

**T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**ELEKTRONİK TİCARETİN KÜÇÜK ÖLÇEKLİ
İŞLETMELER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

Yüksek Lisans Tezi

**Sevinç YALÇIN
1350Y71112**

İstanbul, 2016

**T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME YÜKSEK LİSANS PROGRAMI**

**ELEKTRONİK TİCARETİN KÜÇÜK ÖLÇEKLİ
İŞLETMELER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ**

Yüksek Lisans Tezi

**Sevinç YALÇIN
1350Y71112**

Danışman: Yrd. Doç. Dr. Fatma Serab Onursal

İstanbul, 2016

T.C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ONAY SAYFASI

Yüksek lisans öğrencisi *Sevinç Yalçın*'ın "*Elektronik Ticaretin Küçük Ölçekli İşletmeler Üzerindeki Etkisi*" konulu tez çalışması jürimiz tarafından Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans tezi olarak (oybirliği / oyçokluğu) ile başarılı bulunmuştur.

Adı – Soyadı

İmza

Tez Danışmanı

: Yrd. Doç. Dr. F. SERAP ONURSAL



Jüri Üyesi

: PROF. DR. SEMRA BİNGÖL



Jüri Üyesi

: DOÇ. DR. ALİ GÖRENER



Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İTİCÜ Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamıyla uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesinin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İTİCÜ Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamıyla uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesinin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.



ÖZET

Bu araştırmanın amacı, elektronik ticaretin KOBİ'ler üzerindeki etkilerini ortaya çıkarmaktır.

Bu araştırma kapsamında veri elde edebilmek için gıda sektöründe faaliyetlerini sürdüren ve elektronik ticaret gerçekleştiren KOBİ firmalarının kurucu yöneticileri ile derinlemesine mülakat çalışması gerçekleştirilmiştir. Derinlemesine mülakat görüşmesi gerçekleştirilebilmesi için gerekli görüşmeler gerçekleştirilmiş ve onaylar alınmıştır. Daha sonra firmaların kurucu yöneticileri tarafından belirlenen zamanda mülakat görüşmesi gerçekleştirilmiştir. Mülakat kapsamında konu ile alakalı 17 soruya ve bu soruların ardından cevaplayıcıları tanıyabilmek adına sorulan 5 adet kişisel soruya yer verilmiştir. İlgili sorulara cevaplayıcılar önderliğinde verilen cevaplar göz önünde bulundurulmak suretiyle bir değerlendirmede bulunulmuştur.

Gerçekleştirilen mülakat çalışmasından elde edilen veriler ışığında elektronik ticaret'in KOBİ'ler üzerinde itici bir güce sahip olduğu neticesine ulaşılmıştır. Özellikle pazar payını artırması, maliyetleri aşağı çekmesi, satış hacmini yükseltmesi ve lojistik süreçleri hızlandırarak müşteri memnuniyetini artırması, daha geniş kitlelere ulaşılabilmesine olanak tanınması sebebiyle KOBİ kuruluşlarını elektronik ticaretin yönlendirdiğini belirtmek gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Elektronik Ticaret, KOBİ, Derinlemesine Mülakat, Gıda Sektörü

ABSTRACT

The purpose of this research is to ascertain the impact on SMEs of electronic commerce. In order to obtain data through surveys continue its activities in the food sector and electronic commerce performs SME companies of the founding executives with in-depth interview study. Interview interviews were carried out with the necessary negotiations to be conducted and approvals then determined by the founding executives of firms also interview was conducted. Relevant to the subject covered by interviewing 17 questions and that in order to recognize the respondents following the question asked 5 personal questions where question to respondents responses under the leadership has been an assessment by considering.

Conducted interviews of electronic commerce in the light of the data obtained from the study to increase the market share to the result to have a driving force on SMEs, the costs dragged down sales volume of the upgrade and logistics processes, accelerating the improvement of customer satisfaction because it allows to be accessible to a wider audience SME organizations to indicate that direct electronic commerce is required.

Key Words: Electronic Commerce, SMEs, In-depth Interviews, Food Sector

İÇİNDEKİLER

Sayfa No.

