

# **Elektronik Ticaret**

## **(E-Ticaret Nedir ?)**

Bilindiği gibi “ticaret” ifadesi kavramsal olarak “mal veya hizmetin satın alınması ve satılması” işlemlerini kapsamaktadır. Bu sürecin elektronik ortamda, İnternet üzerinde yapılması e-Ticaret kavramını ortaya çıkarmıştır. E Ticaret, mevcut işinizin elektronik ortama aktarılmasıdır. Bu bakımdan e-Ticaretin ana hedefi, ticari işlemlerin elektronik ortamda en basit, hızlı, verimli ve güvenli şekilde yapılmasıdır.

Ürünlerin ve hizmetlerin e-kataloglarda düzenli bir şekilde müşteriye sunulması, siparişin basit bir şekilde alınması, satın alma işleminin kolaylıkla ve güvenlik içinde gerçekleştirilmesi, ve ürün ya da hizmetin en hızlı şekilde müşteriye ulaştırılması e-ticaret in ana hatlarını oluşturur. Kısacası e-ticaret, bir şirketin iş yapma olanaklarını 24 saat-365 gün devamlılığı içinde bütün dünyaya sunmasıdır.

### **e-ticaretin doğuşu**

Elektronik ticaret, ticari işlemlerden biri veya tamamının elektronik ortamda gerçekleştirilmesi yoluyla reklam ve pazar araştırması, sipariş ve ödeme, teslimat olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır.

Elektronik ticaret, tüm dünyada ticaretin serbestleştirilmesi eğilimi ile birlikte, 2000'li yıllardan sonra yaşanan ve bilgi iletişimini kolaylaştıran teknolojik gelişmelerin bir parçası olarak ortaya çıkmıştır. Geleneksel pazarlama yöntemlerine, İnternet olanaklarını da ekleyen kuruluşlar, sadece belirli bir kitleye satış yapabilmenin ötesine geçip, üretkenliği ve yaratıcılığı arttıran küresel e-ticaret bağlantıları kurma şansını elde edebilmeye başlamıştır. Eskiden birçok şirket televizyon, gazete, radyo gibi araçları kullanarak potansiyel müşterilerine ulaşmaya uğraşırken, bugün bunlara İnternet üzerinden reklamcılık da eklenmiştir.

Elektronik ticaretin araçları, birbirleriyle ticaret yapanların ticari işlemlerini kolaylaştıran telefon, faks, bilgisayar, elektronik ödeme ve para transfer sistemleri, elektronik veri değişimi sistemleri (Electronic Data Interchange-EDI), İnternet gibi her türlü teknolojik ürünlerdir.

EDI, ticaret yapan iki kuruluş arasında, insan faktörü olmaksızın bilgisayar ağları aracılığı ile belge ve bilgi değişimini sağlayan bir sistem olarak elektronik ticaretin önemli bir aracıdır. Elektronik ticaret açısından en etkin araç olarak kabul edilen yeni İnternet teknolojileri ise ses, görüntü ve yazılı metni aynı anda, daha hızlı ve güvenli bir şekilde ilettiğinden, İnternet 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 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 imkân sağlamaktadır. Elektronik ticaret, özellikle KOBİ'ler için çok uygun bir ticaret şeklidir. Elektronik ticaret, ürün seçeneklerinin artmasını, ürünlerin

kalitesinin yükselmesini ve daha hızlı bir şekilde ödenerek teslim alınmasını sağlamaktadır. Potansiyel tüketicilerin dünyanın her yanında pazara arz edilen ürünler hakkında bilgi sahibi olmalarına ve yeni üreticilerin dünya pazarlarına girmelerine imkân vermektedir. Daha düşük fiyatlı ve kaliteli ürünlerin pazara girmesi üreticiler arasında rekabetin artmasına ve tüm ticari işlemlerin maliyetinin düşmesine neden olmaktadır.

Elektronik ticaret, üretici ve tüketicileri, özellikle KOBİ'leri geleneksel ticaret engelleri olan pazara uzaklık, bilgi eksikliği ve talebe uygun üretim yapılamayışı gibi dezavantajlardan kurtarabildiği ölçüde yararlı olmaktadır. Ancak, elektronik ticaret, ülkelerin tüm ticari sorunlarını (örneğin ulusal tedarik zincirindeki halkaları) çözmeye yetmemektedir. Elektronik ticaret konusunda yeterli bilgi ve deneyime sahip olmayan ülkeler ilk aşamada interneti sadece reklam veya pazar araştırması amacıyla kullanmaktadır.

E-ticareti bu kadar gözde kılan unsurlar arasında; e-ticaretin, şirket ile hedef kitlesi arasındaki doğrudan ilişki sağlaması, pazarlamacılara istedikleri bilgileri sunması, hızlı ve düşük maliyetli olması ve tüm bunların elektronik ortamda yapıyor olmasıdır. Diğer olumlu unsurlar arasında ise dağıtımda kolaylık ve ucuzluk, tüketici ile daha rahat etkileşim, anında geri dönüş, dikkat çekicilik, küresel pazarla tanışma, 24 saat hizmet ve anında satış yer almaktadır.

Normal koşullarda ortalama 10 yıl alan markalaşma süreci, elektronik ticaret sayesinde 2 yıla inmiş durumdadır. Bugün "Dünyanın en büyük 500" şirketi listesinde bundan birkaç yıl önce kurulmuş olan onlarca e-şirket yer almaktadır.

