

## TİCARETİN YENİ ŞEKLİ E-TİCARET! PEKİ HAKKINDA NE BİLİYORUZ?



Pınar ELMAS



Küreselleşmeyle beraber, dev işletmeler için uluslararası pazarlarda geleneksel yöntemlerle (büro açmak, dağıtıcı bulmak, bağlantı kurmak..vb) iş yapabilmek, bunun için gereken kaynaklara sahip olmayan küçük/orta ölçekli işletmelerin (KOBİ) hayatta kalmalarını zorlaştırmaktadır.

Eskiden beri en büyük problemleri; “ürettikleri ürünün satılabilmesi için hedef kitleye ulaşabilmelerini sağlayacak pazarlama kanalları bulmak” olan küçük işletmelerin yeni düzene adaptasyonları rekabet için tek şanslarıdır.



İnternet, işte tam bu noktada KOBİ'lere etkili ve ucuz bir pazarlama kanalı sunarak, tüm dünyada milyonlarca kişi ve kuruluşu hedefleyebilmelerini sağlamaktadır.

Ülkemiz için giderek daha önemli bir yer kazanan e-ticaretin, önümüzdeki dönemde Türkiye’de de pek çok işletmenin birçok işlemi elektronik ortamda gerçekleştirmeye başlamaları ile daha da önemli hale geleceği açıktır.

Bu nedenle KOBİ'lerin, elektronik ortamdaki uzak kalarak hayatta kalmaları giderek daha zor hale gelecektir.

O halde elektronik ticaret için gerekli altyapı çalışmalarının ivedilikle tamamlanmasının, yeniçağın artan rekabet koşullarında KOBİ'ler için bir zorunluluk olduğu söylenebilir.

### Elektronik Ticaret Nedir?

Bilindiği gibi “ticaret” kelimesi dar anlamıyla, “mal veya hizmetin satın alımı ve satışı” işlemlerini kapsamaktadır. Bu eylemin ve eyleme götüren sürecin elektronik ortamda, gerçekleşmesi ise “e-ticaret” kavramını ortaya çıkarmıştır.

Müşteri beklentilerindeki ve küresel rekabetteki artış, iş dünyasını değişime ayak uydurmaya zorlamakta, firmalar uyum sağlamak için organizasyonlarını ve çalışma tarzlarını değiştirmekte, firma-müşteri-tedarikçi arasındaki çalışmaktadırlar.



İnternetin insan hayatına girmesiyle birlikte ticaret, sanal ortama taşınmış, müşterilerin taleplerine geniş seçenek yelpazesinden kolayca ulaşmaları sağlanmıştır.

Elektronik ticaret konusunda birbirinden farklı pek çok tanıma rastlanmaktadır. Buna göre elektronik ticaret;

Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ)'ne göre; mal ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımlarının telekomünikasyon ağları üzerinden yapılmasıdır.

Birleşmiş Milletler Yönetim, Ticaret ve Ulaştırma İşlemleri Kolaylaştırma Merkezine (UN-CEFACT) göre, iş, yönetim ve tüketim faaliyetlerinin yürütülmesi için yapılanmış ve yapılmamış iş bilgilerinin, üreticiler, tüketiciler ve kamu kurumları ile diğer organizasyonlar arasında elektronik araçlar (elektronik posta ve mesajlar, elektronik bülten panoları, www teknolojisi, akıllı kartlar, elektronik fon transferi, elektronik veri değişimi vb.) üzerinden paylaşılmasıdır.

Avrupa Komisyonuna göre ise; işletme faaliyetlerinin, (metin, ses ve video olarak) elektronik olarak işlenmesine ve aktarımına dayanmaktadır.

Japonya Elektronik Ticaret Merkezi'ne göre (ECOM); her türlü bilgisayar ağları üzerinden, ürünün tasarımı, üretilmesi ve tanıtımın yapılması ile ticari muameleler ve hesapların ödenmesi gibi tüm faaliyetlerin yerine getirilmesidir.

Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK) Hukuk Çalışma Grubunun tanımına göre: bireyler ve kurumların, açık ağ ortamında (internet) ya da sınırlı sayıda kullanıcı tarafından ulaşılabilen kapalı ağ ortamlarında (intranet) yazı, ses ve görüntü şeklindeki sayısal bilgilerin işlenmesi, iletilmesi ve saklanması temeline dayanan ve bir değer yaratmayı amaçlayan ticari işlemlerin tümünü ifade etmektedir.

Bunlar elektronik ticaret için yapılan tanımlardan birkaçıdır. E-ticaretin tanımı konusunda farklı ülkelerin kuruluşları tarafından farklı tanımlar ortaya konmaktadır.

Ancak e-Ticaret konusunda en yaygın genel kabul görmüş tanım OECD tarafından 1997’de yapılan tanımdır.

OECD’ye göre e-ticaret, aşağıdaki eylemleri kapsayan bir süreç olarak tanımlanmaktadır;

- ✚ Firmalar hakkında ticaret öncesi elektronik ortamda araştırma yapılması, bilgilenilmesi,
- ✚ Tarafların elektronik ortamda buluşması,
- ✚ Ödeme sürecinin yerine getirilmesi,
- ✚ Taahhüdün yerine getirilmesi, mal veya hizmetin müşteriye teslimi,
- ✚ Satış sonrası bakım, destek vb. hizmetlerin temin edilmesi.

Bu tanımlar sadece satıcı ile alıcı arasındaki ilişkileri kapsamamakta, oldukça geniş ve çok yönlü ilişkileri, aynı zamanda muhtemel tüm ticari işlemleri kapsamaktadır. Dolayısıyla ticari sonuçlar doğuran ya da ticari faaliyetleri etkileyen ve destekleyen eğitim, tanıtım, reklam, kamuoyunu bilgilendirme gibi araçlar için elektronik ortamda yapılan işlemler de elektronik ticaret kapsamında değerlendirilmektedir.

E-ticaret, ticari faaliyetin cereyan ediş biçimine göre; “doğrudan ve dolaylı e-ticaret” olarak ikiye ayrılmaktadır. Dolaylı e-ticaret yönteminde, malların siparişi elektronik ortamda verilmekle birlikte, teslimat işlemleri geleneksel yollarla yapılmaktadır. Doğrudan e-ticaret yönteminde ise, sanal olarak da adlandırılan gayrifiziki mal ve hizmetlerin siparişi, teslimi ve bedelinin ödenmesi yine elektronik ortamda gerçekleştirilmektedir.

### Elektronik Ticaretin Araçları

Elektronik ticaretin temel araçları: Telefon, faks, televizyon, bilgisayar, elektronik ödeme ve para transferi sistemleri, elektronik veri değişimi (Electronic Data Interchange-EDI), sayısal televizyon, internet, telekomünikasyon ve GSM olarak sayılabilir.



E-ticaret kavramı çoğu zaman internet ve diğer ağlar üzerinden yapılan ticaret olarak algılansa da, yukarıda sayılan araçlarla çok daha geniş kavramı ifade eder. Ancak, internet ve elektronik veri değişimi (EDI) elektronik ticaret açısından diğer araçlara göre daha önemli ve gelecekte daha yoğun kullanılacak bir niteliğe sahiptir.

Kuşkusuz günümüzde elektronik ticaretin temel aracı internettir. İnternetin diğer elektronik ticaret araçlarına göre en çok öne çıkan yanı, hız ve önemli bir maliyet avantajı sağlamasıdır. İnternet aracılığıyla yapılan işlemlerin maliyeti diğer araçlara göre oldukça düşüktür.

İnternet, olumlu yanlarına karşın, yapısı itibarıyla; ifade özgürlüğünün kullanıldığı, çok sıkı hukuki sınırlamalara ve denetime imkan vermeyen bir alan olarak çözülmesi gereken birçok sorunu da beraberinde getirmektedir.

Diğer yandan, internette teknik standartların belirsizliği, işlemlerin yasal düzeni, sözleşmenin kurulması, hükümsüzlüğü, bilginin güvenlik ve gizliliği, elektronik imza, internet faaliyetlerini düzenleme ihtiyacı ve devletin rolü, vergilendirme, internet işlemlerinin usul hukuku açısından durumu, tüketicinin korunması, internetin temel sorunlardan bazılarıdır.