Özet.....	iv
Abstract.....	v
Tablolar Listesi.....	viii
Kısaltmalar.....	ix
GİRİŞ.....	1
1. ELEKTRONİK TİCARET.....	3
1.1. Elektronik Ticaretin Tanımı.....	3
1.2. Elektronik Ticaretin Tarihsel Gelişim Süreci.....	8
1.3. Elektronik Ticaretin Araçları.....	12
1.3.1. Elektronik Veri Değişimi (EDI).....	13
1.3.2. İnternet.....	15
1.3.3. Televizyon.....	16
1.3.4. GSM.....	18
1.4. Elektronik Ticaret Çeşitleri.....	19
1.4.1. B2B (İşletmeden İşletmeye).....	20
1.4.2. B2C (İşletmeden Müşteriye).....	21
1.4.3. C2C (Müşteriden Müşteriye).....	23
1.4.4. B2G (İşletmeden Devlete).....	26
1.4.5. C2G (Müşteriden Devlete).....	27
1.5. Elektronik Ticarete Güvenlik.....	29
1.5.1. SET (Secure Electronic Transaction).....	29
1.5.2. SSL (Secure Socket Layer).....	33
1.6. Elektronik Ticaret ve Ödeme Şekilleri.....	35
1.6.1. EFT (Elektronik Fon Transferi).....	35
1.6.2. Kredi Kartı.....	38
1.6.3. Elektronik Para.....	40
1.7. Elektronik Ticaret Esnasında Ortaya Çıkan Sorunlar.....	42
1.7.1. Finansal Sorunlar.....	43
1.7.2. Altyapı Sorunları.....	43
1.7.3. Yasal Sorunlar.....	44
2. KOBİ KAVRAMINA KAVRAMSAL YAKLAŞIM.....	46
2.1. KOBİ Kavramının Tanımı ve Önemi.....	46
2.2. KOBİ'lerin Sınıflandırılması.....	58
2.3. KOBİ'lerin Avantaj ve Dezavantajları.....	60
2.4. KOBİ'lerin Ekonomiye Katkıları.....	64
2.4.1. Yenilik Hareketleri.....	68
2.4.2. Esneklik.....	69
2.4.3. İstihdam.....	70
2.4.4. Büyük Kuruluşlara Ara Malı Temini.....	71

2.5. KOBİ'lerin Karşılaştıkları Sorunlar.....	72
2.6. KOSGEB Kredileri.....	79
2.6.1. Yeni Girişimci Desteği.....	81
2.6.2. KOSGEB Danışmanlık Desteği.....	84
2.6.3. Yerel Ekonomik Araştırma Desteği.....	86
2.6.4. KOSGEB Özel Eğitim Desteği.....	87
2.6.5. Teknoloji Araştırma ve Geliştirme, Yenilik ve Endüstriyel Destek.....	88

3. ELEKTRONİK TİCARETİN KÜÇÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ..... 91

3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi.....	91
3.2. Araştırmanın Kısıtları.....	92
3.3. Araştırmada Yararlanılan Veri Toplama Araçları.....	92
3.4. Derinlemesine Mülakat Görüşmesinde Yöneltilen Sorulara Cevaplayıcı Tarafından Verilen Cevaplar.....	94

BULGULAR VE YORUMLAR.....	117
SONUÇ.....	118
EKLER.....	120
KAYNAKÇA.....	123

TABLolar LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1. Türkiye’de 2015 Yılı EFT Toplam İşlem Hacmi.....	38
Tablo 2. Son 5 Yıl Bazında Türkiye’de Kredi Kartı Kullanım Adetleri.....	40
Tablo 3. AB Önderliğinde İleri Sürülen KOBİ Tanımı.....	51
Tablo 4. Türkiye Önderliğinde İleri Sürülen Uyumlaştırılmış KOBİ Tanımı.....	52
Tablo 5. Bazı Ülkeler Bazında KOBİ Dağılımı ve Ekonomiye Katkıları.....	64
Tablo 6. Yeni Girişimci Desteği Hususunda Birtakım Rakamsal Değerler.....	83
Tablo 7. KOSGEB Tarafından Sağlanan Danışmanlık Hizmetleri.....	84
Tablo 8. Bir KOBİ olarak KOBİ dendiğinde aklınıza gelen ilk üç şeyi belirtiniz?.....	94
Tablo 9. KOBİ olmak sizin için ne anlam ifade ediyor? KOBİ olmak sizin için bir fırsat teşkil ediyor mu?.....	95
Tablo 10. KOBİ’lerin ülke ekonomisini kalkındırması konusundaki görüşleriniz nelerdir?.....	97
Tablo 11. KOBİ’lerin genel olarak sahip oldukları avantaj ve dezavantajlar nelerdir, bunların sebeplerini açıklayınız?.....	98
Tablo 12. Sizce KOBİ’ler sektör bazında ne gibi problemlerle yüz yüze kalmaktadır ve çözüm için neler yapılması gerekmektedir?.....	99
Tablo 13. Elektronik ticaret’in gelişimi ve KOBİ’lere sağladığı katkılar hususunda görüşleriniz nelerdir?.....	100
Tablo 14. Bir KOBİ işletmesi olarak elektronik ticaret konusunda ne gibi politikalar benimsemektesiniz?.....	102
Tablo 15. Elektronik Ticaret gerçekleştiren KOBİ’lerin sahip oldukları avantaj ve dezavantajlar nelerdir?.....	103
Tablo 17. Elektronik Ticaret KOBİ’ler açısından ne gibi fırsatların oluşumuna katkıda bulunmaktadır?.....	106

