklıklardır. Bu portföyler müstakilen bu unsurlardan oluşabileceği gibi karma da olabilir.

Menkul kıymet yatırım ortaklıkları, portföy işletmeciliği yapan kuruluşlardır. Küçük tasarruf sahiplerinin birikimleri ile piyasadan satın alınan menkul değerler, ortaklığın portföyünü oluşturmaktadır. Bu şekilde tasarruflar, uzman kimseler aracılığı ile değerlendirilerek tasarruf sahipleri güvence altına alınmakta ve dolayısı ile tasarruflar artmakta aynı zamanda ortaklıkların da finansman ihtiyaçları karşılanmış olmaktadır.

Türkiye’de menkul kıymet yatırım ortaklıkları (A-Tipi ve B-Tipi), gayrimenkul yatırım ortaklıkları ve girişim sermayesi yatırım ortaklıkları olmak üzere 3 tür yatırım ortaklığı faaliyet göstermektedir.

2.5.5. Yatırım Ortaklıklarının İşlevleri

Portföy işletmek amacıyla,

- Ortaklık portföyünü oluşturmak, yönetmek ve gerektiğinde portföyde değişiklikler yapmak,
- Portföy çeşitlendirmesiyle yatırım riskini, faaliyet alanlarına ve ortaklıkların durumlarına göre en aza indirecek biçimde dağıtmak,
- Menkul kıymetlere, mali piyasa ve kurumlara, ortaklıklara ilişkin gelişmeleri sürekli izlemek ve portföy yönetimiyle ilgili olarak gerekli önlemleri almak,
- Portföyün değerini korumaya ve artırmaya yönelik araştırmalar yapmak (İ.M.K.B.,2007, Yatırım Ortaklıkları Durum Raporu).

2.6. Sermaye Piyasalarının Türleri

Sermaye piyasasında fonları oluşturan tasarrufların, menkul kıymetler aracılığı ile el değiştirdiğini bildiğimize göre, fon ihraççıları bu belgeleri, menkul kıymetlerin ilk ihracından veya daha önce ihraç edilmiş kıymetli evrakı satın almış tasarruf sahibinden olmak üzere iki şekilde elde edebilirler. Bu açıdan bakıldığında zaman, sermaye piyasası iki kesimden oluşmaktadır (Mandacı, Soydan, 2002, 5).

2.6.1. Birincil Piyasalar

Bu piyasalar, fon sahiplerinin menkul kıymetleri direkt olarak kıymetli evrakı, ihraç eden kuruluştan veya bunların ihracına aracılık eden kuruluştan aldıkları piyasalardır. Burada dikkat edilmesi gereken menkul kıymetin ilk ihraçta alınmasıdır.

Menkul kıymet alımı sırasında, bir aracı kurumun aracılık faaliyeti gerçekleştirmesi birincil piyasa niteliğini kaybettirmez (Apak,1995, 130).

2.6.2. İkincil Piyasalar

Bu piyasalar, fon sahiplerinin daha önceden ihraç edilmiş fonları satın aldıkları, yani önceden ihraç edilmiş fonların alınıp satılarak el değiştirdiği piyasalardır. Bu piyasanın oluşmasının sebebi ise, değerli evrakı ihraçtan alan fon sahibinin, hisse senetlerini hiçbir zaman, tahvilleri ise vadesi gelmeden, bunları ihraç eden kurumlara rücu edememesidir. Bu piyasalar menkul kıymetin likide döndürülmesini sağlayan mahallerdir (Sarıkamış, 2000, 15) .

Görüleceği üzere ikincil piyasalar, birincil piyasaların varlığından kaynakla meydana gelmekte ve piyasadaki tüm hareketlerden etkilenmektedir (İMKB Yayınları,2000, 12).

İkincil piyasalarda kendi içinde ikiye ayrılmaktadır;

- Menkul Kıymet Borsaları
- Devlet Borsaları

2.7. Sermaye Piyasasının Faaliyet Alanı

Sermaye piyasasındaki işlemler faaliyet kapsamında sınıflandırılmış ve piyasada faaliyet gösteren kurumlar, Sermaye Piyasası Kurumundan yetki belgesi almak koşuluyla bu faaliyetlerde bulunabilmektedirler(Keskin, 2004, 20).

Sermaye piyasası faaliyetleri Sermaye Piyasası Kanunu'nun 30.maddesinde sistamize edilmiştir. Bu faaliyetler su şekilde sıralandırılabilir:

- Menkul kıymetler ve diğer sermaye piyasası araçlarının halka arzına aracılık etmek,
- Daha önce ihraç edilmiş, menkul kıymet ve diğer sermaye piyasası araçlarının ikincil piyasalarda el değiştirmesine aracılık etmek,

- Mali endekslerle, menkul kıymetlere, diğer sermaye piyasası araçlarına, mal ve kıymetli madenlere müstenit vadeli işlem sözleşmelerin yapılmasına aracılık etmek,
- Menkul kıymet ve diğer sermaye piyasası araçlarının geri alım veya satım taahhüdü ile alım satımı,
- Repo aracılığı,
- Yatırım danışmanlığı,
- Portföy işletmeciliği,
- Derecelendirme,
- İpoteğe dayalı menkul kıymet ihracına aracılık,
- Risk sermayesi,
- Diğer sermaye piyasası kurumları faaliyetleri.

2.8. Türkiye’de Sermaye Piyasası Araçları

Sermaye piyasası araçları menkul kıymetler ve diğer sermaye piyasası araçlarıdır (SPK, md2). Aynı maddede “ menkul kıymetler, ortaklık ve alacaklılık sağlayan, belli bir meblağı temsil eden, yatırım aracı olarak kullanılan, dönemsel gelir getiren, misli nitelikte seri halinde çıkarılan, ibareleri aynı olan ve şartları Kurulca belirlenen kıymetli evraktır.” Şeklinde tanımlanmıştır.

Menkul kıymetler;

- Hisse senetleri
- Hisse senedi türevleri
- Geçici ilmhühaberler

- Yeni pay alma kuponları
- Tahviller
- Tahvil türevleri
- Tahvil faiz kuponları
- Katılma faiz kuponları
- Kar ve zarar ortaklığı belgeleri
- Banka bonoları
- Banka garantili bonolar, finansman bonoları
- Varlığa dayalı menkul kıymetler
- Gelir ortaklığı senetleri
- Tertip halinde çıkarılan ve 2 yıl veya daha uzun süreli ipotekli borç ve irat senetleri
- İktüzüğünde kurucu dışındaki aracı kuruluşlarca serbestçe alım satımı öngörülen A tipi yatırım fonu katılma belgeleri.

2.9. Türkiye’de Finans Piyasası Kurumları

Finans kurumları temel aktifleri büyük ölçüde finansal araçlardan (dolaylı ve dolaysız) oluşan, faaliyetleri bunlar üzerinde yoğunlaşan ve böylece gelirlerini, esas olarak, finansal araçlarla ilgili işlemlerden sağlayan kurumlardır.

Türkiye’de para yaratan finansal kurumlar

- TC. Merkez Bankası

- Ticari (Mevduat) Bankaları
- Özel finans kurumları

Türkiye’de Para Yaratmayan Finansal Kurumlar

Türkiye’de para yaratmayan finansal kurumlar şunlardır.

- Kalkınma ve Yatırım Bankası
- Sigorta Kurumları : Sosyal güvenlik ve özel sigorta kurumları
- Kredi ve Kefalet Kooperatifleri
- Kollektif Yatırım Kurumları ve Aracı Kuruluşlar
- Diğer Sermaye Piyasası Kuruluşları: Takas ve Saklama Ortaklıkları, Sermaye Piyasası Araçlarını Derecelendirme ve Denetim Kuruluşları, Genel Finans Ortaklıkları, İpoteğe Dayalı Menkul Kıymetler Merkezleri

2.10. Türkiye'de Finansal Kesim :

Türkiye'de finansal yapı 3 aktörün bir araya gelmesi ile oluşur:

I. Para ve sermaye piyasası kuruluşları;

- Bankacılık sektörü,
- Özel finans kurumları (yeni adı ile yatırım bankaları)
- Sigortacılık sektör
- Sermaye piyasası aracı kuruluşlar,
- Diğer kuruluşlar (leasig, faktoring, tüketici finansman şirketleri, yatırım ortaklıkları ve fonları).

II. Sermaye piyasasında kullanılan araç ve gereçler (enstrümanlar);

- Hisse senetleri,
- Tahvil ve bono {kamu ve özel kesime ait),
- Repo ve ters repo,
- Vadeli işlem ve opsiyon araçları, 5.Mevduat.

III. Sermaye piyasası işlemleri

- Bankalarda vadeli veya vadesiz mevduat hesabı açılması (faiz elde etme amacıyla
- Borsadan hisse senedi veya tahvil alınması veya satılması (yatırım amacıyla),
- Borsada işlem yapmak (spekülatif amaçlı),
- İkrazatçılık (para alışverişi faiz karşılığı), S.Repo e ters repo işlemleri,
- Fonlara ait katılım belgesi alım ve satımı 7.Vadeli altın ve döviz alımı ve satımı,
- Diğer işlemler.

2.11. Elektronik Ticaret

Elektronik Ticaret, elektronik topluluklarının sayısının ve türünün giderek artış göstermesi nedeniyle ticari faaliyetlerin de bu alana kayması sonucu geleneksel işletme işlevlerinin bir kısmının bu alanda kendini göstermeye başladığı bir pazar alanıdır (Asani,Tozzi, 1998,14) .

Elektronik ticaret yeni bir kavram olmasına karşın, çoğunlukla geleneksel ticaretin ilkelerinden faydalanmaktadır. Dolayısıyla elektronik ticaret geleneksel ticaretin alternatifi değildir. Ancak ticaretin geleneksel yapıdan ve usullerden giderek uzaklaştığı, elektronik ortama taşındığı ve yeni ilke ve esaslar getirdiği de unutulmamalıdır. Elektronik ticaretle geleneksel ticaret arasındaki en önemli farkın piyasalarının genişliği konusunda olduğu ifade edilebilir. Bilgisayar teknolojilerinin ve internet kullanımının arttığı günümüzde, elektronik ticaret küresel pazara daha kolay hitap edebilmekte, dolayısıyla pazar potansiyeli geleneksel ticarete göre daha büyük olmaktadır.

Elektronik ticaret kavramının tanımlanması konusunda farklı yaklaşımların olması, kolaylıkla tanımlanmasını zorlaştırmaktadır. Bu zorluğun temelinde elektronik ticaretin sınırlarının tespit edilmesindeki yetersizlik yatmaktadır. Bu yetersizliğe ek olarak özellikle iletişim teknolojilerindeki hızlı değişimin elektronik ticaretle ilgili yeni imkanlar getirmesi yapılan tanımların zamanla eksik kalması gibi bir sonucu da doğurmaktadır. Bu nedenlerle elektronik ticaretle ilgili farklı yaklaşımlar söz konusu olmaktadır. Bir başka tanımla elektronik ticaret ; mal ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımlarının telekomünikasyon ağı üzerinden yapılmasıdır (Ersoy,2001,24).

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD) tarafından yapılan tanıma göre , elektronik ticaret kurumların ve bireylerin katıldığı ve metin, ses ve görsel imaj gibi sayısallaştırılmış verinin islenerek, açık ya da kapalı ağlar üzerinden iletilmesine dayanan ticaretle ilgili işlemlerdir. (<http://www.oilis.oecd.org>,2007)

Birleşmiş Milletler - Uluslararası Ticaret Hukuku Komisyonu (UNCITRAL) ise elektronik ticareti, ticari aktiviteler kapsamında her türlü veri mesajının, Elektronik Veri değişimi (Electronic Data Interchange), internet, e-mail gibi yöntemlerin yanında, telekopi ve fax gibi daha az karmaşık veri iletim yöntemleri kullanılarak elektronik ortamda değişimi olarak tanımlanmıştır (<http://daccessdds.un.org> , 2007).

Avrupa Komisyonu'nun 1997 yılında yapmış olduğu tanıma göre elektronik ticaret, işletme faaliyetlerinin elektronik olarak yapılmasıdır. Bu faaliyet metin, ses ve video verilerinin elektronik olarak islenmesi ve aktarımına dayanmaktadır. Elektronik ticaret bu boyutuyla mal hizmet alımı ödemelerinin dijital olarak yapılmasını kapsamaktadır.

Bu faaliyetler hem mamulleri (tüketici malları, özellikli elektronik donanımları) ve hizmetleri (bilgi hizmeti, finansal ve yasal hizmetler) hem de geleneksel faaliyetleri (sağlık, bakım, eğitim) kapsamaktadır (Ördek, 2000,12).

Buraya kadar yapılan tanımlamalar dikkate alındığında elektronik ticaret; bireyler, özel ve kamu kurumlarının birbirleriyle ve kendi bünyesindeki is, yönetim, üretim ve tüketim faaliyetlerinin yürütülmesi için açık ve kapalı ağlar üzerinden elektronik araçlar kullanılarak, metin, ses ve görüntü verilerinin elektronik olarak islenmesi, iletilmesi ve saklanması temeline dayanan ticari işlemler olarak tanımlanabilir. Elektronik ticaret, özellikle iletişim teknolojilerinin de yardımı ile artık yalnızca bir satış kanalı ya da farklı bir mağaza olarak değerlendirilmemelidir. Elektronik ticaret, tamamlanması gereken bir proje olarak anlaşılmamalıdır; aksine elektronik ticaret , sürekli kendini yenileyen bir süreçtir. İşin nasıl yapıldığını değiştirir ve büyük bir yatırım gerektirir. Bu, bilgisayarları açıp peynir almak için İnternete girmek değil; işletmelerin ağı tedarikçilerini de dahil etmeleri demektir. Çalışmanın bundan sonraki bölümlerinde de ayrıntılı olarak anlatılacağı üzere elektronik ticaret, işletmelere yeni tedarik zinciri, ürün dağıtım hizmeti, üretim maliyetlerinde azalma, doğrudan satış ve ekonomik açıdan yaşamsal daha bir çok fırsatı da beraberinde getirmektedir. Dünyanın gelişmiş ülkelerinde elektronik ticaretin boyutları inanılmaz boyutlara ulaşmıştır. Gelişen internet ve buna bağlı gelişen elektronik ticaret sayesinde önceleri ancak hayal edilebilen, ancak günümüzde gerçekleşen gelişmeler ortaya çıkmış ve elektronik ticaret yeni bir rekabet alanı olmuş, müşteri satın alma yöntemleri farklılaşmıştır. Bu yeni teknolojinin ortaya çıkardığı elektronik ticaret, diğer ticari eylemlerden farklı kılan ise, dünyanın neresinde olursa olsun, müşteriye satın alma gücünü sağlamış olmasıdır. Elektronik ticaret, birçok satın alma noktasını dolaşarak ve belirli bir mekan (yer) kısıtlılığı altında alışveriş yapma zorunluluğu altında bulunan müşteri için, bu kısıtlılığı ortadan kaldırmıştır. Elektronik ticaret müşterisi evinden, ofisinden dışarı çıkmadan alışveriş yapabilmekte, fiyatları karşılaştırabilmekte ve zaman ya da mekân kısıtı olmaksızın elinin altındaki Mouse'a tıklayarak istediği satıcı bilgilerine ulaşabilmektedir (Ersoy ,2002,5).

Elektronik ticaret açısından en etkin araç olarak kabul edilen yeni internet teknolojileri ise ses, görüntü ve yazılı metni aynı anda, daha hızlı ve güvenli bir şekilde

ilettiğinden, internet üzerinden yapılan bu işlemlerin maliyeti diğer araçlara oranla hayli düşüktür.

Geçmişte bir ölçüye kadar kapalı bilgisayar ağları üzerinden gerçekleştirilen elektronik ticaret uygulamaları, güvenli olmakla birlikte maliyeti oldukça yüksek sistemlerdir. Günümüzde, açık bilgisayar ağı olan internet, elektronik ticaret için çok daha uygun bir altyapıdır. İnternet aracılığıyla, artık kapalı yapıdan açık yapıya geçerek küreselleşen ağların getireceği avantajlardan yararlanılmaktadır. Bu da, özellikle KOBİ'lerin (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin) dünya ticaretinde daha fazla yer almalarına imkan sağlamaktadır.

Elektronik ticaretin geleneksel ticarete göre belirgin farkları daha çok iletişim ve onay işlemlerinde ortaya çıkmaktadır. Veri aktarımının sağlanması için geleneksel yöntemde de bir çok yol vardır. Ancak bunların hepsi e-posta ve diğer veri aktarım yöntemlerinden daha hızlı olamaz. Tablo 2.4'de satın alma işlemleri yapan bir işletmenin geleneksel ve elektronik ortamlarda yapacağı ticaret karşılaştırılarak gösterilmiştir. Geleneksel ticaret ifadesiyle, elektronik ticaretin sağladığı olanaklardan faydalanmadan yapılan ticaret kastedilmektedir.

Tablo 2.1. Geleneksel Ticaret-Elektronik Ticaret Karşılaştırması

	Geleneksel Ticaret	Elektronik Ticaret
Satın Almayı Yapan İşletme		
Bilgi edinme yöntemleri	Görüşmeler, dergiler, kataloglar, reklamlar	Web sayfaları
Talep belirtme yöntemi	Yazılı form	Elektronik posta
Fiyat araştırması	Kataloglar, görüşmeler	Web sayfaları
Sipariş verme	Yazılı form, faks	Elektronik posta, EDI
Tedarikçi İşletme		
Stok kontrolü	Yazılı form, faks, telefon	Online veritabanı, EDI
Sevkiyat hazırlığı	Yazılı form, faks, telefon	Elektronik veritabanı, EDI
İrsaliye kesimi	Yazılı form	Online veritabanı, EDI
Fatura kesimi	Yazılı form	Elektronik posta, EDI
Siparişi Yapan Firma		
Teslimat onayı	Yazılı form	Elektronik posta, EDI
Ödeme programı	Yazılı form	Online veritabanı, EDI
Ödeme	Banka havalesi, posta, tahsildar	İnternet bankacılığı, EVD, EFT

Kaynak: www.rtasarim.com/eticaret.asp

Bilgi toplumuna geçiş süreci 1950 ve 1960'lı yıllarda ABD, Japonya ve Batı Avrupa gibi gelişmiş ülkelerde bilgi ve iletişim teknolojilerinin giderek artan bir şekilde kullanılmasıyla başlamıştır. Gelişmiş ülkelerde şekillenen bu sürecin en önemli özelliği bilgi ve iletişim teknolojilerinin tarım, sanayi ve hizmetler sektörünün yanı sıra eğitim, sağlık vb. alanlarda da kullanılabilir olmasıdır. Bu nedenle bilgi toplumuna geçiş sürecinde yaşanan gelişmeler üretimi ve verimliliği arttırırken yeni teknolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmeleri de teşvik etmektedir. Yaşanan gelişmeler değerlendirilir ise bilgi toplumuna geçişle birlikte (Aktan, Tunç,1998, 120):

- Maddi sermayenin yerini bilgi ve beşeri sermaye almaya başlamıştır.
- Bilgisayar kullanımı yoğunlaşmış ve temel araç haline gelmiştir.
- Kol gücünün yerini beyin gücü almıştır.
- Mal ve hizmetlerin üretimi yerine bilgi ve teknoloji üretimi önem kazanmıştır.
- Fabrikaların yerini bilgi kullanımını içeren bilgi ağları ve iletişim ağı sistemi almaya başlamıştır. Bilgi, dünyanın her tarafında üretilen ve iletişim teknolojisi aracılığıyla anında yayılan kaynak haline gelmiştir.
- Bilgi ve iletişim teknolojisinin ürünü olan internet kullanımı yaygınlaşmıştır.
- Teknoloji gelişimi ile birlikte kısa dönemde olumsuz etkisi işsizlik olmakla beraber, işgücünden tasarruf sağlanmıştır. Ancak, uzun dönemde yeni teknolojilerin dünya çapında etkileri bu olumsuzluğu gidererek yeni iş sahaları ortaya çıkaracaktır.
- Tarım, sanayi ve hizmetler sektörünün yanında bilgi toplumunda birincil öneme sahip "bilgi sektörü" olarak ortaya çıkmıştır.
- Üretim faktörü olarak bilgi ön plana çıkmıştır.
- Gönüllü kuruluşlar önem kazanmaya başlamıştır.
- Üretici ve tüketici arasındaki mesafelerden kaynaklanan sorunlar ortadan kalkmış, mal ve hizmet sevkiyat maliyetleri minimize edilmiştir.
- Beşeri sermayenin kalitesi genel eğitimle değil, bireysel eğitimle ölçülmeye başlanmıştır.

Günümüzde yazılım, bilgisayar, müzik, medya, kitap ve eğlence sektörleri elektronik ticaretin önemli paya sahip olduğu alanlar olurken bankacılık ve finans sektörlerindeki önemi de her geçen gün artmaktadır. Özellikle bankacılık, sigortacılık ve perakende satış gibi sektörlerde elektronik ticaret hacminin gelişimi geleneksel ticaretin terk edilmeye başlanması gibi bir sonuç doğurmaktadır. Teknolojik gelişimin yavaş

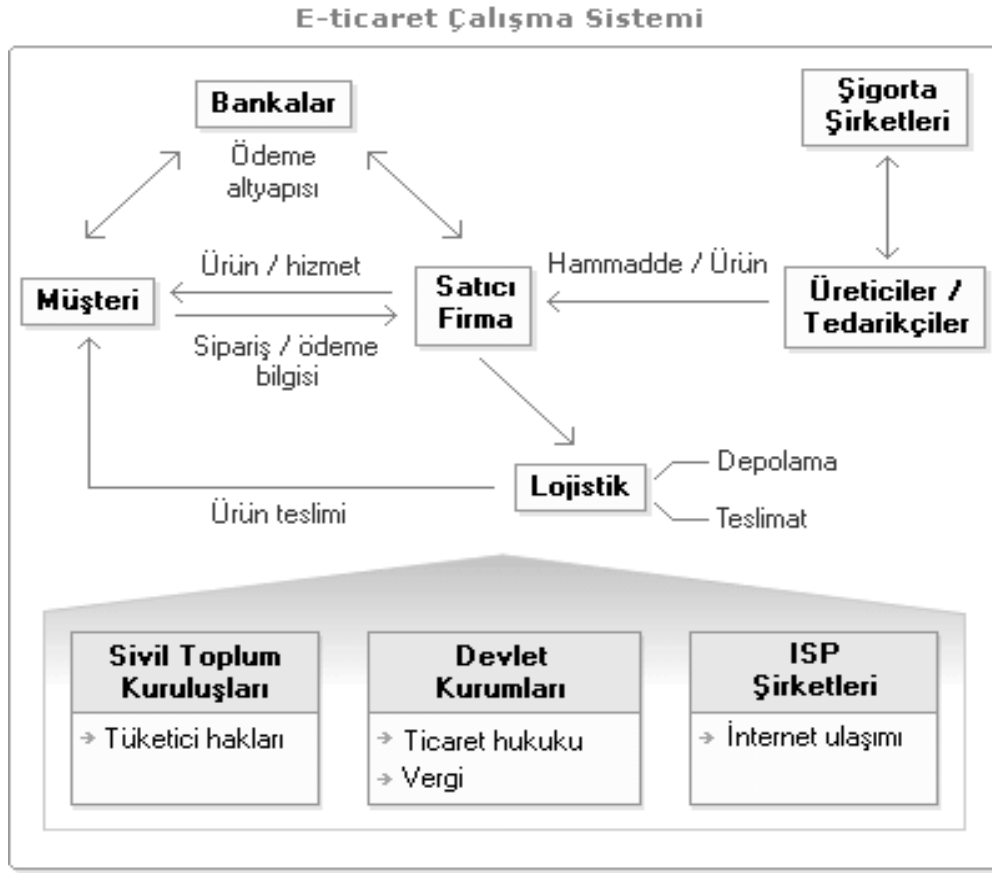
ilerlediği bazı sektörler göz önüne alındığında, elektronik ticaretin tüm sektörlerde aynı oranda gelişim göstermediği özellikle dijital ortamda sunulabilen mal ve hizmetlerle ilgili olarak daha hızlı ilerlemeler kaydettiği sonucuna varılabilir. Tablo 2.6.'da dünyada ve Türkiye'de elektronik ticaretin en çok kullanıldığı ürün grupları gösterilmiştir;

Tablo 2.2 Dünyada Ve Türkiye'de Elektronik ticaretin Kullanıldığı Ürün Grupları (Hacim)

Dünyada	Satın	Alınan	Türkiye'de	Satın	Alınan
Ürünler			Ürünler		
Otomobil % 43			Kitap % 28		
Lüks Tüketim % 39			CD % 21		
Kişisel Hizmet % 34			Giyim % 12		
Sigorta+Kredi Hizmetleri % 30			Yiyecek % 11		
DVD-VCD % 8			Bilgisayar Parçaları % 8		

Kaynak: Yumuşak,2001, 4

Elektronik ticaret, internet sistemi üzerinden kurulu olan online sistemi üzerinden çalışmaktadır. Bu sistem içinde müşteri, satıcı firma, bankalar, internet server hizmeti veren kuruluşlar, üreticiler, lojistik hizmet sunan kuruluşlar yer almaktadır.



Sekil 2.2. elektronik ticaretin çalışma sistemini göstermektedir

Kaynak: <http://www.elektronik ticaretmerkezi.net/eticaretişlemleri. php>, 03.02.2009

Sekil 2.2’de görüldüğü gibi, elektronik ticaretin çalışma sisteminde ISP (İnternet Servis Sağlayıcı) şirketlerinin internet ulaşım hizmeti sağlaması gerekmektedir. Ancak bunun için en büyük düzenleyici kurum olan devletin bir kısım yasal süreçlerinin de yerine getirilmesi gerekmektedir. Bu açıdan yapılan işlemin bir ticari işlem olmasından dolayı ticaret ve vergi yasaları çerçevesinde değerlendirilmesi gerekir. Özellikle elektronik ticarete, alıcıların güven duyabilmeleri için bir sorunla karşılaştıklarında, yasal haklarını arayabilecekleri ve muhatap olacakları bir tüzel kişiliği olan bir firma ile muhatap olmak isterler. İnsanların çoğu yasal tüzelkişiliği olmayan kuruluşlarla elektronik ticaret ilişkisine girmeye genelde pek olumu bakmazlar. Sivil Toplum Kuruluşları da elektronik ticaret

sisteminin bir parçasıdır. Özellikle tüketici dernekleri çalışmalarıyla elektronik ticaret üzerinde tüketiciler etili olurlar. Elektronik ticaretin talep ile başlamasından sonraki sürecin çoğu, diğer işletmelerde olduğu gibi depolama, teslim ve lojistik hizmetleri içerir.

2.12. Elektronik Ticaretin Kapsamı

Elektronik ticaretin kapsamı tartışmaya açık bir konudur ve bu konuda değişik yorumlar mevcuttur. Bunun çok farklı nedenleri olmasına karşılık, en önemli neden elektronik ticaretin internetle beraber anılmasıdır. Elektronik ticarete kullanılan çok çeşitli araçlar olmasına rağmen elektronik ticaret internetle özleştirilince diğer araçlarla yapılan ticaretin elektronik ticaret sayılıp sayılmayacağı tartışmaları gündeme gelmiştir.

Geniş anlamda, ticaretin yönetilmesinde elektronik araç ve teknolojilerin kullanılmasını ifade etmektedir. Kavram, özellikle is hayatı içinde işletmeden - işletmeye ve işletmeden - tüketiciye olan dijital işlemleri kapsamaktadır. Bilgi teknolojileri aynı zamanda eğlence, iletişim, vergi ödeme, şahsi finansman yönetimi, araştırma ve eğitim gibi ticari olmayan faaliyetlerde de kullanılabilir.