### Elektronik Ticaretin Kapsamı

Elektronik ticaret; mal ve hizmetlerin elektronik alışverişi, üretim planlaması yapma ve üretim zinciri oluşturma, tanıtım, reklam ve bilgilendirme, sipariş verme, anlaşma ve sözleşme yapma, elektronik banka işlemleri ve fon transferi, elektronik konşimento gönderme, gümrükleme, üretim ve sevkiyat izleme, tasarım geliştirme ve mühendislik, kamu alımları, elektronik para ile ilgili işlemler, borsa, ticari kayıtların tutulması ve izlenmesi, pazarlama, sayısal imza, elektronik noter, sayısal içeriğin anında dağıtımı, bilgi oluşturma ve aktarma, vergi ödemeleri, fikri, sınai ve ticari mülkiyet haklarının korunması ve transferi gibi işlemleri kapsamaktadır.



### Elektronik Ticaretin Tarafları

Elektronik ticaretin tarafları; ürün ve hizmet satın alanlar, özel sektör kuruluşları, tüm kamu kurum ve kuruluşları olarak sayılabilir. İnternet kullanımına uygun telekomünikasyon alt yapısı ile kamu ve özel kuruluşların bilgisayar donanım ve yazılım projelerini gerçekleştirmeleri de dahil, ulusal kurumlarca yerine getirilmesi gereken birçok görev bulunmaktadır.

Elektronik ticaretin tarafları olan kamu ve özel sektör kuruluşları, gerekli kurumsal, idari ve teknik alt yapıyı ve hukuki düzenlemeleri ivedilikle gerçekleştirebildikleri ölçüde uluslararası piyasalarda rekabet edebilirler ve ticarete üstünlük sağlayabilirler.

Bu noktada, e ticarete tarafları dört başlıkta incelemek mümkündür:

#### İşletme-Kamu:

İşletmeler ile kamu kuruluşları arasındaki elektronik ortamda yapılan ticari işlemlere örnek olarak; kamu ihalelerinin internette yayınlanması ve işletmelerin elektronik ortamda teklif vermeleri sayılabilir.



#### Birey-Kamu:

Elektronik ortamdaki birey-kamu ilişkilerine; ehliyet, pasaport başvuruları, sosyal güvenlik primleri ile vergi ödemeleri...vb. uygulamalar örnek olarak verilebilir.

### **İşletme-Müşteri:**

İnternet teknolojisindeki hızlı gelişmeler sonucunda ortaya çıkan sanal mağaza uygulamaları ile internette işletmeler elektronik ortamda; bilgisayardan otomobile, kitaptan pizzaya birçok ürünün satışını yapmaya başlamıştır.

### **İşletme-İşletme:**

İşletmeler elektronik ortamda; tedarikçilere sipariş verebilmekte, faturalarını temin edebilmekte, bedellerini ödeyebilmekte, stok takibini sağlamakta ve bayileriyle senkronizasyonu sağlayabilmektedirler.

İşletmeden işletmeye yönelik e-ticaret modelindeki amaç; otomasyonlandırılmış sistemlerin ortaklaşa iş yapılan birimlere (üretici-işletme, tedarikçi-işletme, bayiler, mağazalar, departmanlar vb. ) entegrasyonu ile ürün, hizmet ve bilginin işletmeler arasında satışını, kullanımını ve paylaşımını sağlamaktır.