Tablo 18. Elektronik Ticaret'in bir KOBİ işletmesi olarak bulunduğunuz sektör içindeki payı nedir?.....	107
Tablo 19. Elektronik ticaret hususunda KOBİ olarak tanımlanan diğer rakipleriniz arasında konumunuz nedir ve elektronik ticaret size rekabet üstünlüğü konusunda katkıda bulunmakta mıdır?.....	108
Tablo 20. Bir KOBİ işletmesi olarak elektronik ticaret konusunda hedefleriniz, stratejileriniz nelerdir? İlerleyen dönemde bulunmak istediğiniz nokta neresidir?.	109
Tablo 21. Elektronik Ticaret'in toplam ticaret hacminiz içerisindeki payı nedir? (Tahmini Rakam-Yüzde).....	111
Tablo 22. Sektörel bazda gerçekleştirdiğiniz elektronik ticaret hususunda karşılaştığınız sorunlar ve uyguladığınız çözüm yolları hakkında bilgi veriniz?.....	112
Tablo 23. Ticari faaliyetleriniz kapsamında KOSGEB öncülüğünde sağlanan desteklerden faydalaniyor musunuz?.....	113

KISALTMALAR

a.g.e. : Adı geçen eser

AB : Avrupa Birliği

C. : Cilt

KOBİ : Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler

KOSGEB: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi

OECD: Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı

s. : Sayfa

S. : Sayı

vb. : Ve benzeri

vs. : Vesaire

B2B :Business To Business

B2C :Business To Consumer

C2C :Customer To Customer

B2G :Business To Government

C2G :Consumer To Government

SET :Secure Electronic Transaction

SSL :Secure Socket Layer

EFT :Elektronik Fon Transferi

GİRİŞ

Son dönemde hızlı bir süreç bağlamında küreselleşen ve tek bir pazar haline gelen Dünya'mızda günden güne önem ihtiva etmekte olan gelişim ve değişimler yaşanmaktadır. Bu gelişim ve değişimler arasında en büyük öneme sahip kavramlardan bir tanesi olarak ise karşımıza elektronik ticaret kavramı çıkmaktadır. Geçmiş dönemde büyük emekler, zaman ve maliyetler çerçevesinde klasik yöntemler bağlamında gerçekleştirilen ticari faaliyetler günümüz koşullarında artan bir ivme kapsamında gelişimini sürdürmekte olan elektronik ortam vasıtası ile kısa sürede ve minimum maliyetler çerçevesinde yürütülebilme imkânına kavuşmuştur.

Elektronik ticaret günümüz koşullarında hayatın her alanına yayılmış ve yayılmaya da devam eden bir alan olarak kabul edilmektedir. Elektronik ortama taşınan ticari etkinlikler neticesinde en değerli kaynak olarak tanımlanan zamanın verimli kullanılabilmesi sağlanabilmekte ve süreç olabildiğince optimal bir düzlemde hayata geçirilebilmektedir. Elektronik ticaret vasıtası ile satın alım süreçleri gereksiz maliyetlerden arındırılabilmekte ve uygun fiyatlar kapsamında alışveriş avantajları elde edilebilmektedir. Elektronik ticaret yalnızca ticari etkinliğin müşteri tarafına katkıda bulunmamakta buna ek olarak kurumsal anlamda da önemli katkılar sağlamaktadır. Bu noktada kurumsal anlamda en önemli katkı maliyet konusunda, fiziki anlamda mekân konusunda ve stoklar konusunda sağlanmaktadır.