Kapalı ve açık ağlar kullanılarak yapılabilecek iş ve ticaret aktiviteleri şu şekilde sıralanabilir (www.eticaret.gov.tr , 20.02.2009):

- Mal ve hizmetlerin elektronik alışverişi,
- Üretim planlaması yapma ve üretim zinciri oluşturma,
- Tanıtım, reklam ve bilgilendirme,
- Sipariş verme,
- Anlaşma/sözleşme yapma,
- Elektronik banka işlemleri ve fon transferi,
- Elektronik konşimento gönderme,

- Gümrükleme,
- Elektronik ortamda üretim izleme,
- Elektronik ortamda sevkiyat izleme,
- Ortak tasarım geliştirme ve mühendislik,
- Elektronik ortamda kamu alımları,
- Elektronik para ile ilgili işlemler,
- Elektronik hisse alışverişi ve borsa,
- Ticari kayıtların tutulması ve izlenmesi,
- Doğrudan tüketiciye pazarlama,
- Sayısal imza, elektronik noter gibi güvenilir üçüncü taraf işlemleri,
- Sayısal içeriğin anında dağıtımı,
- Anında bilgi oluşturma ve aktarma,
- Elektronik ortamda vergilendirme,
- Fikri, sınai ve ticari mülkiyet haklarının korunması ve transferi

Bu sıralamadan anlaşılabileceği gibi geleneksel ticaret işlemlerinin tamamı elektronik olarak da gerçekleştirilebilmektedir. Elektronik ortamda mal ve hizmetlerin üretimi, üretimin denetimi, tanıtımı, sipariş alınması, sözleşmelerin düzenlenmesi ve yerine getirilmesi, ürünün müşteriye teslimi ve ödemenin tahsil edilmesi mümkündür.

2.13. Elektronik Ticaretin Araçları

Elektronik ticaretin temel araçları:

- Telefon,
- Faks,
- Televizyon,
- Bilgisayar,
- Elektronik ödeme ve para transferi sistemleri,
- Elektronik veri değişimi (Electronic Data İnterchange-EDI),
- Sayısal Televizyon,
- İnternet,
- Telekomünikasyon,
- GSM.

Yukarıda sayılanlarla sınırlı olmamak üzere on ana araç elektronik ticaret kavramını geniş bir bakış açısıyla tanımlamaktadır. Ancak, elektronik ticaret kavramı çoğu zaman internet ve diğer ağlar üzerinden yapılan ticaret olarak algılanmakta ve değerlendirmeler bu araçlar üzerinde yoğunlaşmaktadır. İnternet ve Elektronik Veri Değişimi (EDI) elektronik ticaret açısından diğer dört araca göre daha önemli ve gelecekte daha yoğun kullanılacak bir niteliğe sahiptir. Elektronik ticaret zaman ve mekan sınırı olmaksızın, ticari işlemlerde bir veya daha fazla insan tarafından ses, görüntü ve yazılı metinlerin eş ya da ardışık zamanlarda interaktif bir biçimde iletilmesi nedeniyle klasik ticaret yöntemine göre, işlemler daha kısa bir sürede tamamlanmakta ve nispeten daha düşük maliyetle gerçekleşmektedir. Elektronik ticaret araçları niteliği ve fonksiyonuna göre aşağıdaki şekilde gururlandırılabilir.

Tablo 2.3. Elektronik Ticaret Araçları Niteliği ve Fonksiyonuna Göre Bölümlenmesi

Uç Birim Araçları	İletişim Araçları	Uygulama Örnekleri
Telefon/Cep Telefonu	İnternet	Elektronik ödeme ve para transfer sistemleri
Faks	Telekomünikasyon	Elektronik Veri Değişimi(EDİ)
Televizyon	GSM	Sayısal TV
Bilgisayar		

Kaynak : <http://www.eticaret.gov.tr> 20.2.2009

2.14. Elektronik Ödeme ve Para Transferi Sistemleri

Elektronik ödeme ve para transfer sistemleri, elektronik ticarete kullanılmaları nedeniyle, elektronik ticareti önemli bir ölçüde kolaylaştırmakta ve ayrılmaz bir parçası haline gelmektedirler. Elektronik ticarette en çok kullanılan ödeme aracı kredi kartıdır. Kredi kartları ilk olarak 1960 yılında uygulamaya konulmuş ve zamanla gerek teknolojik bakımdan, gerekse yaygınlığı bakımından büyük ilerlemeler kaydetmiştir.

Elektronik ödeme ve para transfer sistemleri, kredi kartları veya benzeri ödeme araçları elektronik ticareti kolaylaştırmış, bu yüzden de elektronik ticaretin vazgeçilmez unsurları arasında yer almışlardır. Özellikle ATM (Automatic Teller Machines) ve kredi kartları günümüzde ödeme amacıyla yaygın olarak kullanılmaktadır. Bu kartlar sayesinde

tüketici, hesabındaki tüm hareketleri izleyebilmekte ve pek çok bankacılık işlemini bizzat kendisi gerçekleştirebilmektedir (Kaplan,1996,s.3).

2.15.Elektronik İmza

Elektronik ticaret kullanıcılar tarafından benimsenebilmesini sağlayacak en önemli unsurlardan biri, İnternet ortamında yapılmakta olan işlemlerin güvenliğinin sağlanabilmesidir (Özer,2005,17). Bu, taraflar arasında iletilen bilginin gizliliğinin ve tarafların kimliklerinin doğruluğunun, kurulacak olan teknik ve yasal altyapı ile sağlanmasıyla gerçekleşir. Söz konusu teknik ve hukuki altyapı içerisinde elektronik imza kavramı çok büyük bir öneme sahiptir. Bu yüzden elektronik ticaret ilerleme kaydetmeye çalışan ülkeler, önceliği elektronik imza kavramına vermektedirler. Günümüzde Almanya, Singapur ve ABD'nin bazı eyaletlerinde elektronik imza hem teknik altyapı olarak tanımlanmış hem de hukuki açıdan uygulamaya konulmuştur. 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu'na göre elektronik imza, başka bir elektronik veriye eklenen veya elektronik veriyle mantıksal bağlantısı bulunan ve kimlik doğrulama amacıyla kullanılan elektronik veriyi tanımlar. Elektronik imza; bir bilginin üçüncü tarafların erişimine kapalı bir ortamda, bütünlüğü bozulmadan (bilgiyi ileten tarafın oluşturduğu orijinal haliyle) ve tarafların kimlikleri doğrulanarak iletildiğini elektronik veya benzeri araçlarla garanti eden harf, karakter ya da sembollerden oluşur. (<http://www.basbakanlik.gov.tr> 10.02.2009)

Elektronik imzalarda kimlik yerine kullanılan dijital sertifikalar, ya da diğer adıyla dijital kimlikler, gerçek hayattaki ehliyet, pasaport ya da üyelik kartlarının elektronik ortamdaki benzerleridir. Dijital Sertifikaların elektronik olarak gösterilmesiyle kişiler kimliklerini ispat edebilir, çevrimiçi bilgi ya da hizmetlere erişme izinlerini kullanabilirler. Dijital sertifikalar kişi ya da kurumların kimliğini, dijital bilgiyi imzalamak ve şifrelemek için kullanılan bir çift elektronik anahtara bağlar. Dijital sertifikalar, kişi ve kuruluşların ticari ve kişisel işlemlerini iletişim ağları üzerinde güvenli bir şekilde gerçekleştirmelerini sağlar (<http://www.eticaret.garant.com.tr> 10.2.2009).

2.16.Elektronik Veri Değişimi (EDI)

EDI kamu ve özel sektör kuruluşlarının etkin biçimde iletişim kurmaları ihtiyacından doğmuş olup, modern bilgi teknolojilerinin getirdiği avantajlardan yararlanmaktadır. Geleneksel ticari işlemlerde, mektuplar, notlar gibi yapılanmamış dokümanlarla birlikte faturalar, sipariş formları, teslim belgeleri gibi standart şekilde yapılanmış dokümanlar kullanılmaktadır. Elektronik posta yapılanmamış tipte dokümanların iletilmesinde kullanılırken EDI yapılanmış mesaj değişimini sağlamaktadır. Böylece standart bilgilerin diğer bilgisayar sistemlerine kolayca aktarılmasını olanaklı kılmaktadır (Keskin,2000,20).

EDI'de amaç, sipariş alınması, ticari sözleşmelerin ve faturaların hazırlanması gibi işlemler ile gümrük, bankacılık ve buna benzer işlemlerin yapılmasında tekrarlar önlenerek, maliyetlerin düşürülmesi ve işlemlerin en az hata ile en kısa sürede tamamlanmasıdır. EDI gümrük idarelerinin otomasyonunda oldukça etkin biçimde kullanılmaktadır.

Ticarette daha etkin olunması amacıyla “tam zamanında” (Just in Time-JIT) ve “hızlı yanıt” (Quick Response-QR) gibi anlayışlar geliştirilmiş ve bunların gerçekleştirilmesi için, iş akışında herhangi bir katma değer yaratmayacak işlemlerin elimine edilmesi gerektiği belirlenmiştir. Bu nedenle, bir çok uluslararası kuruluş ve büyük bölgesel organizasyonlar EDI kullanmakta ve ticaret yapan herkesin de EDI kullanabilir duruma gelmesi önerilmektedir. EDI uygulamasıyla, zamandan ve işlem maliyetlerinden tasarruf sağlanmasının yanı sıra, bilgilerin elektronik ortamda değişimi nedeniyle insan faktöründen kaynaklanan hatalar da ortadan kalkmış olacaktır. Uluslararası ticaret, nakliyeciler, komisyoncular, bankalar, sigortacılar, gümrük idareleri, ticaret yapan firmalar ve diğer ilgili devlet kuruluşlarının katıldığı bir süreçtir. EDI, tüm tarafların bilgiye elektronik ortamda ulaşmasına imkan vererek süreyi kısaltmakta, işlemlerin tekrarlanmamasını ve muhtemel hataların ortadan kaldırılmasını sağlamaktadır.

EDI kullanımı, özel bir telekomünikasyon altyapısı ve standart formlar gerektirmektedir. Sadece kayıtlı kullanıcılara açık olduğu için çok güvenli olan bu sistem,

donanım ve bağlantı maliyetlerinin oldukça yüksek olması nedeniyle pek fazla yaygınlaşmamıştır (Küçükgörkey,2000,29).

Teknik yönden internet üzerinden EDI uygulaması mümkün olmakla birlikte, güvenlik açısından tercih edilmemektedir. Bununla beraber, güvenlik sorununa çözüm bulunması (kriptoloji uygulamaları ile sadece yetkili kişilerin gerekli bilgilere ulaşması) ile internet üzerinden EDI uygulamasının yaygınlaşması beklenmektedir. Sonuçta, internetin elektronik ticaret için en uygun ve en hızlı araç olduğu söylenebilir.

2.17. İnternet

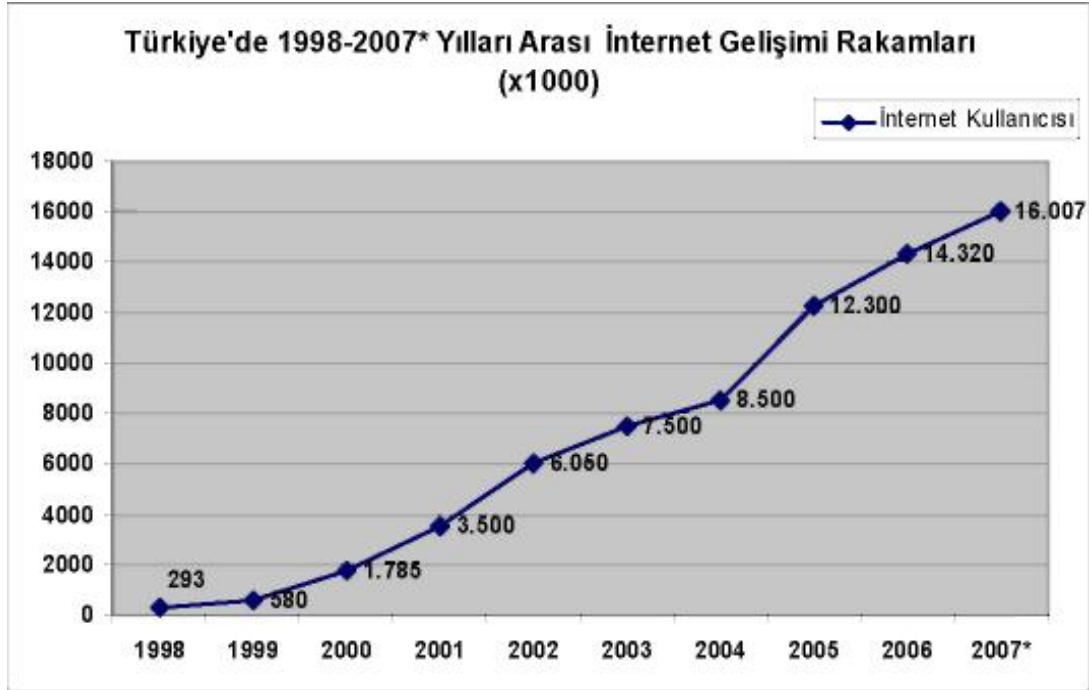
İnternet, günümüzde elektronik ticaretin en önemli olgusudur. İnternette temel amaç iletişim olduğu için, ağı oluşturan bilgisayarlar arasında ortak bir dil kullanılmaktadır. Bireyler bilgisayarlar aracılığıyla birbirleriyle iletişim kurmakta ve bilgi alış-verişi de dahil bir çok işlem yapılabilir. Fiili iletişim ise, yüksek kapasiteli telefon hatları üzerinden gerçekleştirilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nin 1960 yılından sonra Rusya, Küba ve Vietnam ile yaşadığı soğuk-sıcak savaş yıllarında federal bütçenin büyük bir kısmı araştırma laboratuvarlarına kaydırılmıştır. Amerika birleşik devletleri savunma bakanlığı, olası bir savaş durumunda bilgilere problemsiz ulaşılabilmesi için gerekli çalışmaları yapmak için ileri savunma araştırma projeleri teşkilatı olan DARPA (Defence Advanced Research Project Agency) görevlendirmiştir. Böylelikle internet, paket anahtarlama metodu yapısında, günümüzdeki sistemin atası olacak şekilde ARPANET adıyla 1969 yılında ortaya çıkmıştır. Askeri-arastırma amaçlı kullanılan ARPANET kuruluş amacı dışına taşıp gelişince, 1983 yılında görevini Ulusal Bilim Vakfı Ağı olan NFSNET (National Science Foundation Network)'e devretmiştir. Kullanım kolaylığı ve avantajları sayesinde dünya üzerindeki birçok ağ buna dahil olarak uluslararası bir ağ ortaya çıktı. NFSNET'in varlığı 30 Nisan 1995 tarihinde resmi olarak sona ermiştir. TCP/IP (Transport Control Protocol/İnternet Protocol) olarak adlandırılan bilgisayarlar arası haberleşme standart kodlama sisteminin sayesinde mevcut ağların bağlanması çok kolay bir hal almıştır (Aktan,2004,33).

Bu ağın kullanım alanları 1990'lı yıllarda artmış ve günümüzdeki haline ulaşmış bir siberuzay ortamı haline gelmiştir. İnternet için çeşitli tanımlamalar olduğu belirtilmiştir. Bu tariflere bir yenisini de Amerika birleşik devletleri yüksek mahkemesi bir kararını ekleyebiliriz: “İnternet, birbirleri ile bağı bulunan bilgisayarlardan oluşan uluslararası ağıdır. İnternet, bireylerin dünya çapında haberleşmesi için tamamen yeni ve benzeri olmayan bir ortamdır.” (http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=243).

İnternetin bir sahibi yoktur; onu işleten, idare eden, denetleyen merkezi bir otorite söz konusu değildir. İnternet mevcut ticaret alanlarının sanal ortama kaymasını sağlamış ve yeni ticaret alanları açmıştır. Ayrıca internet ticaret alanlarını genişletmektedir. Bugün internet sayesinde tıbbi, kültürel, sanatsal, eğitim ve çok sayıda hizmet tüm dünyada rahatça bir ticaret alanı yaratmış ve ulusal düzeyde hizmetten yararlanma, küresel düzeyde yararlanma şeklinde genişlemiştir.

İnternet Türkiye’de önemi çok kısa sürede fark edilip yararlanılmaya başlanmıştır. 2000 yılında kullanıcı sayısı 1.785.000 olan internetin, 1 yıl içinde % 100’den fazla hızlı yükselişini, 2003’ten 2004’e geçişte de sürdürdü. 2005 yılından itibaren 12 milyondan fazla kullanıcı Türkiye’de internet kullanırken, 2007 yılında bu rakam 16 milyon kişiye ulaşmıştır.

Tablo 2.4. Türkiye Pazarı İnternet Kullanıcı Adedi



Kaynak: Aytaç Mestçi, "Türkiye İnternet Raporu 2007",

<http://www.internethaftasi.org.tr/hafta06/docs/turkiye-internet-raporu.pdf> (10.01.2009)

İnternet sayesinde insanlar coğrafi olarak kendilerinden binlerce kilometre uzaktaki bir işyerinde çalışabilmekte, hizmet üretiminde bulunmakta ve işverenler maliyet tasarrufu sağlamaktadır. Özellikle internet sayesinde işletmeler tanıtımlarını tüm dünyaya çok az bir maliyet ile gerçekleştirebilmektedirler. İnternetin diğer elektronik ticaret araçlarına göre üstün olan yanı hız ve önemli derecedeki maliyet avantajıdır. İnternet birim maliyet açısından çok avantajlıdır.

Tablo 2.5.Dökümanların Aktarımlarının Hızı ve Maliyeti

	Maliyet (\$)	Zaman
New York – Tokyo		
Havayolu	07.Nis	5 Gün
Kurye	26.25	24 Saat
Faks	Ağu.83	31 Dakika
İnternet	0.10	2 Dakika
New York – Los Angeles		
Havayolu	3	2 – 3 Gün
Kurye	15.50	24 Saat
Faks	Eyl.86	31 Dakika
İnternet	0.10	2 Dakika

Kaynak: Murat ÖRDEK. “İnternet, Bilgi Teknolojilerinin Gelişimi ve Elektronik Ticaretin Dünya Ticaretine Etkileri”, İGEME, Sayı:12 (Ekim – Aralık 1999), s.83

İnternetin bunca avantajlı noktasının olmasının yanı sıra birçok sorunlu noktası da mevcuttur. Özellikle, güvenlik, fikir hakları ve birçok nokta hala çözüm noktası beklemektedir. Elektronik ticaretin en önemli aracı olan internetin sorunları ve çözüm önerilerinden ileride bahsedilecektir.

2.18. Telekomünikasyon

Elektronik ticaretin altyapısını sağlayan bu iletişim aracı, haberleşme için çok önemlidir. Ülkelerdeki Telekom kurumları, tekel konumuna geldiği zaman haberleşme altyapısı maliyetleri teknolojik gelişmeye karşı düşmesine rağmen bu fiyat avantajını tüketiciye yansıtmamaktadır. Küreselleşen dünyada rekabet en yüksek konumuna ulaşmış

ve bilgi paylaşımının yaygın olması sayesinde, her alanda olduğu gibi telekom fiyatlarının da karşılaştırılması, tüketicilerin daha ucuza haberleşme isteğini arttırmıştır.

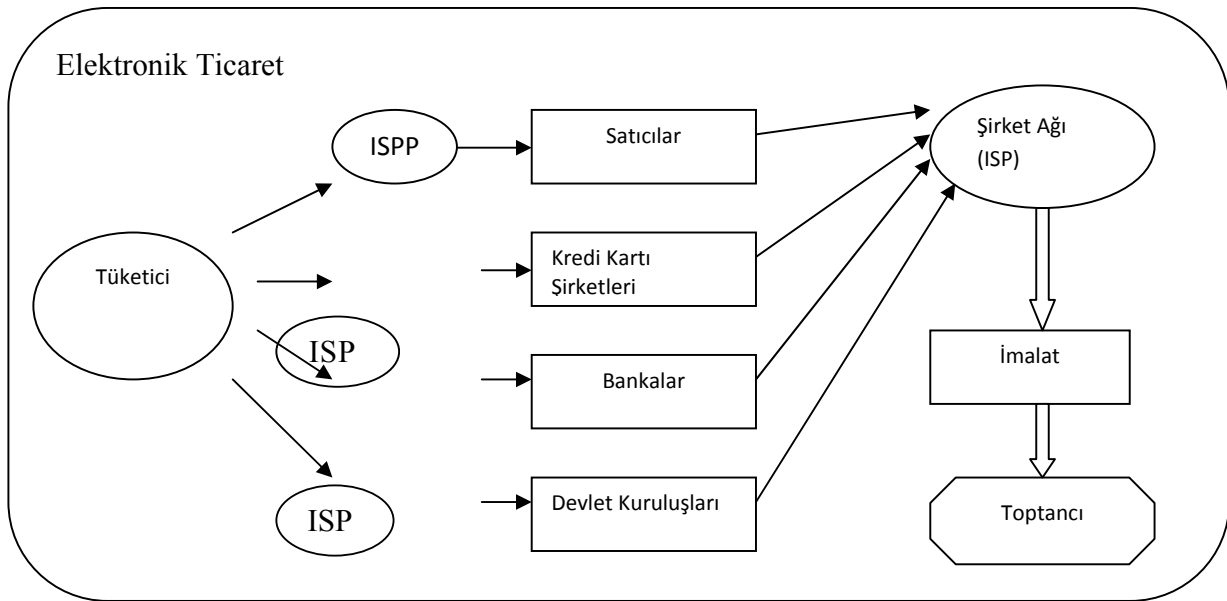
2.19. GSM

Telekomünikasyon alt yapısı ile kablolu iletişim, telefonun icadından itibaren teknolojik gelişmelere paralel olarak yaygınlaşmış ve günlük yaşamında yoğun şekilde kullanılır hale gelmiştir. Bundan sonra oluşan ihtiyaçlardan sonra kablosuz iletişim teknolojisi gelişmiş ve araç telefonları, iridyum uydu telefonları ve ülkemizde yaygın olarak kullanmakta olduğumuz cep telefonları bu yeni iletişim altyapısıyla haberleşmektedir. GSM, (Global System For Mobile Communication) küresel kablosuz iletişim sistemi sözcüklerinin ilk harflerinden oluşmaktadır. Cep telefonları sıradan iletişim aracı olmaktan çıkıp, işlevsel açıdan avuç içi bilgisayarlar ile yarışır hale gelmişlerdir (Tübitak Bülten,2000,34).

Elektronik ticaretin araçlarını kısaca tanıdıktan sonra elektronik ticaretteki ilişkilerden de kısaca bahsetmek gerekmektedir. Böylelikle, elektronik ticaretin karşılaştığı alt yapı sorunlarını anlamada ve çözüm getirmede daha rahat bir yol izleyebiliriz. Elektronik ticaret kavramı çoğunlukla, internet ve diğer network (elektronik ağ) sistemine dayalı ticareti tanımlamak amacıyla kullanılmaktadır. Bu ticaret, mal ve hizmetlerin üretimi, tanıtımı, satış, sigorta, dağıtım ve ödeme işlemlerini kapsamaktadır. İnternet, ticaret için çok güçlü bir araçtır, zaman ve mesafe sıkıntısını yok ederek iletişim yöntemlerini hızlı ve kaliteli olarak aktarma gücüne sahiptir.

UN-CEFACT (Birleşmiş Milletler Yönetim, Ticaret ve Ulaştırma Usullerini Kolaylaştırma Merkezi) elektronik ticareti, elektronik yoldan iş yapılması olarak tanımlamıştır. Buna göre, yönetim ve tüketim etkinliklerinin yürütülmesinde kullanılan tüm iş bilgilerinin üreticiler, tüketiciler, kamu kurumları ve diğer organizasyonlar arasında elektronik araçlarla yapılması elektronik ticaret anlamına gelmektedir. Burada, elektronik araçlar, elektronik posta ve mesajlar, elektronik fon transferi (EFT), elektronik veri değişimi (EDV), internet üzerindeki benzeri tüm işlemler anlamına gelmektedir.

Türkiye Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu'nun (ETKK), Mayıs 1998 tarihli hukuk çalışma raporunda elektronik ticaret, bireyler ve kurumların açık ağ ortamında (İnternet) ya da sınırlı sayıda kullanıcı tarafından ulaşılabilen kapalı ağ ortamlarında (Intranet) yazı, ses ve görüntü biçimindeki sayısal bilgilerin işlenmesi, iletilmesi ve saklanması temeline dayanan ve bir değer yaratmayı amaçlayan ticari işlemlerin tümünü ifade etmektedir. Bu tanımla beraber, ticari sonuçlar doğuran ya da ticari etkinlikleri destekleyecek eğitim, kamuoyunu bilgilendirme, tanıtım-reklam ve benzeri etkinlikler de elektronik araçlar kullanılarak gerçekleştirildiğinde elektronik ticaret kapsamına girmektedir. Şekil 2.3 de bu döngünün nasıl gerçekleştiği gösterilmiştir.



Şekil 2.3. Elektronik ticaret ile Alışveriş (ISP: İnternet Service Provider = İnternet Servis Sağlayıcı) (Pahnila,Pikkarainen,Karjaluoeto,2004,224)

2.20. Elektronik Ticaretin Düzenlediği İlişkiler

Elektronik ticaret, kullanılan teknolojiler ve uygulamaların benzer olmasına rağmen, kamu kurumlarının birbirleri ile olan ilişkileri hariç, taraflarına göre ilişkiler aşağıda görüleceği üzere dört kategoride gerçekleşmektedir.

2.20.1. İşletmeler Arası İlişkiler

Kurumların; bayileri, dağıtıcıları ve tedarikçileri arasında oluşan, yani bir firmanın başka bir firmayla yaptığı ticarete; kurumlar arası elektronik ticaret denir (Erol, 2001,54).

Bu kapsamda sanal ortamda ürün katalogları üzerinde arama, tarama, sipariş, faturalama ve ödeme işlemleri yürütülmektedir. Ayrıca ortak Ar-ge, projelendirme, ürün tasarımı, mühendislik hizmetleri ile ürün dağıtım ve teslimat işlemleri de bu kapsamda yer almaktadır. İşletmeler arası ilişkiler yatay ilişkiler olabileceği gibi dikey ilişkiler de (firma-bayi-dağıtıcı-tedarikçi) olabilir. Bu işlemler arasında elektronik veri değişimi(EDI), ürün veri değişimi (PDI), danışmanlık veri tabanları, talep üzerine bilgi verme v.b bulunmaktadır (Yumuşak,2000,4) .

İşletmeler arası elektronik ticaretin hızla kabul görmesinde üç etken önem taşımaktadır. Bu etkenler:

- İşlem maliyetlerinde azalma ile ürün kalitesi/müşteri hizmetinin gelişmesi,
- Elektronik ticaret ile meşgul olan rakiplere karşı savunma hareketi,
- Büyük şirketlerin, tüm sağlayıcılarına is yapma koşulu olarak elektronik ticareti sistemlerine bağlanma zorunluluğunu getirmesi,

“Bu etkenlerden birincisi, ikinciye üçüncüsünü de beraberinde getirmektedir. Şirketler arası elektronik ticaretin en önemli etkisi küçük ve orta büyüklükteki işletmelerde (KOBİ) üzerinde olacaktır. “Elektronik pazar yeri olarak adlandırılan B2B siteleri, gerçek hayattaki pazar yerlerinin internete aktarılmış halleridir. O nedenle de, mal ve hizmet alım satımının yanı sıra şirketlerin birbirleri arasında bilgi alışverişi yapmasını, finansal işlemler gerçekleştirmelerini de sağlarlar ama bütün bu işlevler internet üzerinden gerçekleştiği için, hem daha hızlı hem de daha verimli bir şekilde işlerler (<http://www.kobinet.org.tr> ,06 Haziran 2006).

2.20.2. İşletme ile Tüketici Arasındaki İlişkiler

“World wide web-www- teknolojisindeki hızlı gelişmeler sonucu ortaya çıkan sanal mağaza uygulamaları ile internette firmaların elektronik ortam aracılığıyla birçok ürünün doğrudan tüketiciye satışının yapılmasıyla gelişen elektronik ticaret kavramıdır (Güneş,2000,328).

Bu kapsamda elektronik kataloglardan yararlanan tüketicilerin mal, bilgi ve hizmet alışverişi, elektronik ödeme, elektronik bankacılık ve sigortacılık, danışmanlık işlemleri yürüttüğü gözlemlenmektedir. Tüketicinin korunması da bu ilişkinin ikinci ayağını oluşturmaktadır.