Etkisi küresel olan İnternet ekonomisi, hem ticaret hem de siyaseti etkilemektedir. Tüm dünya çapında, iş dünyasının önderleri, kendi şirketlerinin ayakta kalma ve rekabet edebilme yetilerinde internetin oynadığı rolü kabul etmektedir. Şirketlerin, bu yeni ekonomide rekabet edebilmek için internetin gücünden yararlanma gereksinimi ortaya çıkmıştır.

## **E-ticaret hacmi ve Türkiye'deki durum**

Bankalararası Kart Merkezi'nin (BKM) resmi verilerine göre 2012 yılı Temmuz ayında Türkiye e-ticaret sektöründe yaratılan hacim 3 milyar 186 milyon TL'ye ulaşmıştır. Söz konusu dönemde gerçekleşen işlem adediyse 14 milyon 393 bin olarak tespit edilmiştir.

## **B2C VE B2B**

E-ticaretin uluslararası kabul görmüş iki türü vardır:

- İşletmeler arası (B2B)
- İşletmeden-tüketicie (B2C) e-ticaret.

B2B genelde firmalar arası iş süreçlerini birbirine bağlayan e-ticaret türüdür. Örneğin, tedarikçi ile bayiler arasında siparişlerin internet üzerinden yapılması, süreçlerin internet üzerinden yürütülmesi buna en güzel örnektir.

B2C ise örneği gün geçtikçe artan bir e-ticaret modelidir. En büyük örneği Amazon tüm dünyadaki tüketicilerin hemen her ihtiyaçlarının karşılanabildiği e-ticaret sitesidir. İş sahibi bu sayede ulaşamadığı milyonlarca müşteriye ulaşmaktadır.

### **Müşteri temelli elektronik ortamda alış veriş modelleri**

- Kredi kartı ile alışveriş modeli ; bu iş için mal ve hizmet verenlerin ticari kuruluş olma şartları aranmaktadır.
- EFT ticari boyutta işletme olmayan daha çok bireysel alış veriş karşılıklı değiş tokuş amacıyla işlemlerde kullanılmaktadır.

EFT uygulamasında hukuki açıdan elektronik ticaret olarak tam dikkate alınmaz çünkü tek taraflı para gönderimi sonrası karşı taraf bana olan borcunu yolladı diyerekten kendini savunabilir. Bu durumun alternatifi olarak EFT yi aracı bir hesaba aktarılması yani havuzda onay bekletme modeli bazı sitelerde kullanılır. Aracı tarafsız bir ticari kuruluş tarafından bu yöntem oldukça sıkça kullanılmaktadır.

### **E-Ticaret'te taraflar**

E ticareti bir mal ya da hizmet üreten her tüzel kişi yapabilir. Bilhassa imalat sektöründe faaliyet gösteren firmalar için ucuz ve sürekli satış getiren bir pazar olarak e-ticaret tercih edilmelidir. Aynı şekilde ülkeye yurtdışından mal ithal eden, ithal ettiği malların az bulunur olmasına önem gösteren şirketler için e ticaret bulunmaz fırsattır. Çünkü ülkenin her tarafında, ürünleri ile ilgili, müşterilerine bıkmadan usanmadan yüzlerce sayfalık doğru bilgi verebilecek 7 gün 24 saat çalışan bir mağazası ve personeli var demektir.

### **E-Ticarette taraflar dört ayrı başlıkta incelenmektedir;**

**Firma-Firma:** Firmaların elektronik ortamda tedarikçiye sipariş vermesi, faturalarını temin etmesi ve bedellerini ödemesi bu bölümde değerlendirilmektedir. 1999 yılı verilerine göre; Firma-Firma kategorisindeki ticari işlemler, E-Ticaret cirosunun %90'nını oluşturmaktadır.

**Firma-Müşteri:** www teknolojisindeki hızlı gelişmeler sonucunda ortaya çıkan Sanal Mağaza uygulamaları ile İnternette firmalar elektronik ortamda; bilgisayardan otomobile, kitapdan pizzaya birçok ürünün doğrudan tüketiciye satışını yapmaya başlamıştır.

**Firma-Kamu :** Firmalar ile kamu kuruluşları arasındaki ticari işlemleri kapsayan bu b6l6mde kamu ihalelerinin İnternette yayınlanması ve firmaların elektronik ortamda teklif vermeleri ilk 6rnekleri oluşturmaktadır. E-Ticaretin yaygınlaşmasını desteklemek amacı ile kamunun vergi 6demeleri, g6mr6k işlemleri de sanal d6nyaya taşınmaktadır.

**Birey-Kamu :** Hen6z yaygın 6rnekleri olmayan bu kategoride ehliyet, pasaport başvuruları, sosyal g6venlik primleri ile vergi 6demeleri, vb. uygulamalar ile Elektronik Devlete ge6için sağlanması planlanmaktadır. İngiltere h6k6meti, 2005 yılında t6m kamu hizmetlerinin elektronik ortamda yapılabilceği ve Elektronik Devlet'e ge6için tamamlanacağını duyurmuş, 2012 yılına kadar ise t6m okul ve k6t6phanelerin İnternet bağlantılarının sağlanması planlanmaktadır. Avustralya da bir6ok kurum internet 6zerinden servis vermektedir.