Genel anlamda elektronik ticaretin hem Dünya düzleminde hem de Türkiye düzleminde günden güne gelişimini ve tercih edilebilirliğini artırdığı görülmektedir. İlerleyen dönemde sürecin daha dinamik ve büyük gelişmelere yöneleceği konusunda görüş bildirmek ise oldukça isabetli bir yaklaşım olacaktır.

KOBİ'ler özellikle son 20 yıllık süreç zarfında gelişimini ve sayılarını günden güne artıran grafiğe sahip kuruluşlar olarak kabul görmektedirler. Günümüzün hızla gelişen ve değişen buna bağlı olarakta sınırlarından arınan Dünya'sında KOBİ'lerin giderek önem kazandıkları, buna karşın büyük ölçekli işletmelerin ise önemlerini

kaybettikleri görülmektedir. KOBİ'lerin özellikle Türkiye gündeminde büyük yer işgal ettikleri ve kurumsal anlamda oluşumların büyük bölümünü teşkil ettikleri görülmektedir.

KOBİ'lerin ülkeler düzleminde ciddi anlamda kritik öneme sahip olduklarını belirtmek gerekmektedir. KOBİ'ler ekonomik ve ticari çevrelerce ülke ekonomilerinin itici gücü olarak kabul edilmektedirler. KOBİ'ler aracılığı ile işsizlik problemleri ile yüzleşmekte olan ülkelerin bu alanda yaşadıkları problemler çözüme kavuşturulabilmektedir. Bu bağlamda KOBİ'lerin ülkelerin ekonomik anlamda refah düzeyini yükselten ve geliştiren bir yapıya sahip oldukları açıktır. KOBİ'ler öncülüğünde büyük ölçekli kurumsal organizasyonların ara malı ve yan malı gereksinimleri karşılanabilmekte ve bu şekilde büyük ölçekli kuruluşların seri üretime girişebilmesinin önü açılmaktadır. Bu noktada KOBİ'lerin büyük ölçeğe sahip kuruluşlara destek sağlayan bir mahiyete sahip oldukları gözler önüne serilmektedir. Büyük ölçekli kuruluşlar KOBİ'ler tarafından rahatlatılmaları neticesinde işlerine odaklanabilmekte ve daha optimal bir yaşam döngüsüne sahip olabilmektedirler.

Devletler öncülüğünde KOBİ'lerin ülke ekonomisine sağladıkları bu katkılar göz ardı edilmemektedir. Ülke ekonomisini kalkındıran KOBİ'lere yönelik olmak üzere devletler öncülüğünde önem ihtiva etmekte olan teşviklerde ve katkılarda bulunmaktadır. En temel anlamda KOBİ'lere yönelik olarak KOSGEB kredileri ve destekleri sağlanmakta ve KOBİ'lerin gelişimi ve yayılımları bu şekilde sağlanmaktadır.

Bu çalışmanın birinci bölümü kapsamında son döneme damgasını vuran elektronik ticaret kavramına yönelik kavramsal bir çerçeve oluşturulmaktadır.

Çalışmanın ikinci bölümü kapsamında ise sayılarını ve gelişimlerini her geçen gün biraz daha artıran KOBİ kuruluşlarına odaklanılmaktadır. Bu bağlamda öncelikle KOBİ kavramının tanımı ve önemi konusunda bilgilendirmelerde bulunmaktadır.

Çalışmanın son bölümünde ise araştırma kapsamında gerçekleştirilen saha araştırmasından elde edilen verilere yer verilmektedir. Akabinde ise araştırma kapsamında gerçekleştirilen derinlemesine mülakat görüşmesinden elde edilen bulgulara yer verilmekte ve çalışma sonuç bölümüne bağlanarak sonlandırılmaktadır.

1. ELEKTRONİK TİCARET

Çalışmanın ilk bölümü kapsamında son dönemde büyük bir gelişim gösteren ve rağbet gören elektronik ticaret kavramına yönelik kavramsal bir yaklaşım oluşturulma çabası gösterilmektedir. Buradan hareketle bölüm içerisinde kavramın tanımına, tarihsel gelişim sürecine, araçlarına, çeşitlerine, güvenlik yaklaşımlarına, ödeme şekillerine ve son olarak elektronik ticaret sonucunda oluşan birtakım sorunlu durumlara değinilmekte ve çalışmanın ilk bölümü bu konuların açıklığa kavuşturulması ile birlikte sonuçlandırılmaktadır.