2.20.3. İşletme İle Kamu İdaresi Arasındaki İlişkiler

İşletmelerin sanal ortamda kamu idareleri ile olan ilişkileri yaygın olmamakla birlikte, yakın gelecekte bu ilişkinin yaygınlaşacağı ve etkinlik kazanacağı tahmin edilmektedir. Elektronik ortamda vergilendirme, istatistikî bilgiler ve çeşitli izinlerin elektronik ortamda verilmesi, izlenmesi, denetlenmesi ve düzenlenmesi, sosyal güvenlik hizmetleri, elektronik imza, şifreleme, elektronik noter, onay kurumu, elektronik ticarete kullanılacak standartlar, elektronik gümrükleme, sigortacılık, kamu ihalelerinin elektronik ortamda duyurulması, elektronik ortamda hukuki ve cezai sorumluluğun düzenlenmesi gibi bir çok konu bu kapsamdadır.

2.20.4. Yurttaş (Tüketici) ile Kamu İdaresi Arasındaki İlişkiler

Vergilendirme, tüketicinin korunması ve benzeri işlem ve eylemler bu kapsamda değerlendirilmektedir. Birçok alt unsuru ihtiva eden bu ilişkilerin, Türk Hukuk Sisteminde karşılığı bulunmayanların düzenlenmesi, elektronik ticaret hukuksal alt yapısının oluşturulması bakımından kaçınılmazdır (Kıldış,2003,4). Bu düzenlemeler yapılırken; kamu hukuku alanında da kısıtlayıcı olmaktan ziyade düzenleyici, yönlendirici ve hatta

teşvik edici, elektronik ticaretin önünün hukuk yolu ile açılması ve internetin herkese açık tutulmasını sağlayıcı kuralların konulması temel ilke olmalıdır. Ayrıca elektronik imza, şifreleme, e-noter, onay kurumu ve elektronik ticaret standartları gibi güvenlik unsurları yukarıda belirtilen tüm ilişkiler kapsamında yer almaktadır.

2.21. Elektronik Ticarete Taraflar ve Yasallık

Tanımlamalarda özellikle konunun sadece alıcı ile satıcı arasındaki ilişkileri düzenlemediği, bundan çok daha geniş ve çok yönlü ilişkileri içeren tüm ticari işlemlerin ya da ticari işlemleri etkileyen ve destekleyen tüm faaliyetlerin (eğitim, tanıtım, reklâm, bilgi alış-verişi, vb.) vurgulanmaya çalışıldığı görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında çok geniş bir kitle elektronik ticarete taraf olabilmektedir (Güneş, 2000, 328).

- Alıcılar
- Satıcılar
- Üretici imalatçılar
- Komisyoncular
- Sigorta şirketleri
- Nakliye şirketleri
- Sivil toplum örgütleri
- Üniversiteler

• Onay kurumları ve elektronik noterler taraf olabilmektedir. Sözleşme hukuku dışına çıkıldığında çok yönlü ilişkiler yumağını oluşturan elektronik ticarete taraf olanların listesi daha da uzayabilecektir.

Amaçlanan düzeyde elektronik ticaretin gerçekleşebilmesi için ülkemizde olduğu gibi diğer ülkelerde de belli bir süreye ihtiyaç vardır. Bu konudaki çalışmalar dünyada da

yeni hız kazanmaya başlamıştır. Ülkelerin elektronik ticarete geçiş süresini kısalttıkları ölçüde uluslararası ticarete üstünlük sağlayacakları açıktır. Kapalı bilgisayar ağları üzerinden elektronik ticaret uygulamaları bir ölçüye kadar gerçekleştirilmektedir. Ancak, açık bilgisayar ağı olan internet, elektronik ticaret için çok daha uygun bir alt yapıdır. İnternet’le, kapalı yapıdan açık yapıya geçerek küresel ağların getireceği avantajlardan yararlanmak mümkün olacaktır. Bu da, özellikle Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ) dünya ticaretinde yer almalarına imkan sağlayacaktır.

Kullanıcıların sisteme güvenini sağlamak, bilginin gizliliğini ve bütünlüğünü korumak gibi bir çok sorunu da beraberinde getirmektedir (Tübitak Yayınları,2000,26). Bu çerçevede, sayısal imza ve bilginin güvenliği ile haksız rekabetin önlenmesi, kişisel bilginin, tüketicinin ve fiziki mülkiyet haklarının korunması gibi konular büyük önem kazanmaktadır. Ülkemizde ise, elektronik ticaretin dört aşamada gerçekleştirilebileceğini söylemek mümkündür.

- Birinci aşama, bilgisayar ağları üzerinden bilgi ve belgelerin değişimidir. Bu konuda ülkemizde de kapalı sistemlerde başarılı uygulamalar vardır. Ancak, açık sistemler üzerinde ulusal ve uluslararası veri değişimi için, örneğin BM/EDIFACT gibi bir standardın uluslararası düzeyde kabul edilmesi gerekmektedir.

- İkinci aşama, sipariş verme, faturalama, sözleşme yapma, sigortalama, nakliye ve ödeme gibi işlemlerin elektronik ortama aktarılmasıdır.

- Üçüncü aşama ise, sayısal imzaya yazılı imza statüsü kazandırılması, elektronik kayıtların belge olarak kabul edilmesi, iç ve dış ticaret mevzuatı, gümrük mevzuatı ve elektronik ortamda vergilendirme gibi devletin yetkili olduğu konularda, uluslararası uygulamalar da dikkate alınarak yasal düzenlemelerin yapılmasıdır.

- Dördüncü aşama, internet üzerinden güvenli bir şekilde bilgi ve belge değişiminin sağlanmasıdır. Böylece iç ve dış ticaret mümkün olduğu kadar çok kesime yayılmış olacaktır (Yamak,Koçak,2006).

Tüketicilerin internet üzerinden yaptıkları alışverişlerde aldatılmamasının sağlanması gerekmektedir. İnternet’te bugün gözlenen ilginç gelişmelerden bir tanesi, satış yapan

mağazaların müşteriler hakkında izinsiz de olsa bilgi toplamasıdır. Bu yolla farklı reklam kanallarının geliştirilmesi istenmektedir. Böyle bir durum ise özel hayata müdahale olarak düşünülebilir.

Vergi hukuku, elektronik ticaret uygulamalarında en çok ilgi toplayan alanlardan bir tanesidir. Bu uygulama ile beraber ticari bilgilere erişimin zorlaşacağı ve dolayısıyla vergi denetiminin güçleşeceği savunulmaktadır. Benzer şekilde, bugünkü vergi düzeninde yazılı kayıtlarla yürütülen bazı işlemlerin elektronik ortamda nasıl değişmesi gerektiği saptanmalıdır. Dolayısıyla elektronik kayıt ve denetim düzeninin yaşama geçirilmesine çalışılmaktadır.

Hem vergi hukukunda hem de hukukun diğer alanlarında yapılacak çalışmalar için üç temel prensip kabul görmüştür:

- Yeni düzenlemelerin elektronik ticaretin gelişimini engelleyecek nitelikte olmaması,
- Kökten mevzuat değişiklikleri yerine varolan mevzuat ile elverdiğince yerel değişikliklere gidilmesi,
- Ticaretin küresel boyutlarda gerçekleşmesi için uluslararası uyumun gözetilmesi (Aktan,Arslan,2004,28).

Elektronik ticaret ile gündeme gelen önemli bir konu da, bu uygulamanın yaygınlaşmasının ekonomik ve sosyal yaşam üzerindeki etkileridir. Ekonomik açıdan elektronik ticaretin hem niteliksel hem de niceliksel değişikliklere yol açması beklenebilir. Öncelikle dünya ticaretinin hacminin artması beklenmektedir. Bu gelişme, KOBİ'lere de dünya pazarına açılabilme olanağı verirken, öte yandan teknoloji bilgisini elinde bulunduran büyük şirketlere avantaj sağlamaktadır. Ticaret döngüsü hızlandığından iş maliyetlerinin azalması ve verimliliğin artması beklenebilir. Tüm bu gelişmelerin, sosyal ve ekonomik döngüler içinde, bugünden tahmin edilmesi kolay olmayan sonuçlarının da olabileceği unutulmamalıdır.

2.22. Elektronik Ticaretin Olumlu Yönleri

Tarafların doğrudan temasına veya fiziksel olarak değiş tokuşa gerek kalmaksızın ticaret yapmasına imkan sağlayan elektronik ticaret, hem satıcıya hem de alıcıya pek çok imkan sağlar. Günümüzün önemli pazarlama ve satış kanallarından olan elektronik ticaret, vizyon sahibi firmalara pek çok avantaj ve yeni iş olanakları sağlarken tüketicilere de mal ve hizmetlerin daha kolay ve daha ucuza elde edilmesi gibi yararlar sağlamaktadır. Elektronik ticaretin tarafları açısından faydaları sürekli olarak artmaktadır. Elektronik ticaretin avantajı temel olarak, ticari faaliyetlere ilişkin maliyetleri düşürmesinden, coğrafi sınırlamaları ortadan kaldırılmasından ve işlem hızını artırmasından kaynaklanmaktadır.

Elektronik ticaretin avantajlarını taraflarına göre değerlendirmek mümkün olmakla birlikte, bu çalışmada, elektronik ticaretin işletmeler açısından faydaları üzerinde durulacaktır.

2.22.1 Satıcı Yönünden

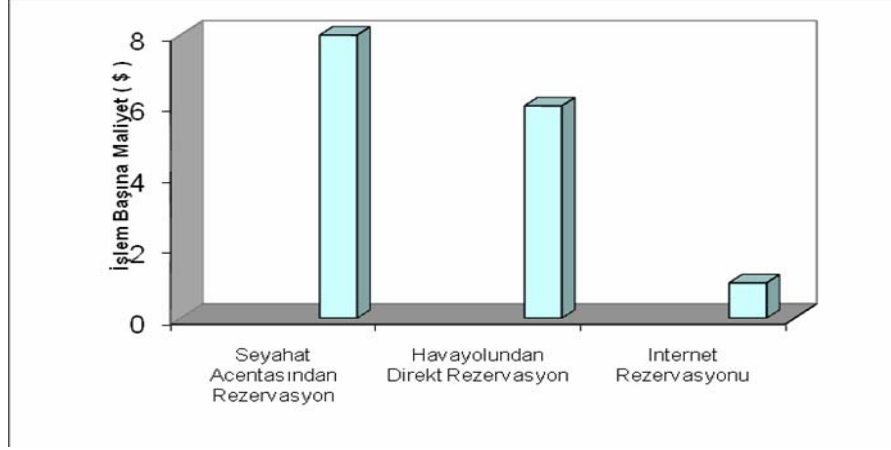
- İnternet’te ticaret tüm dünyada var olan gücü sayesinde ulusal sınırları tanımaması sebebiyle firmalara tam anlamıyla global olma fırsatı tanınması,
- Her türlü mala ve hizmete karşı talep olması ve bireylerin ve firmaların her türlü taleplerine karşılık verme imkanına sahip olması,
- Firmanın satış, pazarlama, dağıtım..vb. genel giderlerinin azalması ve bunun rekabet gücüne yansımaları,
- Üretici ile tüketici arasında varolan sunum ağlarında ciddi şekilde meydana gelen kısalma,
- Stok maliyetleri ve üretim süresi azalırken, tüketici talebi artar.

- Firmaların tüketici ile doğrudan iletişim halinde olmaları ve sürekli bilgi akışına sahip olmaları sebebiyle stoklu çalışmalarını engellemesi ve bunun stok maliyetlerini düşürmesi,
- İşlemlerde kullanılan kağıt miktarında azalmaya bağlı olarak dökümanların özel servis veya kurye ile gönderilmelerinden kaynaklanan masrafların azalması.

2.22.2 Alıcı Yönünden

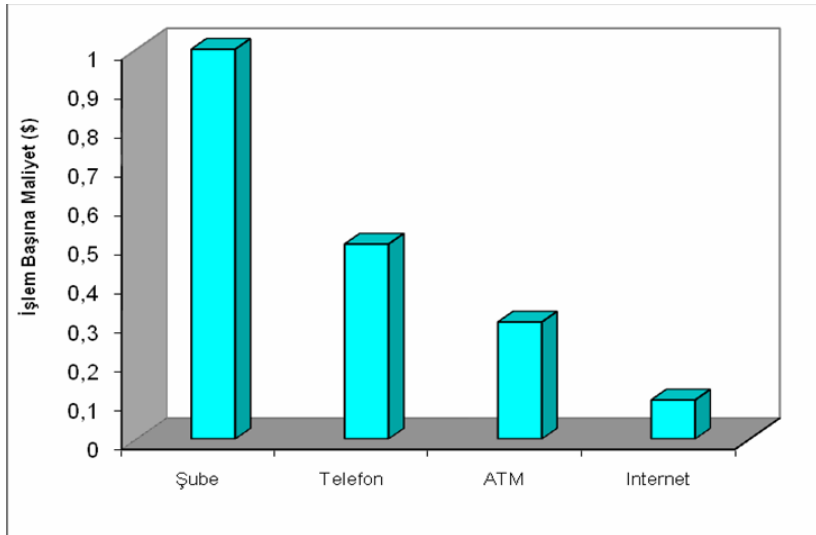
- Alıcıya, alacağı malı seçme konusunda özgür olma yani global olarak seçim yapma şansı tanınması,
- İsteddiği malı istediği özelliklerine göre bulabilme şansı yani üretici firmanın doğrudan müşteri ile bağlantı kurması sebebiyle kişisel tercihlere göre mal ve hizmet satın alabilme,
- Üretici ile satıcı arasındaki sunum zincirindeki azalmaya bağlı olarak mal ve hizmet fiyatlarında düşüş (Şekil 2.4 ve 2.5)
- Yeni mal ve hizmetler konusunda hızlı bir şekilde bilgiye ulaşabilme

Şekil 2.4. Bir Rezervasyon İşleminin Farklı Yollardan Yapılmasının Maliyeti



Kaynak: Nilgün Balcı ve Nejat Küçükyıldırım. *“Fikir bul, zengin ol: Yeni Ekonomi”*, Power Ekonomi, İnternet Özel Sayısı (Nisan 2000), s. 55

Şekil 2.5. Bir Bankacılık İşleminin Farklı Yollardan Yapılmasının Maliyeti



Kaynak: Balcı ve Küçükyıldırım, Nisan 2000, 55.

2.23. Elektronik Ticaretin Olumsuz Yönleri

Küreselleşme sonucunda, işletmeler daha fazla internet ve internete dayalı ticaretten yararlanmaktadır. Girişimciler, böyle bir ortamda faaliyetlerini gerçekleştirmek zorundadırlar. Böyle bir ortamda faaliyet göstermeyen bir işletmenin belli bir süre sonra pazar payı düşmesinin yanı sıra, işlerini geliştirme, kâr etme ve yeni iş bağlantıları oluşturmakta çok zorlanacaktır. Günümüzde elektronik ticareti uygulama her ne kadar zorunlu olsa da, bu yöntemin reklâmcılık ve pazarlamaya olumsuz etkileri yani dezavantajları da olduğunu söylemek mümkündür. Bu dezavantajları şöyle özetlemek mümkündür (Özbay, Akyazı, 2004,49).

- İşletmelerin değişen pazar koşullarına uyum sağlamanın zorlaşması,
- Ürünün hasarlı bir ürün olması sonucunda bu ürünün de iyileştirilmesinde lojistik güçlüklerle karşılaşılması, işletmenin müşteri kaybetmesine neden olması,
- İşletmelerin, ürün geliştirmede bazen yetersiz kalabilmesi,
- Tasıma işlemleri neticesinde ürünün, doğru zaman ve doğru yerde olmamasından dolayı sorunlar yaratabilir

2.24. Dünyada Elektronik Ticaret

Kişisel bilgisayarların iletişim pazarındaki payı %21 düzeylerinden %31 düzeylerine kadar çıkmıştır. Gelişmiş ülkeler, iletişim teknolojilerindeki gelişmelere paralel olarak, ilk ve orta öğrenimde bilgisayar kullanımına yönelik yatırımlarını arttırmışlardır. Tablo 2.9’da gösterilen dünyadaki internet kullanıcılarının sayısı yatırımların gerekliliği konusunda bir fikir vermesi açısından çalışmaya eklenmiştir.

Tablo 2.5 Dünya’ da İnternet Kullanımı

	Ülkeler	İnternet Kullanıcısı	Penetrasyon	Dünya Dilimi	Popülasyon -2008	Artış (2000- 2008)
1	Çin	253,000,000	19.0 %	17.3 %	1,330,044,605	1,024.4 %
2	Amerika	220,141,969	72.5 %	15.0 %	303,824,646	130.9 %
3	Japonya	94,000,000	73.8 %	6.4 %	127,288,419	99.7 %
4	Hindistan	60,000,000	5.2 %	4.1 %	1,147,995,898	1,100.0 %
5	Almanya	52,533,914	63.8 %	3.6 %	82,369,548	118.9 %
6	Brezilya	50,000,000	26.1 %	3.4 %	191,908,598	900.0 %
7	İngiltere	41,817,847	68.6 %	2.9 %	60,943,912	171.5 %
8	Fransa	36,153,327	58.1 %	2.5 %	62,177,676	325.3 %
9	Kore	34,820,000	70.7 %	2.4 %	49,232,844	82.9 %
10	İtalya	34,708,144	59.7 %	2.4 %	58,145,321	162.9 %
11	Rusya	32,700,000	23.2 %	2.2 %	140,702,094	954.8 %
12	Kanada	28,000,000	84.3 %	1.9 %	33,212,696	120.5 %
13	Türkiye	26,500,000	36.9 %	1.8 %	71,892,807	1,225.0 %
14	İspanya	25,623,329	63.3 %	1.8 %	40,491,051	375.6 %
15	Endonezya	25,000,000	10.5 %	1.7 %	237,512,355	1,150.0 %
16	Meksika	23,700,000	21.6 %	1.6 %	109,955,400	773.8 %
17	Iran	23,000,000	34.9 %	1.6 %	65,875,223	9,100.0 %
18	Vietnam	20,159,615	23.4 %	1.4 %	86,116,559	9,979.8 %
19	Pakistan	17,500,000	10.4 %	1.2 %	167,762,040	12,969.5 %
20	Avustralya	16,355,388	79.4 %	1.1 %	20,600,856	147.8 %
TOP 20 Ülkeler		1,115,713,572	25.4 %	76.2 %	4,388,052,548	284.5 %
Toplam Dünya Kullanıcıları		1,463,632,361	21.9 %	100.0 %	6,676,120,288	305.5 %

Kaynak: <http://www.internetworldstats.com/top20.htm>, 15.01.2009

Türkiye ile beraber toplam 28 ülkenin üye olduğu OECD, elektronik ticaretin çeşitli boyutları üzerinde çalışmalar yürütmektedir. 1990 yılında kişisel bilgilerin korunması ile ilgili temel ilkeler üzerine, 1996 yılında küresel enformasyon altyapısı üzerine, 1997 yılında tüketicinin internet üzerinden yaptığı alışverişlerde korunması üzerine çalışma raporları hazırlanmıştır. 19-21 Kasım 1997 tarihinde Finlandiya’da toplanan Turku Konferansı’nda vergilendirme, kişisel verilerin korunması, güvenlik, tüketicilerin korunması ve bunun gibi konuların irdelenmesine, Ekim 1998 Ottawa bakanlar toplantısında da, bu konularda ilke kararlarının alınmasına karar verilmiştir.

Dünyada elektronik ticaretin büyümesi, toplam ticaret içindeki payının da artması anlamına gelmektedir. OECD verilerine göre internet üzerinden alım-satım işlemlerinin tanımı ülkeden ülkeye değişiklik göstermektedir. Bazı ülkelerde klasik e-posta yoluyla sipariş alıp verme (Avustralya, Kanada) e ticarete dahilken bazılarında böyle siparişleri hariç tutulmuştur. Yine OECD’e göre elektronik ticaret yöntemleri; otomatik işlemlerde kullanılan, web sitesi, harici ağ ve internet bağlantısını kullanan diğer ögeler (EDI) web destekli diğer araçlar (telefon, televizyon alıcıları) gibi durumlar elektronik ticaret kapsamı içindedir. Ödeme ve teslimat diğer yollarla da gerçekleştirilebilir (Civelek, Sözer, 2003,189).

2.25.Avrupa Birliği’nde Elektronik Ticaret Konusunda Yapılan Çalışmalar

1980’lerin başından bu yana Avrupa Birliği, Avrupa - Ağı kapasitesini geliştirmek amacıyla AR-GE ağırlıklı programlar düzenlemekte (ESPRIT, RACE, ACTS, vb.); bu kapsamda EVD – Elektronik Veri Değişimi (EDI - Electronic Data Interchange) sistemlerine ve belirgin olarak da TEDIS (Trade EDI System) girişimine destek vermektedir. 1994’de Avrupa Komisyonu’nun isteği ve bilişim teknolojileri sektöründen önemli şirketlerin desteği ile Avrupa Bilişim altyapısını geliştirmek üzere 10 konuda hedef uygulama çalışmaları başlatılmıştır. Bu çalışmalardan dördü (KOBİ’ler için Telematik

Servisleri, Elektronik Sunum, Avrupa Kamu Yönetimi Ağı ve Şehir Bilgi Ağı) elektronik ticaretle doğrudan ilişkilidir (İnce,1999,web pdf).

2.26. Türkiye’de Elektronik Ticaret

Ülkemizde ,elektronik ticaret üzerine yapılan çalışmaların özellikle son bir iki yıl içinde arttığı görülmektedir. Bunun göstergelerinden en önemlisi, bilgisayar ağı altyapısının geliştirilmesi yönünde önemli çabalardır.Türk Telekom A.Ş.’nin internetin sağlıklı gelişimi ve Türkiye’de internet gereklerinin saptanması için yürütmekte olduğu çalışmalar hızla devam etmektedir. (http://www.bilten.metu.edu.tr/InformationSecurity/elektronik_ticaret/rapor/teknik/1/5_s.htm) Türk Telekom’un internet stratejisi oluşturulurken, diğer ülkelerdeki telekomünikasyon operatörlerinin bu alandaki rolleri incelenmiş ve bu deneyimlerin sonuçları Türkiye uygulamasına aktarılmaya çalışılmıştır.

Türkiye’de birçok kamu kuruluşu, bilgisayar donanım ve yazılım altyapısını geliştirerek, yapmakla yükümlü olduğu işlerin otomasyonu, böylelikle insani hatalardan arındırılması, veri bankalarında toplanan bilgilerin erişim kolaylığı ve çabukluğundan yararlanılması gibi amaçlarla projeler yürütmektedir. İçişleri Bakanlığı Merkezi Nüfus İşleri Sistemi (MERNİS), Sağlık Bakanlığı Temel Sağlık İstatistikleri Bilgi Sistemi, Gümrük Bakanlığı Gümrük Sistemleri Otomasyonu (http://www.bilten.metu.edu.tr/InformationSecurity/elektronik_ticaret/rapor/teknik/1/3_s.htm) gibi projeler bunların başlıcalarıdır. İnternette alışveriş kavramı bankaların ve satış sitelerinin sağlayamadığı güven nedeni ile fazla ilgi görmemektedir

Kullanıcılar açısından önemli olan internet pazarı ürünü pazarlayan firmalar tarafından da önemli bir hale gelmiştir. Türkiye’de firmalar kendi isimlerini duyurmak için pazarlamaya ayırmış oldukları bütçelerin bir kısmını internete aktarmaya başlamıştır.

Şekil 2.6. Türkiye İnternet Raporu 2007



Kaynak: Aytaç Mestçi, "Türkiye İnternet Raporu 2007",

<http://www.internethaftasi.org.tr/hafta06/docs/turkiye-internet-raporu.pdf> (10.01.2009)

Elektronik ticarete başlangıç olarak düşünülebilecek bazı girişimler de vardır. Bilgisayar ürünleri ve kitap satan birkaç firma, ve büyük bir süper market, internet üzerinde hazırladıkları web siteleri ile kullanıcıya ulaşmakta, zengin ürün çeşitleri sergileyebilmektedirler. Fakat bu uygulamaların hiçbirinde açık anahtarlı kriptografi kullanılmadığı için, firmaları kötü niyetli kullanıcıların aldatmasına karşı koruyabilecek bir önlem de yoktur. Diğer bir deyişle, kullanıcının iddia ettiği kimliğin kanıtlanması, kredi kartı numarasının kendisine ait olduğunun belirlenmesi ve mesajın yolda bozulmadığının gösterilmesine yarayacak sayısal imzanın olmaması, firmayı Elektronik ticaret uygulamasında bir risk altına sokmaktadır. Benzer eksiklikler kamu kuruluşlarının EDI projelerinde de sorun yaratmakta, sayısal imza için gereken teknik ve hukuksal altyapının Türkiye’de hazır olmaması, sistemi kullanmak için başvuran yurttaşların ‘ıslak imzalarının’ bulunduğu belgelerinin, görevliler tarafından, bilgisayar ekranındaki belgeyle karşılaştırılarak kontrolü insani hataları gündeme getirebilecektir.

Türkiye’de elektronik ticaretin en çok kullanıldığı sektör bilet alım-satımıdır. Toplam işlemlerin %71’lik kısmı bu sektörde görülmektedir. Bilet satışlarını çok geniş bir

aralıkla elektronik ürünler ve hizmetler izlemektedir. Bu sektörü, CD, gıda ve giyim alışverişleri takip eder. Günümüzde artık Sermaye Piyasaları İşlemleri de alternatif ticaret kanallarından elektronik ticareti seçmekle birlikte,bunu internet ağını kullanarak yaygınlaştırmaktadır (Keskin,2000,20).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

SERMAYE PİYASALARINDA ELEKTRONİK TİCARET UYGULAMALARI

Elektronik ticaret, doğrudan bağlantı kurmaya ya da fiziksel değiş tokuş işlemine gerek kalmadan, tarafların açık veya kapalı ağlar üzerinden elektronik olarak iletişim kurdukları her türlü ticari iş etkinliği olarak tanımlanabilir. Şu an için internetin elektronik ticaretin genel ekonomik yapıya etkilerini tam olarak tesbit etmek mümkün değil. Öncelikle yapılması gerekenler, mevcut durumun saptanması, kullanıcılardaki ve iş dünyasındaki eğilimlerin tesbiti ve ülkeler arasında standart verilerle kıyaslamalar yapılmasıdır.

Sermaye Piyasaları'nda elektronik ortamda yapılan işlemler, finans ve yatırım dünyasında son on yılda çok önemli bir yer kazanmış ve risk yöneticileri için vazgeçilmez bir finansal araç haline gelmiştir.

Bu piyasalar, dünyadaki ekonomik değişikliklere kısa sürede uyum göstererek, son yıllarda tarımsal ürünlerden finansal ürünlere kaymış ve işleyişlerinde teknolojiyi ağırlıklı olarak kullanarak birkaç yıl öncesinde tahmin bile edilemeyecek seviyelere ulaşmışlardır. Teknolojik gelişmelerden de kısa sürede etkilenen bankalar, teknolojiden pek çok alanda yararlanmaya başlamışlar, hatta bazı bankalar insansız şubeler açarak, işlemlerini tamamı ile elektronik platforma taşımışlardır (Perumal,2004,web pdf).

Sermaye Piyasaları'nda giderek baskın çıkan finansal ürünler,dünyada ve Türkiye'de en çok bankalar aracılığı ile sunulmaktadır.Türkiye 'de toplam 45 Banka ve 8862 şube bulunmaktadır.

(http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/Banka_Subes_Bilgileri.asp?tarix=27.10.2009)

3.1. İnternet Bankacılığı

İnternet bankacılığı, günümüzde fiziksel şubelerden yapılan hemen hemen tüm işlemlerin internet üzerinden gerçekleştirilmesi” olarak tanımlanabilir. (<http://www.kutuphanem.com,10.03.2009>).

Bankacılık yoğun bilgiye dayanan bir endüstridir ve bankacılık işlemleri herhangi bir fiziksel değiş tokuş olmaksızın tamamlanabilmektedir. Bu maddeler bankacılığı internet aracı için mükemmel bir yolcu yapmaktadır. Bununla birlikte internet bankacılığının ilk basamaklarında zor zamanlardan ve başarısızlıklardan geçmek gerekmiştir. Bunun sonucu olarak internet bankacılığı müşterilere çok da heyecan verici olarak görünmemektedir (Perumal ve Shanmugam, 2004,12).