### **Elektronik Ticaretin Olumlu ve Olumsuz Etkileri**

#### **Olumlu Etkileri**

- Pek çok işletme, internet sayesinde minimum maliyetle ve hızlı şekilde hedef kitlelerine ulaşabilmekte, ürünlerini pazarlayabilmektedir.
- Ulusal ve uluslararası ticari işlemlerin elektronik ortamda yürütülmesi (üretici, satıcı, alıcı, aracı, gümrük idaresi, sigortacı, nakliyecisi, bankalar ve diğer kamu kurumları kapsamında) zamanın etkin kullanılmasını sağlamaktadır. Böylece ürünlerin sipariş edilmesi ile teslimi arasında geçen süre asgariye inmekte, zamandan kaynaklanan maliyetler ile stok maliyetleri düşmektedir.
- Elektronik ticarete ihtiyaç duyulan belgeler elektronik ortamda hazırlanmakta, böylece işlemlerin hata ihtimalleri ve kırtasiye masrafları minimuma inmektedir.
- E-ticaret mal ve hizmet piyasalarının yapısını değiştirerek; yeni ürünlerin, pazarlama ve dağıtım tekniklerinin geliştirilmesine yol açmakta, pazar talep ve ihtiyaçlarındaki değişikliklere hızla yanıt verebilmeyi olanaklı kılmaktadır.
- E-ticaret, pazar alanını genişletmiş ve ekonomik yoğunlaşmaya yol açmıştır. Böylece uluslararası ticaretten daha çok pay alınmasını sağlamıştır.
- Maliyetlerin düşük olması nedeniyle, e-ticaret işletmelere, ulusal ve uluslararası düzeyde rekabet üstünlüğü sağlamakta ve rekabeti artırmaktadır.
- Tüketiciler için işlem maliyetleri ve nakliye masrafları düşmektedir. Tüketiciler evlerinden çıkmadan, zaman, enerji ve yol masraflarından tasarruf ederek sanal mağazalardan alışveriş yapabilmektedirler.

- Tüketiciler internet sayesinde, yeni mamül ve ürün bilgilerine kolay ulaşabilmekte, bilgi sahibi olmakta ve alternatif ürünleri karşılaştırarak, kolayca satın alabilmektedir.
- Yeni tüketici memnuniyeti ve yeni işgücü profilleri e-ticaretin getirdiği yeniliklerdendir.
- E-ticaret (internet), yeni birçok iş, görev ve unvanlar ortaya çıkarmıştır. Bu iş alanları internet servis ve içerik sağlayıcıları, web sayfası hazırlayıcıları gibi doğrudan internete ilişkin hizmetler olabileceği gibi, insanların evlerinde oturarak internet üzerinden hizmet üretmeleri de olabilmektedir.
- E-ticaret, ekonomik bir olgu olmasına karşın, sosyal ve politik yaşamı etkilemektedir. Ekonominin bilgi ve bilgiyi yönetme temeline dayanması, eğitim, kültür, sağlık ve sosyal güvenlik gibi alanlarda da internet kullanımını yaygınlaştırmıştır.
- Bilgisayar yoluyla veri tabanlarına kolay ulaşım ve e-posta, geleneksel eğitim ve öğretim alışkanlıklarını değiştirmektedir. Geleneksel sınıflar yerini sayısal ve sanal ortama bırakmış, öğretim gören öğrenciler bilgiye çok daha hızlı ve kolay ulaşma imkanı bulmuşlardır. İnternet bu anlamda bilgiye ulaşmanın önündeki engelleri ortadan kaldırmıştır.
- E-ticaret, işletmeler arası verinin paylaşılmasına, işletme çalışanlarının işbirliğine, koordinasyonuna, müşterilerin öneri ve taleplerinin değerlendirilmesine büyük ölçüde kolaylıklar getirmiştir.

### **Olumsuz Etkileri**

- E-ticaret, bilim ve teknolojiyi üreten, süratle ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştüren gelişmiş ülkeler ile endüstri toplumu olmadan bilgi toplumu olmaya çalışan geri kalmış ve gelişmekte olan ülkeler arasındaki refah düzeyi farkını daha da artıracaktır.
- Elektronik ticaret (internet), bir yandan yeni iş alanları, görev ve unvanlar ortaya çıkarırken, geleneksel ticarete rol alan bazı unsurların ortadan kalkmasıyla işsizliği artıracaktır.
- Elektronik ticaret ve internet işlemleri ile ilgili bir diğer önemli konu yasal düzenleme yetersizliği ve belirsizliğidir. E-ticaret, internetin teknik yapısı itibari ile denetime müsait nitelikte değildir. İnternetin hukuki anlamda bir sahibi yoktur; belli bir işleticisi ve/veya yöneticisi de yoktur. İnternet kullanımı için herhangi bir yasal başvuru veya ortaya çıkabilecek suiistimalleri, usulsüzlükleri denetleyip, yaptırım uygulayacak merkezi bir otorite yoktur. İnternetin bu niteliği dikkate alınmalı ve burada yapılacak işlemlerin güvenliği için çözüm üretilmelidir.
- E-Ticaretteki belki en önemli sorunu, elektronik fon transferi, elektronik para, kredi kartları, elektronik ödeme araçları oluşturmaktadır.