İnternet bankacılığının gelişmesinin ve yayılmasının altında yatan iki temel neden bulabiliriz. İlki bankalar internet bankacılık hizmetleri sunarak dikkate değer bir maliyet avantajı sağlamaktadır. Bu internet bankacılığı kanalının bankacılık ürünlerini tanıtmak için en ucuz dağıtım kanalı olduğunu ispatlamaktadır. İkincisi pek çok müşteri şubelerin çok fazla zaman ve çaba gerektirdiğini düşünürken self-servis kanallarına zemin hazırlayan bankalar şube ağlarını azaltmakta ve hizmet çalışanlarının sayısını düşürmektedir. Bu nedenle zaman ve maliyet tasarrufu ve yer özgürlüğü internet bankacılığının kabulünün altında yatan ana nedenler olarak sayılabilir (Pahnila,Pikkarainen,Karjaluo, 2004,235).

İnternet aracılığı ile bankacılık işlemlerinin yapılabilmesi için öncelikle bankanın internet ortamında hizmet verecek bir web sayfası hazırlaması ve işlem yapılmasına imkân verecek program altyapısının oluşturulması gerekmektedir. Ayrıca, banka ile mevduat sahipleri arasında (yani işlem yapılacak olan para sahipleri) internet bankacılığı işlemlerine ilişkin bir sözleşmenin imzalanması da gereklidir (Çeker, 2004, 106).

Bir başka açıdan internet bankacılığını beş ana adımda tanımlanmaktadır: Buna göre, daha çok pazarlamaya yönelik olan ilk adım, internet üzerinden banka hakkında bilgi

verme, ürünlerini tanıtmaya ve halkla ilişkileri kapsamaktadır. İnteraktif işlemleri oluşturan ikinci adımda, ilgili programlar sayfadan indirilir ve basit hesap fonksiyonları gerçekleştirilebilir. Burada bilgi formları doldurulabilir, adres değişiklikleri ve hesap hareket sorgulamaları yapılabilir. Üçüncü adımda, gerçek bankacılık işlemlerine başlanmaktadır. Her türlü hesap işlemleri, fatura ödemeleri, EFT (Elektronik Fon Transferi) yapılması ve yeni hesap açma, hisse senedi, tahvil-bono alımı gibi işlemler, bu adımda yapılabilmektedir. Dördüncü adımda, önceki adıma ek olarak müşteri, yatırım, döviz ve kredi işlemleri yapılabilmektedir. Nihayet, besinci adım -henüz uygulama aşamasına geçmemiş olmakla birlikte bu adımın gerçekleşmesiyle- müşteri nakit çekmeyi “elektronik cüzdan” adı verilen bir sistem ile yapabilecektir (Furst, Lang & Nolle, 2000,17,19).

Texas'ta Big Spring'teki bir kamu bankası olan State National Bank, internet bankacılığını güvenilir bir ticaret kanalı olarak benimsemiştir. 1996 yılında onlar perakende ve ticari müşterilere hizmet için tam ölçek bir internet bankacılığı stratejisi planlamaya başladılar. State National, güncel müşteri tabanının yaklaşık % 15'lik bölümünün internet bankacılığını kabulüne ek olarak, operasyonel ve işlem maliyetlerindeki azalma, çalışan verimliliğindeki artma ve bir teknoloji lideri olarak bankanın itibarındaki artma gibi oldukça olumlu sonuçları da belirtmektedir (Cuevas, <http://arraydev.com/commerce>,19.01.2006).

İnternet sistemi bankaların çok kısa zamanda ilgisini çekerek, bankalar arası rekabette önemli bir ileri bankacılık unsuru olmuştur. Çağın yeniliklerini yakalayan banka imajının yanı sıra, müşterilerine daha kolay ve çabuk hizmet veren banka imajı yaratmak isteyen bankalar, internet bankacılığı hizmetini sunmaktadır. Böylece müşterilerine daha hızlı bir hizmet olanağı sunmakta, aynı zamanda da bu yolla maddi kazanç sağlamaktadırlar.

Günümüzde piyasada internet bankacılığı işlemleri 3 seviyede gerçekleştirilmektedir. Söz konusu internet bankacılığı işlem seviyeleri aşağıda açıklanmıştır (Perumal ve Shanmugam, 2004,12).

- **Bilgi**

Bu, internet bankacılığının en temel seviyesidir. Banka bağımsız bir sunucu üzerinden ürünlerini ve hizmetleri ile ilgili bilgi pazarlar. Bu seviyedeki internet bankacılığı hizmeti, bankanın kendisi tarafından ya da dış kaynak tarafından sağlanmaktadır. Sunucu veya web sitesi değiştirme saldırısına açık olduğundan bu alanda sunucu ya da web sitesindeki veride izin verilmeyen değişiklikleri önlemek için kontroller olmalıdır.

- **İletişim**

İletişim seviyesinde internet bankacılığı işlemlerinde banka, sistemiyle müşteri arasında etkileşime izin vermektedir. Bu seviyedeki işlemler, elektronik posta, hesap sorgulama, borçlanma başvuruları ya da statik dosya güncellemeleri ile sınırlandırılabilir. Risk önceki sistemdekinden daha yüksektir ve bu nedenle bankanın iç şebeke ve bilgisayar sistemlerine giriş için yapılan izin verilmeyen teşebbüsleri önlemek için kontrollere ihtiyaç duyulur. Bu sistemin altında, müşteri bankanın sonradan cevapladığı bir ricada bulunur. E-posta ile aynı prensipte çalışır.

- **İşlem**

İnternet bankacılığı sistemi altında müşterilerin işlemleri yapmalarına izin verilir. İnternet bankacılığının bilgi ve iletişim seviyeleriyle ilgili olarak, bu sistem en yüksek seviyedeki riske sahiptir ve en güçlü kontrollerin olması gerekir. Hesaplara girişler, fatura ödemeleri, fon transferleri v.b içerebilir. Söz konusu işlemler çok sıkı bir güvenlik gerektirir.

Halkbank Kartlı Ödeme Sistemleri Bölümü'nde görevli Yönetmen Okan Karadağ, Türkiye'de bankacılık sisteminde insan gücünün kısıtlı olması nedeniyle şubelerden yapılan

işlemlerin pahalı olduğunu ifade etti. Karadağ, şubelerde 1-1.5 dolar, çağrı merkezi üzerinden 45-60 cent, ATM'lerde ise 25-35 cent olan işlem maliyetlerinin internet üzerinden yapıldığında 1-5 cent'e düştüğünü ifade etti. Nakit kullanma alışkanlığının bitmek üzere olduğunu vurgulayan Karadağ, güvenlik konusunda da çok yol katedildiğini ve gelecek dönemde mobil bankacılığı kullananların sayısında artış beklediklerini kaydetti. Merkez Bankası Bilgi İşlem Genel Müdür Yardımcısı Ömer Öztürk ise 1992 yılında devreye alınan elektronik fon transferinin internet bankacılığının omurgasını oluşturduğunu belirterek, ulusal ödeme sistemindeki işlemlerin yüzde 63'ünün internet tabanlı olduğunu ifade etti. Öztürk, işlemlerin mali büyüklüğüne bakıldığında internet bankacılığını vatandaşların yoğun olarak kullandığı sonucunun ortaya çıktığını vurguladı (<http://www.referansgazetesi.com>, 02. 04.2009).

Nasıl ki günümüzde telefonsuz bir yaşam çoğu kişi için kabus gibi ise, çok yakın bir gelecekte de internet bankacılığı aynı değerle sayılacak ve nitelenecektir. Tüketiciler, internet bankası olmayan bir bankanın müşterisi olmak istemeyeceklerdir. internet bankacılığından bihaber olmak tüketiciler için mümkün olmayan bir durum olacaktır (Aktan B, Arslan A., 2004,56).

3.1.1.İnternet Bankacılığında Kullanılan Güvenlik Protokolleri

3.1.1.1 SET (Secure Electronic Transfer) Protokolü

SET temel olarak, internet üzerindeki parasal işlemlerin güvenliğini güvence altına alan bir sistemdir. SET'in çevrim-içi güvenlik çözümlerine getirdiği en önemli katkı, sayısal sertifikaların kullanılmasıdır. SET, her müşteriye bir elektronik cüzdan verilmesini öngörür. Elektronik cüzdan, müşteriye ait kredi kartı numarası ve sayısal sertifika gibi hesap bilgilerini içeren bir dosyadır.

Elektronik cüzdana sahip bir kullanıcının ödeme işlemi ve teyidi, müşteri, ticarethane ve müşterinin bankası arasında tamamen sayısal sertifika ve sayısal imzanın kombine şekilde kullanımıyla gerçekleştirilir. Bu sayede, işlemin kişiye özel ve güvenilir

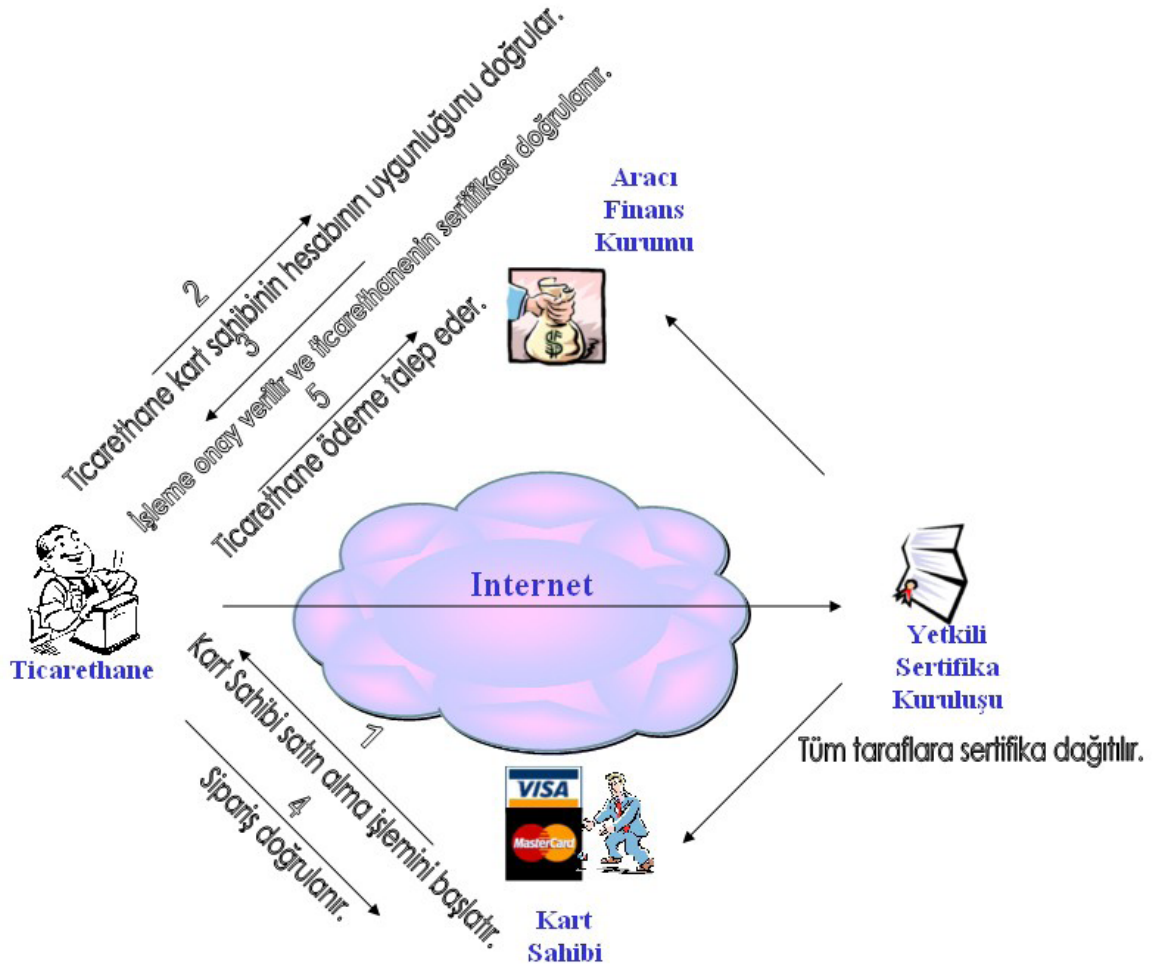
olması güvence altına alınmış olur. (<http://www.biznet.com.tr/documents/set.pdf>, 04.02.2009)

SET protokolü, güvenlikle ilgili üç ana alanda önemli yenilikler sağlamaktadır. Bu şekilde de diğer ödeme güvenliği yöntemlerine göre çok önemli üstünlükler elde etmektedir. Bu üç alan;

- Gizlilik, mesajların şifrelenerek okunaksız hale getirilmesiyle sağlanır.
- Mesaj bütünlüğü, sayısal imzalama ve “hash” ile mesajın gönderildiği şekilde hiç bir değişikliğe uğramadan karşı tarafa ulaştığının garanti edilir.
- Yetkilendirme, sayısal imza kullanımı ile sağlanır. Sayısal imza sayesinde, işleme katılan tarafların kimlikleri doğrulanır, gönderdikleri mesajı inkar etmeleri önlenmiş olur (Arıkan, 2001,web pdf).

SET protokolü ile gerçekleşen işlemler sırasıyla Şekil 3.1 de belirtilmiştir.

Şekil 3.1. SET protokolü ile gerçekleşen işlemler



Kaynak: <http://www.biznet.com.tr/documents/set.pdf>, 02.04.2009

SET sistemi de SSL'de (Secure Socket Layer) olduğu gibi kullanıcı, işyeri ve banka arasındaki veri akışı sırasında bilgilerin şifrlenerek gönderilmesi esasına dayanır. Bu sistemden faydalanabilmek için kullanılmak istenen kredi kartının SET uyumlu olması gerekir. SET protokolünü kullanmak isteyen kredi kartı sahipleri iki ön koşulu yerine getirmek zorundadırlar: Öncelikle kullanmak istedikleri her bir kredi kartı için sertifikasyon kurumu (Certificate Authority) ayrı birer SET sertifikası almalıdırlar. Ardından kart sahipleri yine kredi kartı veren bir bankadan sanal cüzdan adı verilen bir programı alıp bilgisayarlarına yüklemeli ve bu yükleme sırasında SET sertifikalı kredi kartlarını

programa tanıtılmalıdır. SET uyumlu alışverişler sanal cüzdanın yüklü olduğu bilgisayar kullanılarak SET uyumlu mağazalardan yapılabilecektir. Sanal cüzdan programı en fazla üç kez yüklenmek üzere yazıldığından en fazla üç bilgisayarda kullanılabilir. SET protokolünün SSL'e göre çok daha yüksek denebilecek güvenliğine rağmen yeterince yaygınlaşamaması sanal cüzdanın mobilitesinin olmamasına bağlanabilir. Bu yüzden Garanti Bankası sistemi SET uyumlu olmasına karşın SET protokolünü tam olarak uygulamamaktadır. Sanal mağazalar ise Sanal POS (Point of Sale) olarak adlandırılan V-POS yazılımını yükledikten sonra bir sertifikasyon kurumundan (www.verisign.com, www.gte.com) dijital bir sertifika alarak alışverişlerin güvenliğini sağlarlar (www.elektronikticaretrehberi.com, 17.03.2007).

3.1.1.2 SSL Protokolü

SSL (Secure Socket Layer) güvenli sunucu protokolü; bilgisayar ağları üzerindeki bilgi transferi sırasında güvenliğin ve gizliliğin sağlanması amacıyla Netscape tarafından geliştirilmiş bir güvenlik protokolüdür. 1996 yılında 3.0 versiyonunun ortaya çıkması ile WWW (World Wide Web) ortamındaki tüm (Internet Explorer, Netscape Navigator, Opera v.b.) internet tarayıcılarının desteklediği bir çok geniş uygulama alanı bulmuştur.

SSL sunucusu, güvenli internet ticareti için önemlidir. Kullanıcılar internet üzerinden kredi kartı numaralarını vermeden önce alan tarafın kimliğini onaylamak isterler. Bir şifrelenmiş (kriptolanmış) SSL bağlantısı, internet üzerinde sunucu ve müşteri arasındaki özel bilgileri korumak amacıyla, bunların tümüyle şifrelenmiş olarak taşınmasını gerektirir. Buna ek olarak SSL bağlantısı üzerinden gönderilen bütün bilgiler bir çeşit dinlenmeyi (bilgiler sunucu ve müşteri arasında gidip gelirken, erişim hakkı olmayan biri veya birilerinin bilgilere erişmesi) engelleyen mekanizma ile korunur. Bu da otomatik olarak web üzerinde taşınan verinin değiştirilip değiştirilmediğini belirlemek içindir. Bu da demek oluyor ki, kullanıcılar kredi kartı numaraları gibi özel bilgilerini bir web sitesine SSL'in bunları gizli tuttuğunu bilerek güvenli ve emin bir şekilde gönderebilirler (Soydan,2001,151).

SSL protokolünde de bir internet işleminde rol alan tarafların kimliklerinin doğrulanmasında dijital sertifikalar kullanılmaktadır. SSL gönderilen bilginin kesinlikle ve sadece doğru adreste deşifre edilebilmesini sağlar. Bilgi gönderilmeden önce otomatik olarak şifrelenir ve sadece doğru alıcı tarafından deşifre edilebilir. Her iki tarafta da doğrulama yapılarak işlemin ve bilginin gizliliği ve bütünlüğü korunur. Günümüzde kullanılan SSL versiyonlarında 2128 değişik anahtarın kullanıldığı, 128 bitlik şifreleme esası kullanılmaktadır (McDougall, 1999, Akt: Özcan,2007,81).

SSL Protokolü' nün sağladığı bağlantı güvenliğinin özellikleri:

- Bağlantı gizlidir.
- Haberleşen uçların kimlikleri doğrulanabilir.
- Bağlantı güvenilirdir. Mesaj akışı, mesajın bütünlüğünün kontrolünü de içerir. (<http://www.bidb.odtu.edu.tr/index.php?go=tsg&sub=SSL> 02.04.2009)

3.1.1.3 Elektronik İmza

Elektronik imza; bir bilginin üçüncü tarafların erişimine kapalı bir ortamda, bütünlüğü bozulmadan (bilgiyi ileten tarafın oluşturduğu orijinal haliyle) ve tarafların kimlikleri doğrulanarak iletilmesini elektronik veya benzeri araçlarla garanti eden harf, karakter veya sembollerden oluşur (<http://www.eimza.gen.tr>, 25.04.2007).

3.2.İnternette Yapılan Bankacılık İşlemleri

Türk bankacılık sektörünün de oldukça gelişmiş bir bilgisayar altyapısı vardır. Birçok büyük banka, merkez ve şubeleri arasında gerçek zamanda bilgisayar iletişimini sağlamıştır. Merkez bankası ve diğer bankalar arasındaki elektronik fon transferleri (EFT) yine gerçek zamanda ve 'RTGS-Real Time Gross Settlement' sistemi kullanılarak yapılmaktadır ve Türk bankalarının yüzde 99'u bu sisteme bağlıdır. RTGS kullanımında Türkiye, dünyadaki öncü 5-6 ülke içerisinde. 1992 yılından beri çalışmakta olan EFT-1 projesinden sonra, çok daha kapsamlı ve yetenekleri arttırılmış olan EFT-2 ve EMKT

(Elektronik Menkul Kıymet Transferi) projeleri kapsamında çalışmalara devam edilmektedir. İnternet üzerinden bankacılık hizmetlerine birçok banka başlamıştır. Müşteriyle banka arasındaki iletişimde bilgi güvenliğinin sağlanması, bankalardan birincisinde tümüyle ulusal olarak geliştirilen bir yazılımla yapılırken, diğer banka yurtdışından satın aldığı standart bir yazılımı kullanmaktadır. İki bankanın tek anahtarlı simetrik şifre algoritması da 128 bitlik anahtarlarla çalıştırılmaktadır.

Bankacılık işlemleri hakiki anlamda bankacılık işlemleri ve diğer işlemler olarak ikiye ayrılmaktadır.

Pasif banka işlemleri, tahvil çıkarma, mevduat kabulü, reeskont işlemleri ve kredi alma gibi bilançonun pasif kısmında yer alan ve bankayı borçlu kılan sözleşmeler olarak ifade edilmiştir (Kaplan 1996 ,3). Aktif bankacılık işlemlerinin başında kredi işlemleri gelir. Bunlar; açık kredi, cari hesap kredileri, iskonto kredileri, kabul ve aval kredileri gibi işlemlerdir (Kaplan 1996 ,3).

Diğer bankacılık işlemleri, bilanço ile bağlantılı olmayan, müşteri için hizmet görme ve ticari alışveriş olarak kabul edilen işlemlerdir. Bu işlemler; senet tahsili, ödeme işleri, kiralık kasa ve depo hizmetleri, borsa acentalığı, müşteriye danışmanlık, istihbarat işlemleri, kambiyo işlemleri, vesikalı akreditif, Leasing, factoring gibi hizmetlerdir (Kaplan 1996 ,4).

Ocak-Mart 2009 döneminde internet bankacılığı ile gerçekleştirilen 8.887 bin adet yatırım işleminin hacmi 62.855 milyon TL olmuştur. Ekim-Aralık 2008 dönemine göre işlem hacminde 1.805 milyon TL tutarında bir azalış gerçekleşmiştir.

Tablo 3.1. İnternet Bankacılığında Yatırım İşlemleri

	Ara.08		Mar.09		Net Değişim		Mar.09
	İşlem	İşlem	İşlem	İşlem	İşlem	İşlem	Ortalama
	Adedi	Hacmi	Adedi	Hacmi	Adedi	Hacmi	İşlem
	(Bin)	(Milyon TL)	(Bin)	(Milyon TL)	(Bin)	(Milyon TL)	Hacmi (Bin TL)
Yatırım Fonları	4.174	20.293	3.959	18.949	-215	-1.344	4,8
Döviz İşlemleri	2.329	23.478	2.056	22.502	-273	-976	10,9
Vadeli hesaplar	503	7.202	452	7.328	-51	126	16,2
Gerçekleşen hisse senedi işlemleri	1.751	4.559	1.985	5.612	234	1.053	2,8
Repo İşlemleri	212	6.493	192	6.086	-20	-407	31,7
Tahvil ve bono işlemleri	227	2.470	193	2.207	-34	-263	11,5
Altın	51	165	51	171	-1	6	3,4
Toplam	9.248	64.660	8.887	62.855	-361	-1.805	7,1

Kaynak : TBB İnternet Bankacılığı İstatistikleri , <http://www.tbb.org.tr>,09.09.2009

İlk çeyrekte gerçekleştirilen yatırım işlemleri hacminde birinci sırayı 22.502 milyon TL’lik tutar (2.056 bin adet işlem) ile döviz işlemleri almıştır. Bunu yatırım fonları, vadeli hesaplar ve repo işlemleri izlemiştir. En yüksek ortalama işlem hacmi 31,7 bin TL ile repo işlemlerinde gerçekleşmiştir. Vadeli hesaplar, ortalama 16,2 bin TL’lik işlem hacmi ile

ikinci sırayı almıştır. Toplam yatırım işlemleri için ortalama işlem hacmi 7,1 bin TL olarak gerçekleşmiştir.

İnternet bankacılığı yapmak üzere sistemde kayıtlı olan ve en az bir kez "login olmuş" yani sisteme internet aracılığı ile girmiş, toplam bireysel müşteri sayısı, Aralık 2008 itibarıyla, 11.222.126'dır. Son bir yıl içerisinde "login olmuş" toplam bireysel müşteri sayısı ise 5.946.652'dir.

Ekim-Aralık 2008 döneminde 4.613.670 bireysel müşteri tarafından en az bir kez internet bankacılığı işlemi yapılmıştır. Bu miktar, toplam kayıtlı bireysel müşteri sayısının yüzde 41'ini oluşturmaktadır. Ekim-Aralık 2008 döneminde, aktif bireysel müşteri sayısında bir önceki yılın aynı dönemine göre 818.043 adet, bir önceki üç aylık döneme göre ise 169.967 adet artış olmuştur.

Tablo 3.2. İnternet Bankacılığını Kullanan Müşteri Sayısı

	Mart 2008 (Bin)	Aralık 2008 (Bin)	Mart 2009 (Bin)
Bireysel müşteri sayısı			
Aktif (A) (son 3 ayda 1 kez login olmuş)	4.083	4.614	4.838
Kayıtlı (B) (en az 1 kez login olmuş)	10.002	11.222	11.793
Kayıtlı (C) (son 1 yılda en az 1 kez login olmuş)	5.224	5.947	6.344
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı (yüzde)			
	41	41	41
Kurumsal müşteri sayısı			
Aktif (A) (son 3 ayda 1 kez login olmuş)	504	555	581

olmuş)			
Kayıtlı (B) (en az 1 kez login olmuş)	1.217	1.359	1.459
Kayıtlı (C) (son 1 yılda en az 1 kez login olmuş)	610	688	710
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı (yüzde)	41	41	40
Toplam müşteri sayısı			
Aktif (A) (son 3 ayda 1 kez login olmuş)	4.587	5.169	5.419
Kayıtlı (B) (en az 1 kez login olmuş)	11.219	12.581	13.252
Kayıtlı (C) (son 1 yılda en az 1 kez login olmuş)	5.834	6.634	7.054
Aktif (A) / kayıtlı (B) müşteri oranı (yüzde)	41	41	41

Kaynak : TBB İnternet Bankacılığı İstatistikleri , <http://www.tbb.org.tr>,09,09.2009

İnternet bankacılığı yapmak üzere sistemde kayıtlı olan ve en az bir kez "login olmuş" kurumsal müşteri sayısı Mart 2009 itibariyle, 1.459 bin kişidir. Bunların 581 bini (yüzde 40'ı) Ocak-Mart 2009 dönemi içerisinde en az bir kez işlem yapmıştır. Son bir yıl içerisinde "login olmuş" kurumsal müşteri sayısı ise 710 bin kişidir.

Ocak-Mart 2009 dönemi itibariyle, internet bankacılığı hizmeti kullanılarak yapılan yatırım işlemleri dışındaki finansal işlemlerin toplam adedi 62.650 bin, tutarı ise 140.788 milyon TL olmuştur. EFT, havale ve döviz transferi işlemlerini kapsayan para transferleri işlemleri, yatırım işlemleri dışındaki finansal işlem hacminin yüzde 86'sını oluşturmuştur.

Tablo 3.3. İnternet Bankacılığında Finansal İşlemler

	Mar.08		Ara.08		Mar.09	
	İşlem		İşlem		İşlem	
	Hacmi		Hacmi		Hacmi	
	İşlem	(Milyon TL)	İşlem	(Milyon TL)	İşlem	(Milyon TL)
	Adedi	(Bin)	Adedi	(Bin)	Adedi	(Bin)
Para transferleri	29.854	114.044	29.718	115.218	31.313	120.719
Ödemeler	17.465	3.967	20.578	4.626	23.263	4.772
Kredi kartı işlemleri	5.848	3.877	6.050	4.165	6.264	4.199
Diğer finansal işlemleri	1.426	16.566	1.596	12.671	1.811	11.098
Toplam	54.593	138.454	57.942	136.680	62.650	140.788

Kaynak : TBB İnternet Bankacılığı İstatistikleri Mart 2009

İnternet bankacılığı hizmeti kullanılarak yapılan yatırım işlemleri dışındaki finansal işlemlerin toplam işlem adedi bir önceki yılın aynı dönemine göre 8.057 adet, bir önceki üç aylık döneme göre 4.708 adet artmıştır. Toplam işlem hacmi ise bir önceki yılın aynı dönemine göre 2.334 milyon TL, bir önceki üç aylık döneme göre 4.108 milyon TL artmıştır.

3.2.1.Para Transferleri

İnternet üzerinden yapılan işlemler aşağıdaki gibidir (<http://www.denizbank.com.tr> 10.04.2009).

- Havale
- EFT
- Düzenli Ödeme Emri
- Kayıtlı ve İleri Tarihli Havale/EFT Emri

- Döviz Transferi (Swift)
- Para Transfer Uyarısı

Sıralanmış para transfer kalemleri aşağıda ayrıntıları ile açıklanmıştır.

Havale

Havale, bir alacağın tahsiline aracılık, gönderilene bir kredi sağlama veya dolaylı bir deme görevini yerine getirmek için tek bir eylemle iki borcun ortadan kaldırılması amacıyla yapılabilir (A. Yüksel, 2004, 303).

Yukarıda açıklandığı üzere, internetde havale yapmak isteyen müşteri, öncelikle bankanın web sitesine bağlanır. Müşteri, havale gönderilenin bankada hesabı varsa hesaba; bankada hesabı yoksa isme havale yapılabilir.

Müşterinin hesaba havale yapması durumunda, havale yapacağı kişinin ad ve soyadının yanında; şube adı, şube kodu, hesap numarası gibi bilgileri bilmesi gerekmektedir (<http://www.garanti.com.tr> 10.04.2009). Halbuki, müşterinin isme havale yapması durumunda, havale yapılacak kişinin ad ve soyadı ile adresini bilmesi yeterlidir (<http://www.garanti.com.tr> 10.04.2009). Banka, müşterinin web sitesinden yaptığı işlemleri onaylanmasıyla, müşteri tarafından verilmiş olan ödeme yetkisini kabul etmiş olur. Böylece, banka ile havale gönderilen arasında mücerret bir havale ilişkisi kurulmuş olur.

İnternet bankacılığında, iletişimin kendine özgü niteliği sebebiyle havalenin geri alınması sınırlı bir uygulama bulmaktadır. Yukarıda açıklandığı üzere, internet bankacılığında havale, çok kısa süre içerisinde yapılabilmektedir. Gerçekten de, bu müşterinin yanlış isme havale göndermesinde, yanlış hesaba havaleden farklı olarak havalenin geri alınması mümkündür. Sistemde müşteri gerekli bilgileri bankanın web sitesindeki sayfaya girip onayladıktan sonra, para havale gönderenin hesabından havale gönderilenin hesabına otomatik olarak geçmektedir. Para havale gönderilenin hesabına geçtikten sonra, artık onun üzerinde havale gönderilenden başka hiçbir kimsenin tasarruf

yetkisi bulunmamaktadır. Başka bir deyişle, para havale gönderilenin hesabına geçtikten sonra, artık havalenin geri alınması söz konusu olamaz. İsme yapılan havalede ise, havale gönderen havale gönderilen adına adresinin bulunduğu yerdeki (veya havale gönderilenin belirlediği bir banka şubesine) bankanın şubesine gönderilmektedir. Havale ödeyicisi banka, havale gönderilene adına havale geldiğini ihbar etmektedir. Söz konusu ihbar, havale gönderilenin hâkimiyet alanına girene kadar, havalenin geri alınması mümkündür.

Bu andan itibaren, artık havalenin geri alınması söz konusu değildir. Havalenin geri alınmaması durumunda, bankanın herhangi bir sorumluluğu bulunmamaktadır. Bu durumda da yukarıda açıklandığı üzere, havale gönderen havale gönderilenden havale edilen parayı BK. m. 61 vd. hükümlerindeki sebepsiz zenginleşme hükümlerine göre geri alabilir (Eren ,801)

EFT

Elektronik Fon Transferi (EFT) geleneksel bankacılıkta olduğu gibi fonların bir yerden başka bir yere banknot, çek, ödeme emri gibi fiziki şekillerde değil, teknolojik yöntemlerle ve bilgisayarların kullanılmasıyla çok kısa bir sürede ve kaydı olarak transfer edilmesidir. Ödemelerin tamamının bu kaydı parayla yapılması, daha az nakit para ve veya çek kullanılmasına bağlı olarak doğabilecek hırsızlık, sahtecilik veya taşıma maliyeti gibi sorunların önlenmesini sağlamıştır. Bankaların çoğunda gerçek zamanlı işlem görebilen terminaller yaygın olarak kullanılmaktadır. EFT, bankaların bu bilgisayar ağları sayesinde birbirleri ve müşterileri arasında yaptıkları fon transferinde tercih ettikleri bir yöntemdir (Perumal,2004,12).

EFT sistemlerinin geliştirilmesinde öncelikli amaçlar;

- Mali piyasalarda işlemlerin daha verimli yürütülmesi,
- Rutin olarak yürütülmesi gereken yoğun is yükünün azaltılması,

- Kağıda dayalı işlemlerin kolaylaştırılarak, kağıt dolaşımının azaltılması olmuştur (Karatan, 1996,5).

EFT sisteminin temel işlevi, bankalar arasında her türlü haberleşmeyi, hareketleri, Türkiye Cumhuriyet Merkez Bankası ile bankalar arasındaki işlemleri, senet ve maaş ödemelerini, kamu hizmetlerine ilişkin (su, elektrik, doğalgaz) ödemelerini istatistiksel veri iletişimini hızlı ve etkin bir şekilde sağlamaktır. EFT sistemi, resmi tatil günleri dışında hafta içi her gün çalışmaktadır. Sistem pazartesi günü ve resmi tatilleri izleyen günlerde saat 08.00'de açılmaktadır. Her iş gününde oturumcuların en geç saat 09.00'da oturum açma işlemini gerçekleştirmeleri gerekmektedir. Hesap uygunluğu çalışmaları sürdüğü sürece sistem mesaj alışverişine kapatılmaktadır. Hesap uygunluğu çalışmaları tamamlandıktan sonra sistem ertesi günün tarihi ile mesaj alışverişine açılmaktadır. Cuma günü ve takip eden tatil günlerinde gün sonu işlemleri yapıldıktan sonra gelecek işgünü saat 08.00'e kadar sistem kapalı tutulmaktadır. EFT merkezi, katılımcı bankaların fon aktarımlarının ve mutabakatlarının yapılmasını, hesapların islenmesini ve çeşitli raporların alınmasını sağlamaktadır. Merkezde gün içinde katılımcıdan elektronik olarak gönderilen mesajlar alınmakta, gönderen katılımcının EFT merkezinde bulunan hesabı uygunsa eksiltilmekte, hesabı arttırılmakta ve alıcıya mesaj gönderilmektedir. Gönderenin hesabı uygun değilse, mesaj kuyruklanmakta ve hesap uygun olduğu zaman otomatik olarak işlem yapılmaktadır. Mutabakat EFT hesapları üzerinden, mesaj alındığı zaman gerçek zamanlı olarak yapılmaktadır. Gün sonunda katılımcılara ve TCMB'na hesapların son durumları iletilmektedir (TCMB, 2009, <http://www.tcmb.gov.tr>). İnternet üzerinden yapılan EFT işlemlerinde kullanıcı hafta içi 09.00-16.00 saatleri arasında işlemini gerçekleştirebilir. Oturumunu açan kullanıcı ilk EFT işlemini seçtiğinde karşı bankayı ve şubesini seçtiği sayfayı görür. Seçim işlemini yaptığı anda ise karşı hesap, kişi bilgileri, yatıracağı para tutarı ve açıklamasını girerek işlemini tamamlayabilir. İleri tarihli EFT işleminde ise kullanıcı EFT yi istediği ileri bir tarihte ve sayıda yapabileceğini belirleyebilir.

3.2.2 Yatırım İşlemleri

İnternet bankacılığında yapılabilen yatırım işlemleri aşağıda ayrıntıları ile açıklanmıştır (<http://www.denizbank.com.tr> 10.04.2009).

Hisse Senedi İşlemleri

İnternet bankacılığı ile yapılan hisse senedi alım satım işlemleri alım, satım, şartlı emir girişi ve alım satım hesaplamadır. Ayrıca yatırımcılar anlık borsa ekranına girerek buradan hisse senedi takiplerini yapabilir.

Kullanıcılar hisse senedi alım satımı için verdikleri emirleri internet bankacılığı aracılığı ile gerçekleştirebilir. Bunlar emir takip ve güncelleme, emir takibi, emir bölme ve iyileştirme ve emir iptali olarak gerçekleşir. Emir işlemleri ise günün 24 saati yapılabilir.

Hisse senedi ile yapılan bir diğer işlem halka arz işlemleridir. Halka arz işlemleri halka arz talep toplama ve halka arz talep izleme şeklindedir.

Hisse Senedi Alma:

İnternet üzerinden Hisse senedi alım/satım işlemlerini gerçekleştirmek istenilen yatırım hesabınızı seçtikten sonra, hisse senedi almak istenilen ; "alış/satış emri verme" butonuna basılarak açılan ekranda işlemler gerçekleştirilebilir. Hisse senedi almak istenildiğinde sol taraftaki bölümden almak istenilen hisse senedini seçip "**tamam**" butonuna basılır. Açılan ekranda "**seans bilgisi**" ve "**lot miktarı**" bilgilerini girilmesi gerekecektir, bu bilgileri girdikten sonra "**tamam**" butonuna basarak işlem tamamlanabilir. Satış işlemi içinde aynı adımlar takip edilebilir.

İşlem Takibi:

Hisse senedi ana sayfasında "**işlem takibi**" butonuna basıldığında, aynı gün içinde verilen emirleri görüntülenebilir. Hisse senedi durumu "**gerçekleşmiş**" olarak görüntülenen emirlerde herhangi bir değişiklik yapılamazken verilmiş olunan emirlerden ("**yeni**", "**bekliyor**" ve "**iletildi**") durumda olan yani henüz gerçekleşmemiş emirler iptal edilebilir.

Bu işlem için, yapmak istenilen hisse senedini seçip "**devam**" butonuna basılır, açılan ekranda "**emir iptal**" butonuna basarak takip eden onay ekranından "**onayla**" butonunu ile işlemin onaylanması gerekmektedir.

Emir İyileştirme:

Bu işlem ile vermiş olduğunuz emirlerin yalnızca fiyatlarında değişiklik yapılabilir. Hisse senedi piyasalarında alım-satım sistemine girilen emirler miktar azaltmaksızın mevcut emrin fiyatı iyileştirerek düzeltilebilir. Bu şekilde iyileştirilen emir daha önce girilmiş aynı fiyatlı emirden sonra yer alır. Emir iyileştirilmesi alış emri için fiyatı yükseltmek, satış emri için fiyatı düşürmek anlamındadır.

Emir Bölme:

Emir bölme adımımda mevcut emrinizi; yeniden belirlediğiniz fiyat ve miktar düzeyleriyle en az 2, en fazla 4 ayrı emir olacak şekilde bölebilirsiniz. Bölünen emirlerin miktar toplamı orijinal emir miktarından büyük olmamalıdır. Bir emir bölünerek farklı fiyat düzeyinden her biri maksimum lot sınırına eşit 3 ayrı emir sisteme girilebilmektedir. Farklı fiyat düzeylerinde bölünen emirlerin miktar toplamı ise o hisse senedi için tanımlanmış bir defada girilebilecek maksimum lot miktarı ile sınırlı olacaktır.

Emir İptali:

Seans içinde borsaya iletilmek için bekleyen gerçekleşmemiş alım-satım emirleri "**iptal et**" butonuna basılarak iptal edilebilir.

İşlem Miktarı:

Bir piyasada, bir seansta ya da dönemde alınıp satılan menkul kıymet adedidir. Borsada her işlem günü her iki seansın işlemleri ayrı ayrı hisse senedi bazında işlem miktarı yayınlanır.

İşlem Hacmi:

Hisse senedinde gerçekleşen her sözleşmedeki hisse senedi sayıları ile işlem fiyatlarının çarpılması sonucu bulunan miktardır. Tüm hisse senetlerinin işlem hacimleri toplamı hisse senetleri piyasadaki toplam işlem hacmini oluşturur.

İşlem Birimi:

Bir sermaye piyasası aracının kendisi ya da katları ile yapılabilecek asgari sayısını veya değerini ifade eder. Hisse senedinde işlem birimi olarak lot kullanılır. 1 lot 1 adet hisse senedi veya 1 nominal değerli hisse senedine denktir.

İşlem Takibi Durum Alanı:

Bekliyor: İMKB'ye iletilmek üzere emir bekliyor.

İletildi: İMKB'ye emir iletildi.

Gerçekleşti: Verilen Alış/Satış emri gerçekleşti.

Kısmen Gerçekleşti: Verilen emirden sadece bir kısmı gerçekleşti. Örneğin; 1000 lot satış emrinden 500 lotu gerçekleşti.

İyileştirildi: Alış emri için fiyatı yükselterek satış emri için fiyatı düşürerek iyileştirme işlemi yapıldı.

Bölündü: Bir emir farklı fiyat düzeyinden her biri maksimum lot sınırına eşit 3 emir sisteme girilir. Örneğin; 6000 lotumuz var 2000+2000+2000 bölüp 1. bölünen payı 3 TL'den 2.sini 3.05 TL'den 3.sünü 3.75 TL'den emir girilmesi işlemidir.

İptal: Emir iptal edildi.

Red edildi: Müşteri İMKB'ye iletilen emri iptal etmek ister ise ve emir İMKB tarafından iptal edilmez ise Red Edildi Mesajı gelir.

Yeni: İMKB'ye iletilmek üzere bekleyen emirdir. Bu emir İMKB seansı başladığında sistem tarafından İMKB'ye iletilir veya ilgili hisse senedinin işlem sırası kapatılmış olabilir bundan dolayı ilgili emir İMKB'ye iletilemez ve bu konumda bekler. Bu durumda yatırımcı ilgili hisse senedi emrini iptal eder veya ilgili hisse senedinin işlem sırası İMKB'de açıldığında ilgili emir İMKB'ye WEBGATE kullanıcısı tarafından iletilir.

Repo

Repo herhangi bir sabit getirili menkul kıymetin, belli bir süre sonunda önceden tespit edilmiş şartlarla geri alma taahhüdünde bulunarak satımıdır. Menkul kıymeti geri satmak üzere alan taraf da reverse (ters) repo yapmış olur.

Repo özellikleri aşağıdaki gibidir.

- Vade 1 günden başlar.
- Getirisi baştan belirlenmiştir, getiri riski yoktur.

- Yatırımın kaç gün, kaç hafta ya da kaç ay vadeyle değerlendirileceğini müşteri belirler (<http://www.denizbank.com.tr> 10.04.2009).

Döviz İşlemleri

- İnternet şubesi üzerinden yapılan döviz işlemleri ise döviz alım-satımı ve döviz kurları görüntüleme, döviz transferi gibi işlemlerdir . (<http://www.denizbank.com.tr> 10.04.2009).

Vadeli Hesap

İnternet üzerinden yeni vadeli hesap açabilir ve seçilen vadeli hesap istenilen zamanda kapatılabilir.

Vadeli hesabın açılabilmesi için vadesiz TL veya döviz hesabının bulunması gerekmektedir. Vadeli hesap açma işlem tutarı 1.00-500.000.00 aralığında TL veya TL karşılığı olmalıdır. Vadeli işlem menüsünden "**Yeni vadeli hesap aç**" butonuna basıldığı takdirde gelen ekranda vadesiz TL ve döviz hesapları görüntülenecektir. Vadesiz hesap seçilip, istenilen bilgiler girilir. "**Hesap açılış tutarı**" alanında yazılan tutar en az 1.00 en fazla 500.000.00 TL veya TL karşılığı olmalıdır. İşlem onaylandıktan sonra oluşan "**tamam**" butonuna basılarak, ana menüye dönülebilir ya da "**dekont**" tuşuna basarak işlemin dekontunu hemen yazdırabilir ya da istenilen bir e-posta adresine gönderilebilir (<http://www.sekerbank.com.tr>, 20.04.2009).

Yatırım Fonu

Tipi Değişken, B Tipi Likit, B Tipi Tahvil Bono, B Tipi Değişken ve B Tipi Altın Fonu alım/satımı yapılmakta, portföy görüntüleme, fon fiyatı görüntüleme, emir takibi ve fon hareketleri görüntülenebilmektedir.

İnternet şubesi üzerinden Fon Alım/Satımı için kullanılabilecek fonlar A Tipi Değişken, B Tipi Likit, B Tipi Tahvil Bono, B Tipi Değişken ve B Tipi Altın Fonu fonlarıdır.

Bono Tahvil

- **Hazine bonosu:** 1 yıla kadar olan devlet borçlanma kağıdıdır.
- **Devlet tahvili:** 1 yıldan daha uzun süreli olan devlet borçlanma kağıdıdır.
- **Eurobond:** "Eurobond"lar kurum/şirket veya devletlerin yurtdışından kaynak sağlamak amacıyla kendi ulusal para birimleri dışında bir para birimi cinsinden yurtdışında çıkardıkları (yurtdışına ihraç ettikleri) uzun vadeli (genelde 2-30 yıl) tahvillerdir (<http://www.sekerbank.com.tr>, 20.04.2009).

3.3. Sermaye Piyasasında Pazarın Temel Kuralların Belirlenmesi

Sermaye Piyasası'nda elektronik ticaret faaliyetinde bulunmak yanında bir takım yükümlülükleri getirmektedir:

3.3.1. Vergileme

Vergileme, elektronik ticarete en çok tartışılan konuların başında gelmektedir. Sınır ve engel tanımayan elektronik ticaretten elde edilecek kazançlar nasıl ölçülecek, vergilendirilecek ve uluslararası elektronik ticaret söz konusu olduğunda vergi gelirleri ülkeler arasında nasıl pay edilecektir? Vergileme konusundaki sorunlar hem dolaysız (direkt), hem de dolaylı vergiler için söz konusudur. Dolaysız vergilerde, vergi mükellefinin daimi ikametgahı ve vergilendirilecek gelirin kaynağı (ülke bazında) sorun teşkil etmektedir. Elektronik ortamda ticari faaliyette bulunan gerçek ve tüzel kişilerin, daimi ikametgahlarını ya da gerçek kimliklerini belirlemek ve gelir akışını izlemek güç olabilmektedir. Ayrıca, sayısal veri haline dönüştürülmüş bir üründen (örneğin, gerçek bir kitap vs.) elde edilecek gelir ile söz konusu gerçek ürünün geleneksel ticari ortamda satışından elde edilecek gelir farklı olacağından, bunların vergilendirilmesinde de eşitsizlik, vergi idareleri açısından vergi geliri kayıpları olması ihtimali vardır. Dolaylı vergilerde de benzer sorunlar mevcuttur. Tüketim, gümrük vergileri ve KDV'nin tahakkuku ve tahsili konusundaki tartışmalar sürmektedir. Ancak, 1998 yılı sonunda Ottawa'da yapılan OECD Bakanlar Konferansında da üzerinde anlaşmaya varılan husus, elektronik ticaret için mevcutlara ek bir vergi konulmamasıdır (Kıldış,2003,4) .

3.3.2. Elektronik Finansal İşlemler

Elektronik finansal işlemler, belki de mevcut elektronik ticaret altyapısının en iyi işleyen bileşenidir. Bunun nedeni, EFT ve benzeri bankacılık işlemlerinin uzun bir süredir uygulanmakta oluşudur. Bununla birlikte, söz konusu işlemler, zaman zaman sorunlar yaşansa da, üçüncü tarafların kullanımına kapalı elektronik ortamlarda yürütülmektedir. Dolayısıyla, mevcut elektronik finansal işlemler altyapısının, İnternet gibi açık elektronik ağlarda kullanıma uygun yeterliğe ve güvenilirliğe kavuşturulması gerekecektir.

3.3.3. Ticaret Politikası Ve Piyasalara Erişim

Serbest ticaret politikaları ve serbestleştirilmiş ulusal iletişim altyapısı (telekomünikasyon hizmetleri) elektronik ticaret için vazgeçilmez unsurlardır. Başta WTO (World Trade Organization) olmak üzere, OECD ve BM Konferansları gibi çeşitli uluslararası organizasyonlar, serbest ve uyumlu ticaret normlarını yaygınlaştırmak üzere çalışmalar yürütmektedir. (Güneş,2000,328) Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin, bu konularda sorunları olduğu bilinmektedir. Piyasalara erişim, hem nicelik (kullanıcı sayısı), hem de nitelik (hız, servis sağlayıcılar vb.) açısından, özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde üzerinde durulması gereken önemli bir konudur.

3.3.4. Ticaret Mevzuatı

Geleneksel ticarete göre düzenlenmiş olan ticaret mevzuatının, elektronik ticaretin yarattığı yeni koşullara uyarlanması gerekecektir. Sözleşmeler, imza, elektronik belgelerin yasal geçerliliği gibi hususlar, elektronik ticareti yaygınlaştırmak isteyen her ülkenin ticaret mevzuatında yeniden ele alınması gereken konulardır. Ayrıca, ülkelerin değişik ticaret mevzuatı uygulamaları, geleneksel ticarete olduğu gibi, elektronik ticaret için de sorun yaratacaktır. Bu kapsamda dikkat edilmesi gereken husus, tüm bu uygulamaların elektronik ticarete haksız bir avantaj sağlamaması ve sistemin geleneksel ticarete zarar vermeyecek şekilde yenileştirilmesidir.

3.4. Sermaye Piyasası Kurumlarında Elektronik Ticaret

Özellikle ülkemizdeki sermaye piyasası aktörlerine baktığımız zaman düzenleyici otorite olarak Sermaye Piyasası Kurulu (SPK), borsa olarak İstanbul Menkul Kıymetler Borsası (İMKB), İstanbul Altın Borsası (İAB), Vadeli İşlemler ve Opsiyon Borsası (VOBAŞ), takas kuruluşu olarak İMKB Takas ve Saklama Bankasını (TAKASBANK), saklamacı kuruluş olarak Merkezi Kayıt Kuruluşu (MKK) bulunmaktadır (Güder,Taşçı, 2006,web pdf).

Diğer taraftan halka açık şirketler, aracı kuruluşlar, bağımsız denetim şirketleri, portföy yönetim şirketleri, yatırım fonları, yabancı yatırım fonları, yatırım ortaklıkları, bankalar, Türkiye'de sermaye piyasasında aracılık faaliyetinde bulunmaya Sermaye Piyasası Kanunu ile yetkili kılınmış kuruluşların üye olacağı, tüzel kişiliği haiz kamu kurumu niteliğinde bir meslek kuruluşu olan Türkiye Sermaye Piyasası Aracı Kuruluşları Birliği de diğer aktörler olarak karşımıza çıkmaktadır.

Gelişme yolundaki ülkelerin en önemli ortak sorunlarından biri, ekonomide etkinliğin yeterli ölçüde sağlanamamasıdır. Bir başka ifade ile, kaynakların optimal kullanımında sorunlar vardır. Söz konusu sorunlar, genellikle reformcu politikalar ile çözümlenebilecek yapısal sorunlardır. Kıt olan doğal, finansal ve beşeri kaynakların en iyi şekilde değerlendirilebileceği alanlarda istihdam edilmesi (kaynak dağılımı optimizasyonu), bu amaçla piyasaların açık tutulması, fırsat eşitliği, şeffaflık, ticari, fikri ve sınai hakların korunması ve bunlar için gerekli hukuki, idari ve teknik yapıların oluşturulması ekonomik etkinliğin artırılması için gerekli koşullardır. Yukarıda sayılanlar, esas olarak bir ekonomide uygun rekabet ortamı için gerekli şartları da ifade etmektedir.

Bilişim dünyası çok hızlı bir şekilde gelişmekte ve hayat tarzlarımızın yenilenmesine, yaşadığımız dünyanın yerleşmiş kalıplarının radikal bir şekilde değişmesine sebep olmaktadır. 21. yüzyıl ile birlikte artık tümüyle bilgi ve teknoloji çağının içerisinde bulunmaktayız.

Bilişim teknolojileri; bilginin yönetimi, verimliliğin artması, hızlı karar verme, analiz ve sentez ile maliyetlerin düşürülmesi gibi konularda çok büyük olanaklar sunar hale gelmiştir.

Birçok ülkedeki kamu kesimi de teknolojik gelişmelerden etkilenmektedir. Örneğin, İsveç e-devlet kavramını hayata geçirmiş ve iş akışında büyük bir hızlanma, kağıt maliyetlerinde %40'lara varan kazanç elde etmiştir. Bir vatandaşın evinden internet aracılığı ile vergi ödemesi, tapu kayıtlarına ilişkin bilgileri doldurması mümkün bulunmaktadır. Bu durum birçok gelişmiş ülke için geçerlidir. Öyle ki Avrupa Birliği e-Avrupa ve e-Avrupa+ programlarını ortaya koymuş ve üzerinde hassasiyetle durmaktadır.

Tüm bu gelişmeler doğal olarak sermaye piyasalarını da yakından etkilemektedir. Bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin, sermaye piyasalarını çok daha güvenilir, hızlı, verimli ve entegre bir yapıya kavuşturması kaçınılmazdır.

ABD’de teknolojik açıdan gelişmiş Elektronik İletişim Ağları (ECN - Electronic Communication Networks) sistemleri ile borsalar arasında işbirliği olanakları yoğun şekilde araştırılmakta ve bazı somut adımların atıldığı görülmektedir. Nasdaq’ın Japonya’da Nasdaq-Japon projesinde, Softbank Corporation gibi internetle ilgili alanlarda faaliyet gösteren 60’dan fazla şirkette iştiraki olan ve bilgi teknolojileri konusunda uzmanlaşmış bir firma ile ortak olmayı tercih ettiği görülmektedir (Yamak,Koçak,2007,2).

Elektronik finans hizmetleri gerek internet üzerinden gerekse diğer uzak iletişim mekanizmalarıyla olsun, geçtiğimiz yıllardan günümüze bir hayli yaygınlaşmıştır. E-finance dağılımındaki ülkeler arası farklılıklara karşın, iletişim altyapısının okunabilirliği ve düzenleyici çatının kalitesi gibi faktörleri içeren birçok ortak noktalar ve önemli yakınlaşmalar mevcuttur. Diğer taraftan yayılma hızları hizmet tiplerine göre değişkenlik göstermektedir.

En çok etkilenenler, bilgisayarlı ticaretin bir norm olmaya başladığı komisyon piyasalarıdır. E-finance’a artan bağlılık, menkul kıymet ticaretinde bu alana göçü hızlandırmış ve görünen piyasalardaki finans merkezlerinin konuya eğilimini artırmıştır. Söz konusu kayma büyük bir entegrasyona ve etkileşimli piyasa hatları oluşumuna sebebiyet vermiştir. Banka hizmetlerinde e-finance yayılımı ülkeler arasında daha fazla değişkenlik göstermiştir. Günümüzde birçok finans kuruluşu, e-finance hizmetleri sunmaktadır (Özer, 2005,17).

Straight Through Processing (STP) yatırımla ilgili bütün işlemlerin tek bir elden gerçekleştirilmesidir. Bu kapsama takas, saklama, emir, emir eşleştirme gibi tüm konular dahildir. Bir başka deyişle STP, emrin verilişinden gerçekleşmesine kadar tüm ticari aşamaları kapsayan elektronik bir süreçtir. STP süreç döngüsünde işlem eşleşmesi önceden uygulanarak, işlemin gerçekleşmeme riski azaltılmakta ve ortamda bulunan işlem bilgilerinin bütün kullanıcılarca paylaşıldığı bir ortam yaratılmaktadır. STP’nin ana amacı otomatik olmayan işlem kanallarını ve elle gerçekleştirilen işlemleri ortadan kaldırarak

maliyet kazancı sağlayıp, harcamaları azaltmaktır. STP aynı zamanda ön ve arka ofis fonksiyonlarını ve birleşme eğilimini hızlandırarak altyapı ve risk yönetimi harcamalarında ekonomi sağlamaktadır. STP bütün müşteriler ve broker-dealer'lar arasında son işlem süreci için işlem doğrulamasını, işlem gerçekleşmesini ve yatırım hesap bilgilerini içeren bir iletişim kanalıdır. Gene yatırım yöneticileri, Broker'lar, Dealer'lar ve müşteriler arasında ön ticari işlemler döngüsünde veri transferini gerçekleştirmektedir. Cross-border (Sınır Ötesi) seviyesinde yer alan bütün ticari detayların ön eşleşmesini yaptığı gibi işlem verisinin tüm kullanıcılara ticari işlemler döngüsü içerisinde anında ulaşımını sağlar (Güder,Taşçı,20006,<http://iibf.kou.edu.tr>).

Birçok ülke ve çok sayıda organizasyon internette yapılan işlemlere ilişkin olarak yapılması gereken düzenlemeler ve gerçekleştirilmesi gerekenlere ilişkin çalışmalar yürütülmektedir.

Diğer taraftan, bilişim teknolojilerindeki gelişmeler güvenlik gibi bir takım problemleri de beraberinde getirmektedir. Güvenlik sebebiyle üst düzey önlemler alınmakta ve bu konuya kurumlarca ciddi boyutlarda yatırımlar yapılmaktadır.