- Dünya üzerinde internetin gittikçe yaygınlaşması sonucu, ticaretin de bu yeni iletişim kanalında yapılmaya başlaması, üretici ve tüketicilere yeni alım ve satım olanakları sunmuş, buna bağlı olarak da yeni ödeme şekilleri doğmuştur. Elektronik para bu gelişmeler sonucu ortaya çıkmış, önemli bir ödeme aracı olarak kullanılmaya başlanmıştır.
- E-para, kişide bulunan elektronik bir araca yüklenmiş bir mali değer veya kişisel fonu ifade eder. E-parayı şu anda yaygın olarak kullanılan kredi ve borç kartlarından ayıran en büyük özellik, e-para kullanımı sırasında provizyon veya benzeri bir sorgulama işleminin olmamasıdır.
- Elektronik para uygulamalarının gerçekleştirilmesi için güvenlik sorunlarının giderilmesi, gerekli hukuki ve kurumsal yapının oluşturulması, para ve mali politikalarla vergilendirme ile ilgili sistemlerin e-para kullanımına uygun hale getirilmesi gereklidir.
- Elektronik ticaret, son derece gelişmiş iletişim şebekesine, bilgisayarlara ve bilgi teknolojilerine dayanmaktadır. Elektronik ticaret ölçeğinin büyümesi altyapı sorunlarını da birlikte getirmiştir.

## Ya Türkiye?

Elektronik ticaret konusunda pek çok ülke ve uluslararası kuruluş çalışmalarını sürdürmektedir. Elektronik ticaret (e-ticaret) olgusunun dinamik bir yapıya sahip, bilişim ve iletişim sektörlerindeki gelişmelerden sürekli etkilenir nitelikte olması nedeniyle, e-ticaret hukuksal alt yapısını tamamlamış örnek bir ülke olmadığı gibi, uluslararası platformlarda sorun yaşanan birçok alanda yapılan tartışmalar da devam etmektedir. Bu nedenle, Türkiye gibi gelişmekte olan ülkelerin, gelişmiş ülkelere göre geride kaldığı söylenemez. Ancak, elektronik ticarete yaşanan hızlı gelişmeler, ülkemizde, fiziki altyapı eksikliklerinin hızla tamamlanmasını ve gerekli hukuksal yapıya ilişkin çalışmaların bir an önce tamamlanmasını zorunlu kılmaktadır.

Türkiye dünya coğrafyasında merkezi konuma sahip bir kavşakta yer almaktadır. Bu durum Türkiye'ye stratejik bir üstünlük sağlamıştır. Türkiye, Avrasya kıtasının merkezinde bulunmanın avantajını, bölgenin iletişim ağlarının geçit noktası olmak için kullanılmalı ve bu yolla küresel elektronik ticarettten alacağı payı maksimize etmelidir. Türkiye, ulusal enformasyon altyapısını hazırlama konusunda her gün biraz daha ilerleme kaydetmektedir.

Endüstrileşmiş ülkelerin politika belgelerinde, bilgi toplumuna erişmek sanayileşme sürecinin yeni bir aşaması olarak görülmektedir. Bilgi toplumuna doğru değişimin, dönüşümün temel unsuru da, bilgi ve iletişim teknolojilerinin en üst düzeyde üretilmesi ve kullanılması olmaktadır.

## Kaynaklar:

- Göktürk ÖZDOĞAN (Selçuk Üniversitesi-Hukuk Fakültesi)
- E-Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler-Önder CANPOLAT (T.C Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Hukuk Müşavirliği)