Bir elektronik işlem sistemi üç ana bölümden oluşur: müşterilerin sisteme ulaşmalarını sağlayacak, emirlerini girecekleri ve onay alacakları bilgisayar terminalleri, işlemlerin gerçekleştirildiği ana bilgisayar ve müşteri terminallerini ana bilgisayara bağlayan network ağı, müşteri emirlerini, sisteme doğrudan kendi bilgisayarından veya aracı kurumu arayarak onun aracılığıyla girebilir.

Müşteri emirlerinin otomatik olarak eşleştirilmesine emir eşleştirme yöntemi denilmektedir. Değişik terminallerden girilen emirler, borsa tarafından belirlenmiş, zaman, fiyat, veya müşteri önceliği gibi ölçütlere göre eşleştirilirler. Örneğin, bir satış emri aynı veya daha fazla fiyattaki aynı türden bir alış emri ile eşleştirilmektedir. Böyle bir durumda ana bilgisayar, alış ve satış emirlerini otomatik olarak eşleştirir. Ana bilgisayar takas odasına bağlı olduğundan, eşleştirmenin hemen ardından işlemler takas odasınca onaylanır (Yüksel,2004,303).

Sesli pazarlık yönteminin tamamı ile bilgisayar ekranına taşınması ile de .ekran esaslı ticaret. ortaya çıkmıştır. Bu sistemde emirlerin eşleşmesi, otomatik olarak değil , aynen sesli pazarlık sistemine göre yapılmaktadır. Normal işlem saatlerinde sesli pazarlık sistemi kullanan borsalardan bir kısmı, ekran esaslı ticaret yöntemini kullanarak belirli ürünler için işlemlerin normal işlem saatlerinden sonra da yapılabilmesi sağlamaktadırlar.

Doğrudan işlem yapılamayan diğer borsaların bir kısmında ise, yeterli elektronik sisteme sahip olmaları durumunda aracı kurumlarla kurulan bağlantılar aracılığı ile yatırımcılara sanal işlem yapma olanağı sağlamaktadırlar.

Yatırımcılar, aracı kurumların web sitelerinde kurdukları sanal şubeler de yatırımlarını online (internet üzerinden canlı) olarak yapabilmektedirler. Aracı kurumların internet şubeleri, sadece başvuru yapan ve aracı kurumlardan giriş şifreleri alan müşterilere açıktır. Aracı kurumlar sanal ortamdan aldıkları emirleri borsanın alım-satım sistemine aktarmaktadırlar. Daha sonra, borsanın sistemine giren emirler orada işlem görmektedir (Cuevaz,hhttp://arraydev.com/commerce,19.01.2009).

Alternatif Ticaret Sistemlerinin (ATS – Alternative Trading Systems) ve Elektronik İletişim Ağlarının (ECN) hızlı bir şekilde büyümesi, teknoloji evriminin ve yatırım toplumunun arada borsa komisyoncusu (broker) olmadan olumlu ve düzenli bir şekilde yatırım yapma istekliliğinin giderek artmasının bir sonucu olarak gösterilebilir. Bu hızlı büyüme sayesinde elektronik ticaretteki fiyat verimliliği ve ulaşılabilirlik; özellikle tezgah-üstü takas olmak üzere alışlagelmiş ticaret metodolojilerinin açık bir şekilde güçsüz kaldığını göstermektedir.

Elektronik ticaretin en büyük avantajlarından biri, likiditeyi artırarak işlem hacmine olumlu etki yapmasıdır. Sesli ticaret sisteminde likidite seans salonunda işlem yapan tüccarlar ile sınırlıdır. Hareketliliği az olan sözleşmelerin işlem maliyetleri, sesli pazarlık yönteminde daha fazladır.

Elektronik ticaret yöntemi kullanan borsalarda ise; tüccarlar bir sözleşmende işlem yavaşsa kolaylıkla başka bir sözleşmeye kayabilmektedirler. Bu nedenle yeni borsalar, başlangıç hareketliliği yavaş olduğundan dolayı, genellikle elektronik ticaret sistemlerini

tercih etmektedirler (Asani, Tozzi, 1998, 7-14). Ayrıca, Elektronik ticaret sınır aşırı ticarete imkan sağlamasından dolayı, geniş bir yatırımcı kitlesine seslenebilmektedir. Yabancı yatırımcılar, belirli yerlere kurulan bağlantı noktaları veya doğrudan bilgisayar bağlantıları sayesinde uzaktan işlem yapabilmektedirler. Bu sayede, borsaların müşteri potansiyeli artmaktadır. Elektronik borsalar birbirleri ile kolayca bağlantılar kurabilmekte ve bu sayede yatırımcılara çok geniş bir ürün yelpazesini daha düşük bir maliyetle sunabilmektedirler. Sesli pazarlık yönteminde işlemler, günün belirli saatleri sınırlı iken elektronik ticarete günün her saatinde işlem yapılabilir. Özellikle yurtdışındaki yatırımcılar ülkeler arası saat farkından etkilenmemektedirler. Elektronik ticaretin diğer bir avantajı maliyetlerin daha düşük olmasıdır. Hem elektronik ticaret hem de sesli pazarlık yönteminde, borsa üyelerinin katlanmak zorunda oldukları sabit maliyetler vardır. Sesli pazarlık maliyetinde daha fazla kalifiye işgücü istihdamı gerekliliğine bağlı olarak, tüccarların sayısını ve maaşlarını esas alan sabit maliyetler elektronik ticarete göre daha fazladır. Genel olarak, elektronik ticarete daha az iş gücü, yetenek ve zaman gerektiğinden dolayı, üyelerin katlanacağı sabit maliyetler daha düşüktür. Elektronik sistemlerde başlangıç maliyeti olarak bilgisayar donanımı, işletim programları ve sistem kurma maliyetleri gereklidir. Ayrıca, donanım ve yazılımın belirli aralıklarla yenilenmesi gereksinimi vardır. Bilgisayar donanım ve yazılım maliyeti seans kabini kurmaktan daha maliyetli olmaktadır. Ancak, sesli pazarlık yönteminde, bina, personel ve ofis giderleri gibi genel yönetim giderlerinin açıkça fazla olduğu görülmektedir. Elektronik sistem kullanan borsalar, genellikle işletim sistemlerini diğer borsalardan almaktadırlar. Böylece sistemi üreten borsa kendi maliyetini azaltırken, sistemi alan borsa da sistemini daha ucuza alma imkanına sahip olmaktadır. Elektronik borsalarda, maliyetlerin düşük olması sayesinde, işlem başına alınan komisyonlar daha düşük olma eğilimindedir. Elektronik borsaları da sesli pazarlık sistemi de katılımcılara zengin bir bilgi akışı sağlamaktadırlar. Borsa bilgilerine elektronik ortamda kısa sürede ulaşılabilir. Sesli pazarlıkta piyasadaki rakipleri tanıma ve hareketlerini izleme olanağı vardır.

Kotalar sınırlı sürede geçerli olduğundan dolayı, ani hareketlere çabuk tepki verme şansı vardır. Elektronik ticarete ise, tüccarlar rakiplerini tanıyamamaktadırlar. Elektronik ticaret sistemleri, geleneksel piyasa engellerini kaldırmakta ve iş ilişkilerinin niteliğini değiştirmektedir. İnternet, işlem yapanların borsa bilgilerine hızlı ve kolayca ulaşmalarını

ve pek çok müşteriye aynı anda hizmet verebilmelerini sağlamaktadır. Yeni teknoloji sayesinde, teslimat, fiyatlandırma, bilgi sağlama ve rekabetçilik gibi kavramlar temelden değişiklikler göstermektedir. Türev piyasasının oyuncuları da değişmekte ve yatırımcının araçlara bağımlılığı azalmaktadır. İnternet, yatırımcılara tam zamanlı piyasa bilgisi, tarihsel değerler, kolay erişim, daha iyi fiyatlar, değerlendirme modelleri ve risk analizleri gibi yeni tüketici hizmetlerini sunmaktadır. Takas ve saklama işlemleri de Web kanalıyla sağlanabilmektedir. Önemli maliyet avantajları ile birlikte, ofis arkası işleri desteklemektedir (Seng, Lee, 2000, 17-19). Son yatırımcılar elektronik ticareti; fiyatı, sunulan hizmet, uygunluk, hız, bilginin değeri ve iletişimin kalitesi yönünden değerlendirmektedir. Online piyasa geliştikçe, toptancılar ile perakendeciler arasındaki mesafe de kaybolmaya başlayacaktır.

Kurumsal yatırımcıların birincil pazar konumunda bulunması, elektronik ticarete İnternet kullanımının artması ve komisyonsuz perakende pazarın ortaya çıkması ATS ve ECN'lerin gelişiminde büyük rol oynamaktadır. Bu yatırım şekillerinin kişisel ve kurumsal yatırımcılar tarafından kullanılması, piyasaları şekillendirmekle kalmayıp aynı zamanda elektronik pazarları evrensel kılan bir hava yaratacaktır. Elektronik ticaret, günümüzde tezgah-üstü takaslarda geniş bir pay almış durumdadır.

Elektronik ticaretin gelişimi açısından henüz bir engel oluşturmaya da hukuki düzenlemeler Türkiye'de önemli bir eksikliktir. Elektronik belge, elektronik işlem, elektronik imza hakkındaki düzenlemelerin yanı sıra, vergi ve ticaret kanunlarında da elektronik ticarete uygun değişikliklere gidilmesi gerekmektedir.

Türkiye'de elektronik ticaretin gelişiminde sermaye piyasaları kurumlarının öncül rolü olduğu açıktır. Buna karşın en çok sorunun karşılaşıldığı alan da bu kurumlardır. En ciddi sorunlardan bir tanesi, uygulama geliştirme düzeyinde koordinasyonun eksikliğidir. Onlarca kurum benzer alanlarda benzer uygulamaları bağımsız geliştirmeye çalışmaktadır. Veri ve bilgi paylaşımıyla daha düşük maliyetle daha yüksek verimlilik sağlanabileceken, uygulamaların başarı şansı bu şekilde azalmaktadır. Öte yandan, teknik düzeyde geliştirilecek bir veri ve uygulama standardıyla pekala olağanüstü başarılı sonuçlar elde edilebilir.

İnternet üzerinden elektronik ticaret yapmak isteyen şirketlerin ilk sahip olması gereken en önemli araç, bir web sitesidir. İnternet üzerinden bir web sitesi aracılığı ile ürün ve hizmetlerin pazarlama ve satış işlemlerini yürütmek isteyen şirketlerin, söz konusu web sitesinin kurulumu konusunda yapmaları gereken işlemler bulunmaktadır.

Bu işlemler şu şekilde ifade edilebilir:

- Alan adı kaydı,
- Web sitesi dizaynı,
- Teknik alt yapı oluşturulması,
- Ödeme sistemlerinin kurulması.

Bir web sitesinin oluşturulmasından önce ilgili şirketin kendi ismini taşıyan veya yaratmak istediği markanın adını taşıyan bir alan adını şirket adına kayıt ettirmesi gerekmektedir.

Web sitesinin mümkün olduğunca kolay kullanılabilir şekilde dizayn edilmesinde yarar vardır. Menüler arasında dolaşmanın kolay olması ve karışık olmaması da sitenin kullanılabilirliğini arttıracaktır. Görsel olarak çok tatmin edici ve beğeni kazanmış bir web sitesinin teknik altyapısının sağlıklı çalışmıyor olması, görsel olarak bu web sitesinin kazanmış olduğu puanları yok edebilmekte, müşteri kayıplarına neden olabilmektedir. Şirketlerin web sitelerini internette yayınlaması ve buradan elektronik ticaret yapabilmesini sağlayan bu aşamada iki yol bulunmaktadır.

Bunlardan ilki, şirketin sitenin yayınına sağlayacak sunucu, kiralık hat gibi donanımları kendi bünyesinde barındırmasıdır. Bu yolu tercih eden şirketler, şirket bünyelerinde kurdukları bir sunucu ve bulundukları şehirde telekomünikasyon hizmeti veren bir kurumun örneğin Türk Telekom A.Ş., sağlayacağı bir kiralık hat ile sitelerinin internet üzerinde yayınlanmaya başlamasını sağlayabilmektedirler. Bu yöntemde sistemin sürekliliğinin sağlanmasının zor olması ve bakım masraflarının yüksekliği gibi zorluklar bulunabilmektedir. İkinci yol ise, bu konuda hizmet veren bir “web kurulumu” şirketinden

destek almaktır. Böylece sistemin devamlılığı garanti altına alınmış olacaktır. Türkiye’de Turk.net, Superonline gibi firmalar “kurulum” hizmeti veren kuruluşlardır.

Web sitesinin kurulum aşamasında geline son nokta, internet üzerinde faaliyet gösteren şirketlerin satışlarını bu ortam üzerinde yapacak olmaları sebebi ile tüketiciler için ödeme sistemlerini kurmalarıdır. Yaygın biçimde günümüzde şirketler sanal POS uygulamaktadırlar. Böylelikle internet ortamında alınan sipariş, kredi kartı bilgileri girilerek ödenebilir hale gelmektedir. Bu uygulama için sanal POS veren bir banka ile anlaşılması gerekli olmaktadır. Sadece kredi kartı ile ödeme değil, elektronik para, elektronik çek gibi diğer ödeme yöntemleri de uygulanabilmektedir.

İnternet üzerinde faaliyet gösteren şirketlerin harici ödeme yolları ile de ödemeleri kabul ettikleri görülmektedir. Havale ve EFT gibi veya çek gibi ödeme yolları da tercih edilebilmektedir (Civelek, 2003,189).

İnternet kullanılarak yapılacak olan elektronik ticaretin piyasaya sunduğu faydalar genel olarak şu şekilde özetlenebilir (Ersoy, 2000,230).

1.Üretim maliyetlerinde değişim: Elektronik ticaret, firmaların “just-in-time” yani tam zamanında üretim süreçlerinin stokları ve diğer üretim girdilerini azaltarak genişlemesini sağlar. Ayrıca, satın alma ve sipariş işleme süreçlerinin verimlilik düzeylerini artırarak satışları bulma ve işleme maliyetlerini ve satış sonrası hizmetlerin maliyetini düşürür. Tüm bunların sonrasında ise verimlilik artar.

2.Katma değer zincirindeki değişimler: Elektronik ticaret , kişilere özgü ürünlerle kitlesel ürünler arasındaki maliyet farkını değiştirir ve tüketici ile karşılıklı etkileşime izin verir. Bir katma değer zinciri içindeki daha fazla etkileşim ile sistematik bir katma değerli iş ağı yaratılmış olur. E Ticaret ayrıca, perakendeci ve toptancı gibi geleneksel aracıları kaldırarak tüketici ve üretici arasındaki marjları indirir.

3.Uluslararası rekabetteki değişiklikler: Firmalar daha geniş bir ölçekte reklam yapma ve küresel bir pazara düşük maliyetlerle ürün satma imkanına sahip olur. Pazara girişteki engeller yıkılır.

İnternet, geleneksel pazarı ve alışveriş yöntemlerini değiştirir. Dolayısıyla, İnternet, iktisatçılar tarafından serbest pazarın en son örneği olarak değerlendirilir (Ersoy, 2000,230).

Pazara girişteki engeller azalır. Önceden özel olarak büyük firmalara göre uyarlanmış, karışık ve pahalı bir uygulama olan elektronik ticaretin yeni biçimlerinde, küçük bir yatırımla “web”de satıcı olmak ve milyonlarca kişiye ulaşmak mümkün olur. İnternet’in bu dönüşümdeki rolü, Henry Ford’un lüks bir araç olan otomobili, kitle üretimi ile daha basit ve daha ucuz bir hale getirmesi örneğine benzetilebilir. Özellikle, herkes e - açık bir ağ olan İnternet üzerinde daha önce birbirini hiç tanımayan kişiler ilişkiye geçer.

E Ticaret, üretim devrini hızlandırarak firmaların daha yakın işbirliği içinde çalışmalarını sağlar ve tüketicilerin istedikleri zaman, işlem yapmalarına olanak sağlar. Coğrafi ve ekonomik sınırlar aşamalı olarak ortadan kalkar. Küresel düzeyde hızlandırıcı ve yaygınlaştırıcı etki yapar.

İnternet, reklamın satışa dönüştüğü en etkili ortamdır. İnternetin iş/ticaret için önemli bir platform haline gelmesi, standartlarının özel mülkiyete tabi olmama sı ve açık doğasından kaynaklanmaktadır. Açıklığın bir diğer yansıması da iş ortakları ve tüketicilerin firmaların iç yapılarına (veritabanları, işleyiş biçimleri ve personelleri) daha fazla entegre olmalarıdır. Tüketiciler, tasarım ve yaratmanın önemli bir bileşeni haline gelirler.

Yeni ürün ve pazarlar doğar, firma ile tüketici arasında daha yakın ilişkiler kurulur. Bu türden aktörlere, ticari bir işlem öncesi birbirini tanımayan ve dolayısıyla birbirine güvenmek için nedenleri olmayan alıcı ve satıcıları buluşturmak üzere ihtiyaç doğar. Son yatırımcılar elektronik ticareti; fiyatı, sunulan hizmet, uygunluk, hız, bilginin değeri ve iletişimin kalitesi yönünden değerlendirmektedir. Online piyasa geliştikçe, toptancılar ile perakendeciler arasındaki mesafe de kaybolmaya başlayacaktır.

Elektronik ticaret sistemleri, geleneksel piyasa engellerini kaldırmakta ve iş ilişkilerinin niteliğini değiştirmektedir. İnternet, işlem yapanların borsa bilgilerine hızlı ve kolayca ulaşmalarını ve pek çok müşteriye aynı anda hizmet verebilmelerini sağlamaktadır. Yeni teknoloji sayesinde, teslimat, fiyatlandırma, bilgi sağlama ve rekabetçilik gibi

kavramlar temelden değişiklikler göstermektedir. Türev piyasasının oyuncularını da değişmekte ve yatırımcının araçlara bağımlılığı azalmaktadır. İnternet, yatırımcılara tam zamanlı piyasa bilgisi, tarihsel değerler, kolay erişim, daha iyi fiyatlar, değerleme modelleri ve risk analizleri gibi yeni tüketici hizmetlerini sunmaktadır. Takas ve saklama işlemleri de Web kanalıyla sağlanabilmektedir. Önemli maliyet avantajları ile birlikte, ofis arkası işleri desteklemektedir (Taner,1992,5).

Sermaye piyasaları, gerek bilgi/veri alış-verişinin gerekse bilginin/verinin güvenilirliğinin üst düzeyde olduğu bir alandır. Bilgi ve veri sermaye piyasalarında birebir mali değer anlamına gelmektedir. Yanlış veya değiştirilmiş bir bilgi sermaye piyasalarında büyük oynamalara (volatilité) neden olabilmekte, bu durum da başta borsada işlem gören hisse senetleri fiyatlarında gerçek dışı değişimlere sebebiyet verebilmektedir.

Sermaye piyasalarında bilgi yatırımcının emrini aracı kuruma vermesi ile başlar, aracı kurumun emri borsaya iletmesi, borsada gerçekleşen emrin borsa sistemlerinde kaydedilmesi, Takas ve saklama kurumlarına (Takasbank, Merkezi Kayıt Kuruluşu) iletilmesi ile devam eder. Aslında bilginin akışı çok daha karmaşık bir yapıda gerçekleşmektedir. Şirketler, aracı kurumlar, yatırım fonları ve diğer kurumlar bilgilerini Sermaye Piyasası Kuruluna, İstanbul Menkul Kıymetler Borsasına ve Takasbank'a iletmektedir. Ayrıca Sermaye Piyasası Kurulu, İstanbul Menkul Kıymetler Borsası, Takasbank, Merkezi Kayıt Kuruluşu arasında çift yönlü sürekli bir bilgi paylaşımı bulunmaktadır.

İlk olarak mali tablo bildirimleri ve özel durum açıklamaları ile başlayan Kamuyu Aydınlatma Projesi (KAP) ileride Sermaye Piyasası Kuruluna gelen her türlü bilginin elektronik ortamda alınması yönünde genişletilecektir. Aracı Kurumlar, yatırım fonları, yatırım ortaklıkları, bağımsız denetim şirketleri, yabancı yatırım fonları, portföy yönetim şirketleri SPK'ya ilettikleri her türlü bilgiyi KAP üzerinden iletecek, kayda alma, yetki belgesi, sermaye artırımı gibi başvurular benzer bir sistem üzerinden gerçekleştirilecektir. Aracı kurumlar internet üzerinden emir alımlarında, Aracı Kuruluşlar Birliği aracı kurumlardan bilgi toplanması ve duyurulmasında, Merkezi Kayıt Kuruluşu şirket ve yatırımcılarla bilgi alış verişinde elektronik imzadan faydalanabilecektir. Kurulacak olan KOBİ Borsalarında da elektronik ticaret teknolojilerinin kullanılması olasılığı oldukça

yüksektir. Tüm bu durum sadece sermaye piyasalarına yönelik bir sertifika otoritesine de ihtiyacı ortaya çıkarmaktadır (<http://www.bloomberg.com>,2008).

Görünen odur ki gelecekte sermaye piyasalarının her alanında elektronik ticaret kullanılacak ve bu kullanıma KAP kapsamında oluşturulan sertifikalar temel teşkil edecektir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

YÖNTEM:SERMAYE PİYASALARINDA ELEKTRONİK TİCARET UYGULAMALARI İLE İLGİLİ BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde, sermaye piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarının verimliliği, banka çalışanlarının görüşleri doğrultusunda yaklaşılmaya çalışılacaktır. Bu bölümde, banka personellerine yapılan anket çalışmasının ihtiyatla yorumlanması gereken bulgularına dayanılarak, Elektronik ticaret uygulamalarının sermaye piyasalarında uygulanması durumu hakkında bir kanaat elde edilmeye çalışılacaktır.

4.1. Araştırmanın Modeli

Çalışma şu aşamada gerçekleştirilmiştir:

- Literatür taraması ve veri toplama,
- Verilerin değerlendirilmesi
- Sonuç ve öneriler

Literatür taraması ve veri toplama iki aşamada oluşturulmuştur. Birinci aşamada Sermaye Piyasası kavramı araştırılmıştır ve ardından Elektronik Ticaret kavramı incelenerek Türkiye’deki sermaye piyasalarında Elektronik Ticaret uygulamaları hakkında veriler oluşturulmuştur. Bunun için, birçok üniversite kütüphanesi, Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE), Yüksek Öğrenim Kurumu Kütüphanesi ve internet taramalarından yerli ve

yabancı kaynaklardan, konu ile ilgili tez ve makalelerden, araştırmanın amacı doğrultusunda veriler temin edilmiştir.

Elektronik ticaretin yaygın olarak kullanıldığı bankalar,araştırmamızda Sermaye Piyasası'ndan seçilerek ayrılmıştır.Biri kamu biri yabancı sermayeli olmak üzere 2 banka ,anketimizin personellerine uygulanmasını kabul etmiştir.Çıkan bulgular sonucunda elektronik ticaretin Sermaye Piyasaları'ndan bankalara sağlamış olduğu faydalar ve zararlar,uzun vadede değerlendirilerek sonuç bölümünde belirtilmiştir.

4.2. Evren ve Örneklem

Banka personellerinin sermaye piyasalarında elektronik ticaret uygulamaları ile ilgili araştırma, Ankara'nın ilindeki ticaret bankaları şubelerinde çalışan personeli kapsamaktadır.

Türkiye'de,ticari bankalar açısından , şube başına düşen personel sayısı ortalama 21 olduğuna göre, Ankara ilinde yaklaşık olarak 17.976 personel çalışmaktadır (<http://www.tbb.org.tr>).Dolayısıyla evrenimiz 17.976 ticaret bankası çalışanıdır.

Bu evrenden tabakalı örneklem yöntemi ile ,personel sayısı ortalama 21 olan , 22 adet kamu sermayeli, 24 adet de yabancı sermayeli olmak üzere toplam 46 adet banka şubesi seçilerek örneklem oluşturulmuştur. Anket, bu şubelerde çalışanların 258'sine dağıtılmış, bunlardan 213'ünden cevap alınmıştır. Cevap alınan 213 anket değerlendirme kapsamına alınmıştır.

4.3.Verilerin Toplanması

Araştırmamızın temel aracı, Ek-1'de bir örneği verilen, “Sermaye Piyasalarında Elektronik Ticaret Uygulamaları ” ile ilgili anket formu olmuştur. Bu anket formu 15 sorudan meydana gelmektedir. Anket uygulaması yapılmadan önce, alanındaki uzman

kişilere danışılarak maddelere son şekli verilmiştir. Daha sonra anketteki soruların anlaşılıp anlaşılmadığını tespit etmek amacıyla rastgele seçilen 20 kişilik bir denek grubu üzerinde deneme mahiyetinde test yapılmıştır. Grup üyelerinden sağlanan argümanlarla, anket sorularında tekrar düzeltmeye gidilmiştir.

Anket 3 kısımdan meydana gelmiştir. İlk 4 soru demografik verileri kapsamaktadır. İkinci bölümdeki 9 soru, banka personelinin sermaye piyasalarında elektronik ticarete ilişkin görüşlerini belirlemeye yöneliktir. 10. sorudan 15. soruya kadar olan kısımda ise, elektronik ortamda yapılan işlemlere yönelik sorular bulunmaktadır.

Anketimiz, 5'li Likert Ölçeği şeklinde, olumsuzdan olumluya doğru düzenlenmiştir. Ölçeğin Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı 0.79 olarak bulunmuştur.

Anketin son kısmını ise sermaye bankalarında elektronik ticaret uygulamalarının avantaj ve dezavantajlarını belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır.

4.4.Verilerin Analizi

Verilerin analizi, SPSS 15.0 istatistik paket programı kullanılarak bilgisayar ortamında yapılmıştır. Araştırma bulgularının frekans, yüzde, t-testi, anava ve çapraz tablo analizleri yapılmıştır.

4.4.1. Ankete Katılanların Kişisel Özellikleri

Anketin ilk kısmında demografik verilere ilişkin sorular mevcuttur. Bu grup sorular ankete katılanların cinsiyetini, öğrenim durumunu, kıdemini, bölümü, bankayı ve görevini, belirlemeye yönelik sorulardan meydana gelmektedir.

Tablo 4.1. 'de ankete katılanların demografik özelliklerine göre verileri gösterilmiştir.

Tablo 4.1. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

DEMOGRAFİK		
ÖZELLİKLER	N	%
Cinsiyet		
Kadın	137	64,3
Erkek	76	35,6
TOPLAM	213	
Öğrenim Durumu		
Lise	13	6,1
2 Yıllık Yüksekokul	17	8
4 Yıllık Fakülte	173	81,2
Yüksek Lisans	10	4,7
TOPLAM	213	
Kıdem		
1-5 Yıl	88	41,3
6-10 Yıl	44	20,7
11-15 Yıl	54	25,4
16-20 Yıl	22	10,3
21Yıl ve üzeri	5	2,3
TOPLAM	213	
Çalışılan Bölüm		
Bireysel Pazarlama	97	45,5
Kurumsal Pazarlama	12	5,6
Operasyon	51	23,9
Diğer	53	24,9
TOPLAM	213	

Tablo 4.1.'de görüldüğü üzere bu soruyu cevaplandıran 137 (%64,3) kişi bayan, 76 (%35,6) kişi ise erkektir. Burada, bankaların pazarlama bölümlerinde bayanların ağırlıklı olarak bulunduğunu göstermektedir.

Araştırma kapsamındaki katılımcıların 13(%6,1)kişi lise, 17(%8)'i ön lisans, 173(%81,2) kişi lisans, 10(%4,7)'u yüksek lisans mezunudur. Buradaki dikkat çekici bir özellik lisans mezunlarının %81,2 ile en yüksek orana sahip olmasıdır. Bu durum banka personellerinin eğitim seviyelerinin oldukça yüksek olduğunu göstermektedir.

Yine araştırmaya katılan 213 kişiden 88(%41,3)'i 1-5 yıl kıdeme sahip iken 44(%20,7)'ü 6-10 yıl arası kıdeme, 54(%25,4)'ü 11-15 yıl arası kıdeme, 22(%10,3)' si ise 16-26 yıl arası kıdeme sahiptir. 5(%2,3)i ise 21 yıl ve üzeri kıdeme sahip bireylerden oluşmuştur. Burada, ticari bankaların ağırlıklı olarak yeni mezun personel çalıştırdığını, 15 sene üzeri kıdemi olan personeli ise bünyesinde pek bulundurmadığını görmekteyiz.

Araştırmaya katılanların 97 (%45,5)'si bireysel, 12(%5,6)'sı kurumsal, 51(%23,9)'i operasyon, 53(%24,9)'ü diğer bölümlerde(kambiyo,kart satışı,KOBİ,muhasebe v.b.) görev yapmaktadır. Bu da artık banka vizyonlarının, hizmet segmentinden pazarlama segmentine doğru geçiş sürecinde olduğunu göstermektedir. Operasyonel işlemlerin artık elektronik sistemle yapılması ,operasyon bölümünde çalışan sayısını azaltmaktadır. Bankalar önceliği aktif satış ve pazarlamaya verdikleri için ,operasyon işlemlerini oldukça az kişilerle yürütmektedir.

4.4.2. Çalışanların Sermaye Piyasalarında Elektronik Ticaret Uygulamalarına İlişkin Görüşleri

Çalışanların sermaye piyasalarında elektronik ticaret uygulamaları hakkındaki görüşlerine dair veriler Tablo 4.2. 'de verilmiştir.

	BANKAMIZDA;	Hiç katılmıyorum		Katılmıyorum		Kararsızım		Katılıyorum		Kesinlikle katılıyorum		Ortalama	S.Sapma
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%		
1	Müşterilerimiz,Sermaye Piyasası İşlemleri'nde elektronik ortamı yaygın olarak kullanmaktadır.	14	6,6	78	36,6	28	13,1	82	38,5	11	5,2	2,9906	1,10740
2	Sermaye Piyasası ile ilgili tüm işlemler ,sistemimizde güvenilir olarak yapılmaktadır.	1	,5	10	4,7	13	6,1	119	55,9	70	32,9	4,1596	77268
3	Sermaye Piyasası İşlemleri'nin müşteriler tarafından elektronik ortamda yapılması,manuel olarak yaptığımız işlemlere göre daha karlıdır.	5	2,3	31	14,6	32	15,0	81	38,0	64	30,0	3,7887	1,09780
4	Sermaye Piyasası'nda işlem gören yatırım ürünlerimizin,elektronik ortamda pazarlanması ,bankamızın önemli bir stratejisidir..	1	,5	18	8,5	28	13,1	114	53,5	52	24,4	3,9296	,86859
5	Müşterilerimizin Sermaye Piyasası İşlemleri'ni elektronik ortamda yapabilmeleri için her türlü destek hizmeti verilmektedir.	0	0	16	7,5	37	17,4	116	54,5	44	20,7	3,8826	,81861
6	Müşterilerimizin elektronik ortamda yapacakları her türlü Sermaye Piyasası İşlemi ,özel bir güvenlik sistemi ile korunmaktadır.	0	0	14	6,6	24	11,3	103	48,4	72	33,8	4,0939	84150
7	Mevcut Sermaye Piyasası Ürünlerimizin ,elektronik ortamda yapılan işlemleri ile ilgili güncelleme eğitimleri verilmektedir.	9	4,2	37	17,4	54	25,4	77	36,2	36	16,9	3,4413	1,09138
8	Diğer bankaların Sermaye Piyasası ürünleri ve işlemleri ile ilgili eğitimler verilmektedir.	12	5,6	52	24,4	48	22,5	82	38,5	19	8,9	3,2066	1,08356
9	Elektronik ortamda yapılan mevcut Sermaye Piyasası işlemlerini yeterli buluyorum.	10	4,7	27	12,7	46	21,6	99	46,5	31	14,6	3,5352	1,03929

Araştırmaya katılanların %38,5'i, müşterilerinin Sermaye Piyasası İşlemleri'nde elektronik ortamı kullandığını ifade ederken,%36,6'sı bu fikre katılmadığını belirtmiştir. Örneklemimiz , kamu ve özel sermayeli banka şubelerini kapsadığı için ,elektronik ortamın teşvik edilme yöntemleri, şirket stratejilerindeki öncelikleri açısından farklılık gösterebildiğinden ,maddenin standart sapması 2,9906 olarak ölçülmüştür ve diğer maddelerden bağımsız olarak kararsızım cevabına daha yakındır.

Sermaye Piyasası İşlemleri'nde yapılan elektronik işlemlerin bankalarında güvenilir olduğunu söyleyenler ,katılımcıların %55,9'una denk gelmektedir.Görüldüğü üzere araştırmaya katılanların yarısından fazlası ,sistemlerin güvenilir olduğunu düşünmektedir.Ve 4,1596 standart sapma ile ,kesinlikle katılıyorum cevabına daha yakındır.

Araştırmaya katılanların %38'i ,müşterilerin elektronik sistemde yaptıkları işlemlerin ,manuel işlemlere göre ,banka açısından daha karlı olduğunu belirtmiştir.Nitekim hisse senedi alım satımı,döviz alım satımı bankaların özellikle kar ettikleri birkaç üründen biridir.

Çalıştıkları bankanın Sermaye Piyasası Ürünleri'nin elektronik ortamda pazarlanmasının önemli bir şirket stratejisi olduğunu düşünenler ,araştırmaya katılanlarının %53,5'ine denk gelmektedir.Hiç katılmayanların sayısının 1 olduğu göz önünde bulundurulursa,müşterilere elektronik ortamdan ürün satışının sektör için önemli olduğunu ve personelde bu bilinci yerleştirdiklerini görebiliriz.

Müşterilerinin elektronik ortamı kullanırken her türlü desteğin verildiğini düşünenler katılımcıların %54.5 ile tanımlanırken ,bilgi işlem altyapılarının ve müşteri hizmetlerinin entegre bir şekilde kullanıldığını söyleyebiliriz.

Araştırmaya katılanların %48,4'ü ,elektronik ortamda yapılan tüm işlemlerin özel bir güvenlik sistemi ile korunduğunu düşünmektedir.Bu madde de 4,0939 standart sapma ile 2.maddede olduğu gibi kesinlikle katılıyorum cevabına daha yakındır.Nitekim ilgili bankalardan biri,internet bankacılığı sistemlerinde kullandıkları bir güvenlik programıyla yurtdışı kaynaklı bir ödül almıştır.

Elektronik ortamda yapılan Sermaye Piyasası İşlemleri ile ilgili güncel eğitim aldıklarını iletenler ,araştırmaya katılanların %36,2'sini oluştururken, %25,4'lük bir kesim ise bu konuda kararsız olduğunu iletmiştir. Bu durum, bankaların, iş yoğunluğu ve az

personelle çalışma politikaları nedeniyle, personelin eğitime önem verip vermedikleri konusunda bir kuşku uyandırmaktadır.

Araştırmada,katılımcıların %38,5'i ,diğer bankaların elektronik ortamda yapılan sermaye piyasası işlemleri ile ilgili kendilerine eğitim verildiğini belirtmişlerdir.Bu durum daha çok rekabet ile ilgilidir. Bir çok banka ,ürünlerini ve kampanyalarını kendi elektronik sistemlerinde sergiledikleri için,artık rakip ürünlerle ilgili pazar araştırması yapılma gereksinimi kalmamaktadır.Bu durumda ,araştırmaya katılanların,şirketleri tarafından verildiğini düşündükleri eğitim ile rakip banka yeniliklerinin , internet,reklam ve gelen müşterilerden alınan geri bildirimler ile karıştırılıyor olma ihtimali bulunmaktadır.

Elektronik ortamda yapılan Sermaye Piyasası işlemlerini yeterli bulanlar,katılımcıların %46,5'ini oluşturmaktadır.Bu durum ,elektronik ortamın, artık bir çok sermaye piyasası işlemi için zemin oluşturduğunu göstermektedir.

4.4.3. Çalışanların Sermaye Piyasaları'nda Elektronik Ticaret Uygulamalarına İlişkin Görüşleri (Çoktan Seçmeli Bölüm)

Ölçeğin 10. maddesi “ Müşteriler, bankanızın elektronik sisteminde, aşağıdaki işlemlerden en çok hangilerini yapmaktadır?” şeklindedir. Yapılan frekans analizi sonucu aşağıdaki gibidir.

Tablo 4.3. Çalışanların Elektronik Ortamda En Fazla Yapılan İşleme İlişkin Ağırlıklı Ortalama Sonuçları

	Önem Derecesi			Ağırlık		Önem sırası
	1	2	3	Toplam*	%	
EFT (Elektronik Fon Transferi)	127	44	21	490	38,4	1
Havale	42	106	18	356	27,9	2
Vadeli Mevduat İşlemleri	10	27	59	143	11,2	4
Fon alım satımı	24	18	63	171	13,4	3
Hisse senedi alım satımı	5	9	8	41	3,2	6
Tahvil –bono alım satımı	0	3	10	16	1,2	7
Döviz alım satımı	5	6	34	61	4,7	5
TOPLAM				1278	100 , 0	

*Ağırlıklı toplam= “1.derece n x 3+2.derece n x 2+3.derece n x 1” şeklinde hesaplanmıştır .

Elektronik ortamda yapılan sermaye piyasaları işlemleri arasında en fazla olanı EFT olurken,ikinci sırada havale,üçüncü sırada ise fon alım satımı bulunmaktadır. Elektronik ortamda en az yapılan işlem ise tahvil –bono alım satımıdır.

Ölçeğin 11. maddesi “ Müşterilerinize, elektronik ortamda yapacakları işlemler doğrultusunda aşağıdaki avantajlardan hangileri sunulmaktadır?” şeklindedir. Yapılan frekans analizi sonucu aşağıdaki gibidir.

Tablo 4.4 Çalışanların Elektronik Ortamda Yapılan İşlemlerin Avantajlarına İlişkin Frekans Analizi Sonuçları

	Frekans	Yüzde (%)
Bazı işlemlerden masraf alınmaması	78	36,6
Ek faiz oranı verme (mevduatda)	133	62,4
Faiz oranı indirme (kredide)	2	0,9

Elektronik ortamda yapılan sermaye piyasaları işlemlerinin avantajları arasında en yüksek olanı %62,4 ile ek faiz oranı vermedir. İkinci en yüksek ise bazı işlemlerden ek masraf alınmaması maddesi %42 oranıyla gelmektedir. Elektronik ortamda yapılan işlemlerin avantajlarından 3. Sırasında ise faiz oranını indirme gelmektedir. Bu işlemler arasında birinci sıradaki maddenin kullanıcıya ekstra bir ödeme yapılan “Ek faiz oranı verme” maddesi içeriği bakımından diğerlerinden ayrılmaktadır. Kullanıcıların kendilerine yapılan ekstra ödemeleri cazip bulmakta oldukları sonucuna varılabilir.

Ölçeğin 12. maddesi “Bankanızda, müşterilerinizden aşağıdaki sermaye piyasası işlemlerinin elektronik ortamda yapılması durumunda, hangi işlemlerden masraf alınıyor? ” şeklindedir. Yapılan frekans analizi sonucu aşağıdaki gibidir.

Tablo 4.5. Çalışanların Elektronik Ortamda Yapılan İşlemlerden Masraf Alınanlara İlişkin Frekans Analizi Sonuçları

	Frekans	Yüzde (%)
Fon alım satımı	98	46
Hisse senedi alım satımı	32	15
Döviz alım satımı	56	26,2
Tahvil –bono alım satımı	27	12,6

Elektronik ortamda yapılan sermaye piyasaları işlemleri içerisinde en fazla ücret alınan %46 ile Fon alım satımı olmaktadır. İkinci en yüksek masraf alınan ise %26,2 oranı ile döviz alım satım işlemi gelmektedir. Elektronik ortamda hisse senedi alım satımı %15 oranı ile 3. Sırada gelmektedir. Tahvil-Bono alım satımı ise %12,6 ile sonuncu sırada bulunmaktadır. Artık vadesiz mevduatdaki müşteri paraları direk olarak likit fonlara bağlanıldığından, müşteriler tarafından en çok işlem de fon alım satımında yapılmaktadır. Doğal olarak bankaların küçük masraf kesintileri ile en çok kazandıkları kalem de fon alım satımı olmaktadır. Yine dikkat çeken başka bir nokta ise ,örneklem seçilen bankaların ,ankete konu olan 7 işlemten sadece 4'ünden masraf kesintisi yaptığıdır. Diğer üç işlem için (EFT, Vadeli Mevduat İşlemleri ve Havale) müşterilerinden herhangi bir işlem ücreti alınmamaktadır.

Ölçeğin 13. maddesi “Bankanızda, müşterileriniz tarafından yapılan sermaye piyasası işlemlerinin karlı olanlarını önem sırasına göre 1’den 3’e kadar sıralayınız ” şeklindedir. Yapılan frekans analizleri sonucu aşağıdaki gibidir.

Tablo 4.6. Çalışanların Elektronik Ortamda Yapılan İşlemlerden İlk 3 Sıradaki Karlı Olan İşlemlere İlişkin Ağırlıklı Ortalama Sonuçları

	Önem Derecesi			Ağırlık		Önem sırası
	1	2	3	Toplam*	%	
Fon alım satımı	87	67	31	426	35,6	1
Hisse senedi alım satımı	50	78	66	372	31,1	2
Döviz alım satımı	76	49	82	341	28,5	3
Tahvil -bono alım satımı	0	15	27	57	4,7	4
TOPLAM				1196	100 ,0	

*Ağırlıklı toplam= “1.derece n x 3+2.derece n x 2+3.derece n x 1” şeklinde hesaplanmıştır.

Elektronik ortamda yapılan sermaye piyasaları işlemleri içerisinde en karlı olan işlem %35,6 ile fon alım satımı işlemidir. En karlı işlemlerden ikinci sıradaki %31,1 oranı ile hisse senedi alım satımı işlemidir.3.sırada ise %28,5 ile döviz alım satımı gelmektedir.En az karlı olduğu düşünülen işlem ise %4,7 ile tahvil-bono alım satımıdır.Tabloda görüldüğü üzere bir önceki maddeyle bağlantılı olarak ,fon alım satımının bankalar için ne kadar karlı olduğunu görüyoruz.İşlem hacmi fon alım satımına göre daha düşük olan hisse senedi ve döviz alım satımı işlemlerinin ise masraflarının daha yüksek olması ,bankaların karlı ürünleri arasına girmelerini sağlamaktadır.

Ölçeğin 14. maddesi “Bankanızda, sermaye piyasası işlemlerinin müşteriler tarafından elektronik ortamda yapılmasını teşvik edecek aşağıdaki yöntemleri önem sırasına göre 1’den 4’e kadar sıralayınız. ” şeklindedir. Yapılan frekans analizleri sonucu aşağıdaki gibidir.

Tablo 4.7. Çalışanların Elektronik Ortamda Yapılan İşlemleri Teşvik Edecek İşlemlere İlişkin Ağırlıklı Ortalama Sonuçları

	Önem Derecesi				Ağırlık		Önem
	1	2	3	4	Toplam*	%	sırası
Görsel ve yazılı reklam	84	36	46	44	580	27,7	1
Müşteri Hizmetleri'nin müşterileri yazılı ve sözlü bilgilendirmesi	27	55	71	53	468	22,4	4
Şube çalışanlarının müşterileri sözlü bilgilendirmesi	34	70	57	45	505	24,2	3
Bazı işlemlerden masraf alınmaması	65	47	34	65	534	25,6	2
TOPLAM					2087	100 ,0	

*Ağırlıklı toplam= “1.derece n x 4+2.derece n x 3+3.derece n x2+4.derece n x1 ” şeklinde hesaplanmıştır.

Elektronik ortamda yapılan sermaye piyasaları işlemlerini teşvik edecek işlemlerden 1. Sırada ” Görsel ve yazılı reklam çalışmaları “ maddesi bulunmaktadır. Onu takip eden ”Bazı işlemlerden masraf alınmaması” maddesi 2. sırada, ‘Şube çalışanlarının müşterileri sözlü bilgilendirmesi’ maddesi ise 3. sırada yer almaktadır.Müşteri hizmetlerinin müşterileri sözlü bilgilendirmesi en az teşvik yöntemi olarak ölçülmüştür. Görüldüğü gibi,tüm pazarlama ve tutundurma faaliyetlerinde olduğu gibi,görsel ve yazılı reklamlar,bankaların da ürünlerini elektronik ortamda pazarlamalarında önemli bir yere sahiptir.Elektronik ortamda yapılan bazı sermaye piyasası işlemlerinden masraf alınmaması da yine günümüzdeki bankalararası rekabetin bir sonucudur.Örneğin müşteri elektronik hesabını kullanarak ücretsiz yapacağı bir EFT işlemini şubeye giderek yaparsa,bu hizmet karşılığında bir ücret ödeyecektir.Ücretsiz yapılan işlemler doğal olarak müşteri açısından

daha caziptir.Şube çalışanlarının müşterileri sözlü bilgilendirmesi maddesinin 3. sırada olması,aslında önemli bir noktayı da vurgulamaktadır.O da ,sermaye piyasası ile ilgili işlemlerin artık daha fazla elektronik ortamda yapılmasına özendirildiği ve işgücünün daha az kullandığı noktasıdır.Müşteri Hizmetleri Birimi,bir süre önceye kadar sadece müşterilerin soruları için aranması gereğiyle varlığını sürdürürken,artık ürünler ve hizmetler ile ilgili bilgi vermek için müşteri temsilcilerini müşterileri aratma yöntemini uygulamaktadır.Bu uygulama yeni olduğu için,sermaye piyasası işlemlerinin elektronik ortamda yapılmasında teşvik unsuru olarak son sırada bulunmasını anlamlı bulabiliriz.

Ölçeğin 15. maddesi “Bankanızda, sermaye piyasası işlemlerinin elektronik ortamda yapılmasına ilişkin müşterilerin en çok şikayet ettikleri maddeyi işaretleyiniz ” şeklindedir. Yapılan frekans analizleri sonucu aşağıdaki gibidir.

Tablo 4.8. Çalışanların Elektronik Ortamda Müşteriler Tarafından Yapılan İşlemlere Yönelik Şikayetlere İlişkin Frekans Analizi Sonuçları

	Frekans	%
Elektronik Ortamın Yavaş Olması	72	33,8
Elektronik Ortamın Güvenilir Olmaması	44	20,6
Elektronik Ortamda Kesilen İşlem masrafları	29	13,6
Elektronik Ortamın Anlaşılır Olmaması	31	14,6
Elektronik Ortamın Uygulama Zorluğu	37	17,3

Elektronik ortamda yapılan sermaye piyasası işlemlerine yönelik şikayetler içersinde en yüksek olanı “ İşlemlerin yavaş olması. “ maddesinin oranı % 33,8 dir. Elektronik ortamın güvenilir olmadığını müşterileri tarafından şikayet konusu olduğunu düşünen katılımcılar %20,6 oranı ile ikinci sırada yer almaktadır.Şikayetlerin 3. sırasında ise işlem yapılan elektronik ortamın uygulama zorluğu gelmektedir. Maddenin oranı ise %17,3’ dür.Burada kasıt,müşterilerin elektronik ortamı kullanırken geçtikleri güvenlik aşamalarının sayıca çokluğudur.Hem güvenli hem de daha az aşamalı bir elektronik

sistem, teknik olarak çok mümkün değildir. Elektronik ortamın anlaşılır olmadığı şikayetini ileten müşterileri olduğunu düşünen katılımcı oranı %4,7'dir. Elektronik ortamda yapılan işlemlerden alınan masrafları şikayet olarak aldıklarını söyleyenler ise %13,6 oranına denk gelmektedir. Bu da daha önceki ölçümlerimizle paralel olarak, elektronik ortamda en çok yapılan bazı işlemlerden masraf alınmamasının müşteri memnuniyetini sağladığını göstermektedir.

4.5. Hipotezlerin Denenmesine Yönelik Olarak Yapılan Analizler

Hipotez 1. Sermaye Piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarına ilişkin görüşlerin cinsiyete göre farklılaşıp farklılaşmadığı aşağıda test edilmiştir.

Testte kullanılan hipotezler aşağıdadır.

Ho. Sermaye Piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarına ilişkin görüşleri cinsiyete göre farklılık göstermemektedir.

H1. Sermaye Piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarına ilişkin görüşleri cinsiyete göre farklılık göstermektedir.

Yukarıdaki hipotezin testinde t testi analiz yöntemi kullanılarak bir sonuca varmak mümkün olacaktır. Banka personellerinin, Sermaye Piyasaları'nda Elektronik Ticaret'in uygulanabilirliği konusundaki görüşleri test edilmiştir.

Tablo 4.9. Çalışanların Cinsiyetine Göre Elektronik ticaret Uygulamaları Ölçeği t Testi Sonuçları

Cinsiyet	N	M	Ss	T	P
Bayan	137	3,66	,56		,129
Erkek	75	3,78	,54	-1,52	

Tablo incelendiğinde, bayanların 3,66 görüş ortalamasına, erkeklerin ise 3,78 görüş ortalamasına sahip olduğu bulunmuştur. $\alpha=0,05$ anlam düzeyinde, çalışanların sermaye piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarına ilişkin görüş düzeylerinin cinsiyete göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir.

Hipotez 2. Öğrenim durumu ve Sermaye Piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarına ilişkin görüşler arasında ilişki test edilmiştir.

Testte kullanılan hipotezler aşağıdadır.

Ho. Sermaye Piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarına ilişkin görüşleri öğrenim durumuna göre farklılık göstermemektedir.

H1. Sermaye Piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarına ilişkin görüşleri öğrenim durumuna göre farklılık göstermektedir.

Öğrenim durumuna göre sermaye piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarının değişiklik gösterip göstermediği tek yönlü varyans analizi ile test edilmiştir.

Tablo 4.10. Çalışanların Öğretim Durumu Değişkeni Göre Elektronik ticaret Uygulamaları Ölçeği Tekyönlü Varyans Analizi Sonuçları

	Sd	Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	3	,79	,26	,84	,468
Gruplar İçi	209	65,49	,31		
Toplam	212	66,29			

Tabloda görüldüğü gibi, tek yönlü varyans analizi sonucunda elde edilen F değerinin (,468) .05 düzeyinde anlamlı olmadığı görülmüştür.

Hipotez 3. Kıdem durumu ve Sermaye Piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarına ilişkin görüşler arasında ilişki test edilmiştir.

Testte kullanılan hipotezler aşağıdadır.

Ho. Sermaye Piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarına ilişkin görüşleri kıdem durumuna göre farklılık göstermemektedir.

H1. Sermaye Piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarına ilişkin görüşleri kıdem durumuna göre farklılık göstermektedir.

Kıdem durumuna göre sermaye piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarının değişiklik gösterip göstermediği tek yönlü varyans analizi ile test edilmiştir.

Tablo 4.11. Çalışanların Kıdem Durumu Değişkenine Göre Elektronik ticaret Uygulamaları Ölçeği Tekyönlü Varyans Analizi Sonuçları

	Sd	Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	4	,84	,21	,67	,613
Gruplar İçi	208	65,45	,31		
Toplam	212	66,29			

Tabloda görüldüğü gibi, tek yönlü varyans analizi sonucunda elde edilen F değerinin (,613) .05 düzeyinde anlamlı olmadığı görülmüştür.

Hipotez 4. Çalışılan bölüm ve Sermaye Piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarına ilişkin görüşler arasında ilişki test edilmiştir.

Testte kullanılan hipotezler aşağıdadır.

Ho. Sermaye Piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarına ilişkin görüşleri bölüm durumuna göre farklılık göstermemektedir.

H1. Sermaye Piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarına ilişkin görüşleri bölüm durumuna göre farklılık göstermektedir.

Bölüm durumuna göre sermaye piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarının değişiklik gösterip göstermediği tek yönlü varyans analizi ile test edilmiştir.

Tablo 4.12. Çalışanların Bölüm Durumu Değişkenine Göre Elektronik ticaret Uygulamaları Ölçeği Tekyönlü Varyans Analizi Sonuçları

	Sd	Kareler Toplamı	Kareler Ortalaması	F	P
Gruplar Arası	3	,594	,20	,63	,597
Gruplar İçi	209	65,70	,31		
Toplam	212	66,29			

Tablodan görüldüğü üzere f değeri (,613) .05 düzeyinde anlamlı değildir. Banka personellerinin çalıştıkları bölüm ile sermaye piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarına ilişkin görüşleri arasında bir ilişki olmadığı görülmüştür.

SONUÇLAR VE ÖNERİLER

20.yüzyılın son yarısından sonra başlayan bilgi toplumu olma çabaları insanlığın bugüne kadar olan bir çok alışkanlığını değiştirmeye başlamıştır. Kişisel bilgisayarların hızla gelişmesi ve kişilerin bilgisayar sahibi olması, haberleşmede sayısal gelişmeler, dünyanın "küreselleşmesi", zaman ve mekan kavramlarını değiştirmiştir. Askeri amaçla yaratılan internet pek çok alanın yanı sıra ticarete de girmiş ve pratiklik ve vergi avantajları dolayısı ile hızla yayılmıştır. Kısaca incelemeye çalıştığımız elektronik ticaret henüz kuruluş aşamasında olup gelecekte ticarete yön verecektir.

Elektronik ticaret, binlerce yıldır yapılan klasik ticaret yönteminin alternatifidir. Elektronik ticaret, tarihi kısa olmasına rağmen, dünya genelinde çok hızlı gelişmektedir. Bir ülkede, elektronik ticareti ve bilim teknolojilerini geliştirmek için yöntemlerin uygulanması, yatırımların ve araştırmaların yapılması çok önemlidir. Her geçen gün, yeni uygulamalar ve yeni güvenlik faktörlerinin oluşturulmasıyla internetin iletişim ve pazarlama aracı olarak önemi artmaktadır. Dünyanın neresinde olursa olsun, müşterilerle internet aracılığı ile iletişim kurmak ve bu iletişimi daha hızlı, daha güvenilir ve daha ucuz yapabiliyor olmak, kâr paylarının azaldığı, maliyetlerin yükseldiği günümüz ticaretinde önemli bir etkidir.

Türkiye’de yaklaşık olarak evlerin %6-7’si, iş yerlerinin ise %11’inde bilgisayar bulunmaktadır. Bu oran gelişmiş ülkelerdeki oranlardan çok düşüktür; bu nedenle, bilgisayar ağları üzerinden yapılacak elektronik ticarete Türk halkının yaygın olarak katılacağı düşünülmemelidir. Öte yandan, az sayıda da olsa bazı ticari kuruluşlarımızın internet üzerinde web sayfaları hazırlayarak dünya ile iletişim kurabilmesi ve ürünlerini tanıtırak dünya çapındaki rekabetle baş edebilmesi mümkündür. Fakat web üzerindeki satıcı sayısının bir çığ gibi büyüyeceği varsayılırsa, böyle yaygın bir rekabete uzun süre dayanılması kolay olmayacaktır. Bu nedenle, elektronik ticaretteki gelişmelerin uzun

vadede küçük ve orta boy işletmelerden çok, büyük kuruluşlara yarayacağı öngörülebilir. Sermaye Piyasası ile ilgilenen işletmeler de sahip oldukları finansal güçleri ile bu kuruluşlara girmektedir. Eğer elektronik ticaret, ABD’li uzmanların tahmin ettiği ölçüde ve hızda yaygınlaşırsa, ağlar üzerinden ticaret yapanlardan çok daha önce, bilgisayarları, açık anahtar altyapısının gerektirdiği donanım ve yazılımları üreten, dünya standartlarının oluşmasında öncülük eden firmalar, oldukça önemli boyutlarda kazanımlar sağlayacaklardır. Nitekim sabit altyapı maliyetinin dışında ,herhangi bir maliyeti olmayan elektronik sistemler üzerinden yapılan işlemler,küçük de olsa kesilen masrafları ile kurumlarına oldukça yüklü karlar sağlamaktadır.

Elektronik ticaretin yaygın ve hem firmalara hem de müşterilere güven verecek şekilde kullanılmaya başlaması, güvenilir bir açık anahtar altyapısı kurulmasıyla paralel olarak yürüyecektir. Bu altyapının kurulmasında öncülük görevi, dünyada olduğu gibi Türkiye’de de bankalara ve finans kuruluşlarına düşecek gibi görünmektedir. Elektronik ticaretin sağlıklı ilk uygulamaları, belirli bir bankada hesabı olan alıcı ve satıcılar arasında kolaylıkla gerçekleştirilebilir; çünkü aradaki bankanın varlığı, iki taraf için de gerekli güven ortamını oluşturacaktır.

İkinci aşamada, birden fazla bankanın kurduğu ortak yapıya kayıtlı alıcı ve satıcıların, internet üzerinden alışveriş yapabileceği güvenli bir ortam yaratılabilir. Bankalar arası Kredi Kartları Merkezi, böyle bir ortam için uygun bir zemin olacaktır.

Fakat böyle bir ağ, internet üzerinde olsa bile, açık değil, kapalı bir bilgisayar ağı olacaktır; yani bu bankalar grubunda hesabı olmayan bir kişinin sisteme katılabilmesi mümkün olmayacaktır. Böyle bir yapının dünyaya bağlanabilmesi için gereken açık anahtarlı sayısal imza ve şifreleme yazılımı, ya da donanımı dünya standartlarına uyum sağlamak zorundadır.

Araştırma sonuçlarına bakıldığında banka çalışanları içinde erkeklerin oranı bayanlara göre daha azdır.Pazarlama sektöründe son yıllarda bayan işgücüne verilen önem,bankalarda da kendini göstermektedir. Katılımcıların büyük çoğunluğu Lisans mezunlarından oluşmaktadır. Bu durum bize katılımcıların eğitim düzeylerinin yüksek olduğunu göstermektedir. Katılımcılar içerisinde 1-5 yıl arası kıdeme sahip olanların oranı

fazladır. Bu da, yeni mezun ve buna paralel olarak genç işgücünün bankalar tarafından tercih edildiğinin bir göstergesidir. Katılımcılar arasında en yüksek oran, bireysel pazarlama bölümünde çalışanlardan oluşmaktadır. Her ticari işletmenin can damarı olan pazarlama, bankalarda Bireysel'e ağırlık vermektedir.

Yapılan araştırmaya göre banka çalışanlarının sermaye piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarına ilişkin görüşleri yüksek bulunmuştur.

Çalışanların sermaye piyasalarında elektronik ticaret uygulamalarına ilişkin görüş düzeylerinin cinsiyete göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Ayrıca kıdem değişkeni elektronik ticarete ilişkin görüşlerinde anlamlı farklılık yaratmamaktadır. Öğrenim durumu değişkeni yine sermaye piyasalarında elektronik ticarete ilişkin görüşlerde anlamlı değildir. Çalışanların görev yaptığı bölüm incelendiğinde ise bölümün elektronik ticarete ilişkin görüşlerde ayırt edici olmadığı sonucuna varılmıştır.

Araştırmaya katılanlar arasında, bankalarının elektronik sistemlerinin müşterileri tarafından kullanıldığını düşünenler ile kullanılmadığını düşünenler arasında oransal olarak bir benzerlik vardır. Bu da kamu bankası ve yabancı sermayeli banka stratejilerinin farklılığını işaret etmektedir. Her ne kadar işlemlerin elektronik ortamda yapılması konusunda yapılan yatırımlar, reklamlar v.b. tutundurma çalışmaları her iki banka için de geçerli olsa, sistemi müşterilerine kullandırma seviyesi açısından farklılık görülmektedir.

Katılımcıların yarısından fazlası ,sermaye piyasası işlemlerinin bankalarına ait elektronik ortamda yapılmasını güvenilir bulmaktadır.

Yine katılımcıların yarısından fazlası, sermaye piyasası işlemlerinin elektronik sistemlerinde ,müşteriler tarafından yapılmasının ,şirketlerinin önemli bir stratejisi olduğunu kabul etmektedir.

Müşterilerin ,elektronik ortamı kullanırken destek aldıklarını düşünenler ,katılımcıların büyük bir çoğunluğunu oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılanlar ortak paydada buluştukları bir başka madde de, sahip oldukları elektronik sistemlerinin özel bir güvenlik sistemiyle korunduğudur.

Bölümümüzün başında belirttiğimiz gibi,elektronik ticaretin bankalar arasında hızla yayılması,yanında başka bir sektörü de harekete geçirmiştir. Yazılım ve donanım şirketleri , teknolojiyi sonuna kadar kullanarak gün geçmeden yeni güvenlik sistemleri oluşturmaktadır.

Araştırmaya katılanların,elektronik ortamda yapılan sermaye piyasası işlemleri ile ilgili eğitim aldıklarını düşünenler ile bu konuda kararsız beyanında bulunanlar arasında, oransal olarak ,çok olmasa da bir yakınlık vardır. Bu da, maliyetleri düşürme ve ya iş temposunun yavaşlamaması sebep gösterilerek ,eğitim planlarının ihmal edilebildiğini düşündürmektedir. Yine rakip bankaların, elektronik sistemlerinde yapılan sermaye piyasası işlemleri ile ilgili kendilerine eğitim verildiğini düşünenler sayıca fazlayken,bu durum, bilgilerin ,artık herkese açık olması sebebiyle kolay ulaşılabildiği bir ortamı işaret etmektedir. Hızla çoğalan ve de kendi aralarında kombine edilen tüm ürünler için ,banka personellerine düzenli aralıklarla eğitim verilmesinde fayda vardır.Nitekim bir çok çalışan ,önünde kampanya yazıları ve ya yönetmelikleri olmadan ,pazarlama yapamamaktadır. Eğitim için seçilen ,personale masa başında İntranet üzerinden verilen eğitim yöntemleri, amacından oldukça uzaktır. Çünkü personel genelde iş yoğunluğu nedeniyle,sayfanın okunduğuna dair herhangi bir uyarı vermeyen bu eğitim yöntemlerinden olabildiğince çabuk çıkmaktadır. Bu yüzden eğitimlerin mutlak suretle,briefing şeklinde,özel bir zaman ayrılarak yapılmasında fayda vardır.

Elektronik ortamda yapılan sermaye piyasası işlemlerini yeterli bulma,yine katılımcıların buluştukları ortak noktadan biridir.İş tanımında kendilerinin yapması gereken işlemlerin ,elektronik ortamda müşteriler tarafından yapılması ve sürekli teşvik edilmesi aslında bankacıların ,varlıklarını sorgulatma sürecinde, kendilerinin de yardım ettiğini göstermektedir.Bankalar ,tüm işletmeler gibi en az maliyet misyonuyla ,elektronik ticareti özendirirken,bunun için belki de gözden çıkaracağı personelini araçlardan biri olarak kullanması ,ilginç bir noktadır. Bu bağlamda insan gücü ve elektronik sistemleri dengeli kullanmakta fayda vardır. Örneğin elektronik sistemi kullanan müşteriler düzenli olarak takip edilerek,bu müşteriler satış personeline çapraz ürün satışı için yönlendirilebilir.

Elektronik ortamda yapılan sermaye piyasaları işlemleri arasında en fazla olanı EFT işlemidir. Sırasıyla onu takip eden havale işlemi ve fon alımı işlemidir. Aslında

EFT, bankanın varlıklarından başka bir bankanın varlıklarına para çıkışına sebep olması ile işlemler arasında bankalar arasında tercih edilen bir ürün değildir. Yine de müşteri memnuniyeti ve rekabetin getirdiği zorunluluklar ,bu işlemi ücretsiz yapılabilme konumuna bile getirmiştir. Belirli bir miktarın üzerinde yapılan EFT'ler için masraf kesintisi yapılabilmelidir. Bu da yanında ,gönderilecek paranın parça parça gönderilmesi riskini beraberinde getirecektir. Bu yüzden EFT ile ilgili işlem sayısı sınırlandırması getirilebilir.

Elektronik ortamda yapılan sermaye piyasaları işlemlerinin avantajları arasında en yüksek olanı ek faiz oranı vermesidir. İkinci en yüksek oran ise bazı işlemlerden ek masraf alınmaması maddesine aittir. Elektronik ortamda yapılan işlemlerin avantajlarından 3. sırasında ise faiz oranını indirme gelmektedir. Kullanıcıların kendilerine yapılan ekstra ödemeleri cazip buldukları açıkça görülebilmektedir. Çoğu bankanın yaptığı gibi diğer bankaların da, elektronik mevduat hesabı açan müşterilerine ek faiz puanı verme yolunu seçmelerinde, rekabet açısından fayda vardır.

Elektronik ortamda yapılan sermaye piyasaları işlemleri içerisinde masraf alınan kalemlerin başında fon alım satımı gelmektedir. İkinci sırada döviz alım satım bulunurken, 3. sırada hisse sendi alım satımı gelmektedir. En az masraf alınan işlemler ise tahvil ve bono alım satımıdır. Araştırmamızda da görüldüğü üzere, müşteriler tarafından en çok yapılan işlem EFT olmasına rağmen ,herhangi bir işlem ücreti alınmadığı için, 3. en çok yapılan işlem sıralamasında olan fon alım satımı ,masraf alınan ürünlerin başında gelmektedir.

Elektronik ortamda yapılan sermaye piyasaları işlemleri içerisinde en karlı olan işlem fon alımı işlemidir. En karlı işlemlerden ikinci sırada hisse senedi alım satım işlemi gelmektedir. 3. Sırada ise döviz alım satım işlemi bulunmaktadır. Masraf alınan 3. en çok işlem hacimli fon alım satımı işleminin, küçük komisyonlarla yarattıkları karlarla ,bankaların gözbebeği olduğu görülebilmektedir. Bu durumda bankaların bu ürünün tanıtımına ağırlık vermesinde fayda vardır.

Elektronik ortamda yapılan sermaye piyasası işlemlerine yönelik müşteri şikayetleri içerisinde en yüksek olanı “ İşlemlerin yavaş olması. “ maddesidir. Aslında bu daha çok ,aynı anda sisteme giren müşteri sayısının fazlalığından ve sistemin işlem hızına

yetişememesinden kaynaklanmaktadır.Bunun için bazı bankaların yaptığı gibi işlem süresi konması ve ya günün belirli saatlerinde sisteme giriş yetkisinin müşteriilere verilmesi yoluna gidilebilir.

İleride yapılacak çalışmalarda yöneticilerin elektronik ticaret uygulamalarına bakışı incelenebilir. Elektronik ortamda yapılan işlemlerin güvenilir olduğu konusunun vurgulanması gerekmektedir. Görsel ve yazılı medya bu konuda faydalı şekilde kullanılabilir. Elektronik ortam uygulamalarının tanıtımı ve örnek uygulamalarının internet sitelerinde kullanılabilir.

Her ne kadar bankalar elektronik sistemlerinin güvenilirliği için,teknolojinin bol ödüllü son güvenlik sistemlerini kullansalar da,halen internet avcıları tarafından bu sistemler çöktürülebilmekte,müşterileriyle davalık konuma gelebilmektedirler.Bunun için yapılan internet kullanım saati belirlemesi, işlem ve süre limitinin konulması gibi tedbirler alınması gereklidir.

Bankalar için önemli olan, doğal olarak bir müşteriye yapabilecekleri azami çapraz satıştır.Yani bir ürüne sahip bir müşterinin,hem o ürüne olan bağımlılığını, müşteri memnuniyeti adı altında devam ettirmek,hem de o müşteriye diğeri ürünlerini de satabilmektir. Elektronik sistemi kullanan bir müşteri ,üstelik bir de masraf alınmıyorsa,bankaya gitmek yerine işlemlerini evinden ve işyerinden yapacaktır. Doğal olarak ,bankalar her ne kadar elektronik sistemlerini ön plana çıkarmak isteseler de,potansiyel müşterilerinden olmakta,çok ürünü olabilecek potansiyel müşterilerini,tek ürünü olan yeni müşteriye feda etmektedirler. Bu durum bazı bankalarda (Garanti Bankası ve HSBC) “Özel Müşteri Temsilciliği” adı altında yeni birimlerin oluşturulmasına neden olmuştur. Müşterilerin portföylerini özel olarak yönetmek adı altında kurulan bu birim,aslında müşteri ile yüz yüze görüşmenin bir yoludur. Bankaların müşterilerine alıştırmış olduğu evinden ve işyerinden işlem yapabilme özgürlüğü ile oluşturmuş oldukları bu birimin ne kadar çalıştığı görülmekle birlikte,bu stratejiyi izleyecek bankaların en azından bu ve buna benzer birimlerle müşteri devamlılığını sağlamalarında fayda vardır.

En az masrafla kar elde etme amacı güden neredeyse tüm işletmeler,özellikle son küresel ekonomik krizden sonra ilk olarak işgücünü azaltma yoluna gitmişlerdir ve

gitmektedirler. 2000 yılında yaşanan ekonomik kriz özellikle bankacılık sistemini etkilemişti. Ancak sektör ,kalifiye işgücünün ikamesini bulamadığı için çabuk toparlanmış ve 2008 yılına kadar büyük çapta herhangi bir işgücü kaybı yaşanmamıştı.

Aslında tüm sektörlerde insanın yerini alan makineler , istihdam için tehlike oluşturmaktadır. Bankacılık sektöründe de artık son teknolojik elektronik sistemlerinin kurulması ve sürekli desteklenmesi ,bankacıları tedirgin etmekte ve krizlerde artık ikameleri olduğu için gözden çıkarılacakların ilk sırasında yer almaktadır.

Ne ilginçtir ki,bankalar maliyetleri kısmak adına yaptıkları işgücü azaltılması ile elektronik sistemlerinin , rakiplerine fark atması için yaptıkları onca yatırım birbiriyle miktarsal olarak kıyaslanmayacak kadar çelişmektedir. Bu durumun en büyük destekçilerinden biri hiç kuşkusuz ,bu sistemleri oluşturan ve sürekli yenileyen bilgi-işlem sektörüdür. Ancak daha öncede belirttiğimiz gibi ,bilgi işlem sektörü ve işgücü arasında denge sağlamakta, hatta işgücüne olan ağırlığı artırmakta fayda vardır.

Sonuç olarak,bankaların oluşturmuş olduğu elektronik sistemlerin ,hem varolmalarının ana kaynağı olan müşterileri ile iletişiminin azalmaması ve hatta kopmaması hem de ekonominin en temel sorunlarından işsizliğe sebep olmaması için, dengeli bir şekilde hizmet etmeleri gerekmektedir. Tüketim olmazsa üretimin de olmayacağı bir ekonomide işgücünün yerine elektronik sistemlerin getirilmesi,geri dönüşü olmayan bir çıkmaza sebep olacaktır.

KAYNAKLAR

AKTAN, Bora. ARSLAN, Alaattin, (Ekim 2004) ” İş Hayatında İnternet Kullanımı”,*Standart (Ekonomik ve Teknik Dergi)*,490,28

APAK, S,2005 “*Sermaye Piyasaları ve Borsa*”, Eskişehir, Bilim Teknik Yayınevi

ARIKAN, Onur (2001), *SET Elektronik ticaret Önündeki Güvensizlik Engelini Yıkıyor*, <http://www.biznet.com.tr/documents/set.pdf> adresinden 15.03.2007 tarihinde alınmıştır.

BALCI Nilgün ve KÜÇÜKYILDIRIM. Nejat(2000) “Yeni Ekonomi Ve E-Ticaretin İstihdam - Çalışanlar Ve İnsan Kaynakları Üzerindeki Etkileri” , *İşgüç Dergi*, <http://www.isgucdergi.org/?p=makale&id=54&cilt=4&sayi=2&yil=2002> adresinden 19.06.2009 tarihinde alınmıştır.

CUEVAS, Jackie , The İnternet Banking Horizon: Bleak or Bright for Community Banks?”, *The Journal of İnternet Banking and Commerce* <http://www.arraydev.com/commerce/JIBC/9811-14.htm> adresinden 19.01.2009 tarihinde alınmıştır.

ÇEKER,M, (2004), *Hukuki Yönüyle Banka Mevduatı*, Adana , Karahan Yayıncılık

CİVELEK, M.E, SÖZER E. ,(2003),*İnternet Ticareti, Yeni Ekososyal Sistem ve Ticaret Noktaları*, İstanbul, Beta Basım Yayım Dağıtım

ERSOY, Z, (1999) ,*Elektronik Ticaret ve Ticaret Noktaları*, Ankara, İgeme Yayınevi

ERSOY, N.Figen , (Mart 2002), Finansal Hizmetlerde Müsteri İlişkileri Yönetimi (CRM) Kavramı, *Pazarlama Dünyası Dergisi*, 03, .5

EROL,A.,(2001),*Elektronik Ticaret Uygulamaları, Finansmanı ve Muhasebeleştirilmesi*, (Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2001),YÖK,44

FURST, Karen, Lang ,William and Nolle, Daniel, (2002) İnternet Banking: Developments and Prospects, Economic and Policy Analıysis Working Paper,*Journal of Finacial Services Research*, 22,95

İMKB, (2000),*Sermaye Piyasası ve Borsa Temel Bilgiler Kılavuzu*, Ankara ,İ.M.K.B Yayınları

GÜDER, G., TAŞCI, K., (3-5 Kasım 2006), *Avrupa Birliği ve Türkiye’de Bilgi ve İletişim Teknolojileri İstihdam İlişkisi*, 5. Uluslararası Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi’nde sunuldu, Kocaeli

GÜNEŞ, İ., (22-24 Mayıs 2000), “*Elektronik Ticaret ve KOBİ’ler İçin Fırsatlar*”, Krizden Çıkışta KOBİ’lerin Yeniden Yapılanması ve 2000’li Yıllar İçin Değişim Stratejileri Kongresi’nde sunuldu,Adana

İNCE, M,1999,Elektronik Ticaret: Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar, Ankara, DPT Yayını

KARSLI, M, 1994,*Sermaye Piyasası, Borsa, Menkul Kıymetler*, İstanbul, İrfan Yayıncılık

KAPLAN, İ.,1996,*Banka Sözleşmeleri Hukuku*, Ankara,Adalet Matbaacılık

KESKİN, E., (2000), Bilgi Teknolojisi ve Elektronik Ticaret”, *Stratejik Analiz, Cilt 1,Sayı 5*, 20

KILDİŞ, Y., (2000),Türkiye’de Sermaye Piyasalarının Gelişmesinde Vergilendirmenin Rolü ve Önemi, (Doktora Tezi ,Dokuz Eylül Üniversitesi 2003), YÖK,56

KÜÇÜKGÖRKEY, A., (10-11 Mayıs 2002) ,*Yeni Ekonomi ve Elektronik Ticaret*, I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi ’nde sunuldu,Kocaeli

MANDACI, P.E., SOYDAN, H., (2002),*Capital Markets*, İstanbul,Literatür Yayıncılık

MCDUGALL, P., (1999), Compaq, Cable & Wireless to Offer Turnkey ECommerce, *Informationweek*, Issue:762, 74

ÖRDEK, M., (1999), İnternet, Bilgi Teknolojilerinin Gelişimi ve Elektronik Ticaretin Dünya Ticaretine Etkileri, *İGEME*, 12,34

ÖZER, G.F., (2005),*Sermaye Piyasalarında Elektronik İmzanın Kullanım Alanları*, Ankara,SPK Yayınları

ÖZCAN, Z., (2007) Türkiye’de Elektronik Bankacılık: İnternet Bankacılığı Üzerine Bir Çalışma,Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ödevi,İstanbul

PAHNİLA S., PİKKARAINEN T., PİKKARAINEN K. And KARJALUOTO H., (2004), Consumer Acceptance Of Online Banking: an Extension of the Technology Acceptance Model, *İnternet Research*, Volume 14, Number 13, 224

PERUMAL,V.,Shanmugam B.(2004), İnternet Banking: Boon or Bane?, *Journal of Internet Banking and Commerce*, <http://www.arraydev.com/commerce/JIBC/2004-12/Perumal.htm> adresinden 13.02.2006 tarihinde alınmıştır.

ASANİ, S., TOZZİ M., (2004), Electronic Trading on Futures Exchanges , *Derivatives Quarterly*, Volume 4, Number 3, 7-14.

SARIKAMIŞ, C., (2004), *Sermaye Pazarları*, İstanbul,Alfa Basım Yayım Dağıtım

SOYDAN, B.Y., (2001), E-imza ve E-belge: Kağıtsız Mürekkepsiz Dünyada Hukuk, *Vergi Sorunları Dergisi*, 151 ,132

TANER, B.,POLAT L., (1992), *Sermaye Piyasası Faaliyet Alanı ve Menkul Kıymetler*, İzmir ,Serdar Ofset

TEVFİK, G., (1995), *Dünyada ve Türkiye'de Yatırım Fonları*, Ankara ,Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları,

TÜBİTAK, (2000),*Bilgi Teknolojileri Yaygınlık ve Kullanım Araştırması*, Ankara, Tübitak Yayınları

YAMAK, R., KOÇAK, N.A., (3-5 Kasım 2006), *Bilgi Teknolojisi Harcamalarının Ekonomik Büyüme Üzerine Etkileri*, 5. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi'nde sunuldu,Kocaeli

YUMUŞAK, İ.G., (2001), Elektronik Ticaretin Gelişmekte Olan Ülkelere Etkileri Ve Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme,*Bilgi Yönetimi*, http://www.bilgiyonetimi.org/ulke_gelisme.htm adresinden 22.03.2009 tarihinde alınmıştır.

YÜKSEL, A.S.,YÜKSEL, Ü., (2004),*Bankacılık Hukuku ve İşletmesi*, İstanbul ,Beta Yayınları

<http://www.denizbank.com.tr> , 10.04.2009 tarihinde ulaşılmıştır.

<http://www.sekerbank.com.tr>, 20.04.2009 tarihinde ulaşılmıştır.

<http://www.kutuphanem.com>,10.03.2009, tarihinde ulaşılmıştır.

<http://www.referansgazetesi.com>, 02. 04.2009, tarihinde ulaşılmıştır.

<http://www.biznet.com.tr/documents/set.pdf>, 04.02.2009, tarihinde ulaşılmıştır.

<http://www.bidb.odtu.edu.tr/index.php?go=tsg&sub=SSL> 02.04.2009, tarihinde ulaşılmıştır.

http://www.tbb.org.tr/tr/Banka_ve_Sektor_Bilgileri/Banka_Subu_Bilgileri,10.02.2009 tarihinde ulaşılmıştır.

Bu araştırma,”Sermaye Piyasaları’nda Elektronik Ticaret Uygulamaları” konulu tezime,veri toplamak amacıyla yapılmaktadır.Soruların, bankanız uygulamaları ve vizyonu doğrultusunda cevaplandırılması gerekmektedir.Lütfen cevapsız soru bırakmayınız.

İlginiz ve yardımınız için teşekkür ederim.

Meltem Sayın

Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü

Dış Ticaret Eğitimi

Yüksek Lisans Öğrencisi

Elektronik Posta :meltem.sayin@ingemeklilik com.tr

D)KİŞİSEL BİLGİLER

1)Cinsiyetiniz?

() Kadın

() Erkek

2)Mezun olduğunuz öğretim kurumu?

()İlköğretim

()Lise

()Yüksekokul

() Üniversite

()Yüksek Lisans

3)Bankacılıktaki kıdeminiz?

() 1-5 yıl

() 6-10 yıl

()11-15 yıl

() 16-20 yıl

() 21 yıl ve üzeri

4) Bankanızdaki bölümünüz?

() Bireysel Pazarlama

() Kurumsal Pazarlama

() Operasyon

() Diğer(Lütfen Belirtiniz)

II)SERMAYE PİYASALARI'NDA ELEKTRONİK TİCARET UYGULAMALARI İLE İLGİLİ GÖRÜŞLERİNİZ

Aşağıda Sermaye Piyasaları'nda Elektornik Ticaret uygulamalarına ilişkin görüşleriniz sorulmaktadır. Bu konudaki görüşlerinizi 'Hiç katılmıyorum' , 'Katılmıyorum' , 'Kararsızım' , 'Katılıyorum' , 'Kesinlikle katılıyorum' maddelerinden size en uygun olanını **kutucuğun içine 'X' işareti** koyarak belirtiniz.

	BANKAMIZDA;	Hiç katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle katılıyorum
1	Müşterilerimiz,Sermaye Piyasası İşlemleri'nde elektronik ortamı yaygın olarak kullanmaktadır.					
2	Sermaye Piyasası ile ilgili tüm işlemler ,sistemimizde güvenilir olarak yapılmaktadır.					
3	Sermaye Piyasası İşlemleri'nin müşteriler tarafından elektronik ortamda yapılması,manuel olarak yaptığımız işlemlere göre daha karlıdır.					
4	Sermaye Piyasası'nda işlem gören yatırım ürünlerimizin,elektronik ortamda pazarlanması ,bankamızın önemli bir stratejisidir.					
5	Müşterilerimizin Sermaye Piyasası İşlemleri'ni elektronik ortamda yapabilmeleri için her türlü destek hizmeti verilmektedir..					
6	Müşterilerimizin elektronik ortamda yapacakları her türlü Sermaye Piyasası İşlemi ,özel bir güvenlik sistemi ile korunmaktadır.					

7	Mevcut Sermaye Piyasası Ürünlerimizin ,elektronik ortamda yapılan işlemleri ile ilgili güncelleme eğitimleri verilmektedir.					
8	Diğer bankaların Sermaye Piyasası ürünleri ve işlemleri ile ilgili eğitimler verilmektedir.					
9	Elektronik ortamda yapılan mevcut Sermaye Piyasası işlemlerini yeterli buluyorum.					

10)Müşteriler,bankanızın elektronik sisteminde ,aşağıdaki işlemlerden en çok hangilerini yapmaktadır?Önem sırasına göre 1'den 3'e doğru sıralayınız.

10.1. () EFT (Elektronik Fon Transferi)

10.2. () Havale

10.3. () Vadeli Mevduat İşlemleri

10.4. () Fon alım satımı

10.5. () Hisse senedi alım satımı

10.6. () Tahvil –bono alım satımı

10.7. () Döviz alım satımı

11) Müşterilerinize,elektronik ortamda yapacakları işlemler doğrultusunda aşağıdaki avantajlardan hangileri sunulmaktadır? Uygun olanları işaretleyiniz.

11.1. () Bazı işlemlerden masraf alınmaması

11.2. () Ek faiz oranı verme (mevduatda)

11.3. () Faiz oranı indirme (konut,tüketici,taşıt kredileri v.b.)

11.4. () Hesap kullanım ücretinin alınmaması

12) Bankanızda, müşterilerinizden aşağıdaki sermaye piyasası işlemlerinin elektronik ortamda yapılması durumunda ,hangi işlemlerden masraf alınıyor?

12.1. () EFT (Elektronik Fon Transferi)

12.2. () Havale

12.3. () Vadeli Mevduat İşlemleri

12.4. () Fon alım satımı

12.5. () Hisse senedi alım satımı

12.6. () Tahvil –bono alım satımı

12.7. () Döviz alım satımı

13) Bankanızda, müşterileriniz tarafından yapılan sermaye piyasası işlemlerinin karlı olanlarını önem sırasına göre 1’den 3’e doğru sıralayınız.

13.1. () EFT (Elektronik Fon Transferi)

13.2. () Havale

13.3. () Vadeli Mevduat İşlemleri

13.4. () Fon alım satımı

13.5. () Hisse senedi alım satımı

13.6. () Tahvil –bono alım satımı

13.7. () Döviz alım satımı

14) Bankanızda ,sermaye piyasası işlemlerinin müşteriler tarafından elektronik ortamda yapılmasını teşvik edecek aşağıdaki yöntemleri önem sırasına göre 1’den 4’e kadar sıralayınız.

14.1. () Görsel ve yazılı reklam

14.2. () Müşteri Hizmetleri’nin müşterileri yazılı ve sözlü bilgilendirmesi

14.3. () Şube çalışanlarının müşterileri sözlü bilgilendirmesi

14.4. () Bazı işlemlerden masraf alınmaması

15)Elektronik ortamda gerçekleştirilen sermaye piyasası işlemleri ile ilgili olarak müşterilerinizin en sık şikayet ettikleri husus ve ya müşterilerinizin karşılaştıkları en önemli sorunu işaretleyiniz.

15.1. ()İşlem yapılan otomatik ortamın (banka sisteminizin)yavaş olması

15.2. () İşlem yapılan otomatik ortamın (banka sisteminizin) güvenilir olmaması

15.3. () Elektronik ortamda yapılan işlemlerden kesilen masraflar

15.4. ()İşlem yapılan elektronik ortamın anlaşılır olmaması

15.5. () İşlem yapılan elektronik ortamın uygulama zorluğu (bir işlemi gerçekleştirirken 1'den fazla kademedan geçilmesi)