1.1. Elektronik Ticaret'in Tanımı

Elektronik ticaret kavramı özellikle son 20 yıl içerisinde büyük ivme kazanan ve günümüzde de, günden güne gelişimini sürdüren bir ticaret şekli olarak karşımıza çıkmaktadır. Elektronik ticaret vasıtası ile insanlar planladıkları ticari faaliyetlerini zaman ve parasal anlamda önemli avantajlar elde etmek suretiyle gerçekleştirebilmektedirler. Elektronik ticaret, gelişen teknolojinin bir yansıması olarak ortaya çıkmış ticari faaliyet şekli olarak kabul görmektedir. Bu bölüm kapsamında elektronik ticaret ile alakalı kavramsal bir yaklaşım benimsenmekte ve konu ile ilgili olarak gerçekleştirilmiş birtakım tanımlamalara yer verilmektedir.

Elektronik ticaret kavramı, akla gelebilecek hizmetler ile mamullerin tümünün elektronik ortamda etkin olarak kullanılmakta olan ve etkileşime imkân tanıyan çeşitli kanallar, internet teknolojisi ve gerek duyulan tüm teknolojik hamlelerden faydalanılması suretiyle alım ile satımlarını muhteviyatında barındırmakta olan kavramsal çerçeve çizmektedir. Alışverişe dönük aktivitelerin ödemelerinin internet teknolojisi vasıtası ile gerçekleştirilmesi, belirli hizmetler ile mamullerin üretim aşamasından, dağıtım aşamasına kadar geçen süreçlerinin tümünün elektronik olarak tabir edilen ortam kapsamında ve telekomünikasyon sistemlerinden faydalanmak suretiyle gerçekleştirilmesi sürecine “**elektronik ticaret**” veya kısa adıyla “**e-ticaret**”

adı verilmektedir. Bu ticari faaliyetlerin temel gayesi kâr olan ve olmayan tüm kuruluşları kapsayan bir içeriğe sahip olduğunu belirtmekte yarar görülmektedir.¹

İnternet konusunda sağlanan teknolojik gelişimler ile etkileşim konusunda destek sağlayan teknolojik gelişimlere paralel olarak küresel anlamda ekonomiye dönük tamamen yeni bir düzenin hakimiyet kazanmaya başladığı görülmektedir. Ortaya çıkan bu yeni düzen neticesinde, uzaklık kavramı ve yerellik deyişi unutulmaya yüz tutmuş, müşteriler ile satıcıların ticari etkinlikte bulunmak kısacası alışveriş gerçekleştirmek adına bir araya geldikleri pazarlar farklılaşmış ve sonuç olarak satış gerçekleştirenler tarafından global olarak tüm dünya pazarları bir bütün olarak düşünölmeye ve buradan yola çıkarak ticari faaliyetlerin elektronik ortama entegre edilmesine yönelim gösterilmiştir.²

Elektronik ticaret konusuna yönelik olarak literatür ekseninde birçok tanımlama gerçekleştirilmiştir. Farklı kuruluşlar tarafından bu alana yönelik olarak gerçekleştirilen tanımların ortak yönlerinden ve farklılaşan yönlerinden bahsedebilmek mümkündür. Bu tanımlamalardan çalışma açısından gerekli olarak görölenlere ayrıntılı bir şekilde yer verilmektedir.

Elektronik Ticaret Kurulu yani kısa adıyla ETİK (2007) öncülüğünde gerçekleştirilen tanıma göre elektronik ticaret, hizmetler ile mamullerin üretim safhasından, dağıtım safhasına ve son noktada ödeme işlemlerinin gerçekleştirilmesine kadar yaşanan süreçlerin tamamının ağ sistemleri öncülüğünde yürütölmesidir. Bu oluşuma göre elektronik ticaretin üç merhalesinden söz etmek olanak dâhilinde bulunmaktadır. Buna göre, belirli bir hizmet veya mamule yönelik olarak gerçekleştirilen pazara yönelik araştırmalar ile reklam çalışmaları, ilgili değere yönelik olarak verilen siparişler ve ilgili değerin dağıtılması, daha sonra ödeme işleminin gerçekleştirilmesi olarak üç merhaleden meydana gelen bir süreç ile karşı karşıya kalınmaktadır.³

¹Bilal Çoban, Sebahattin Devocioğlu ve Yunus Emre Karakaya, "Spor Sektöründe E-Ticaret", **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**, C. 8, S. 1 (2011), s. 1102.

²Halil Elibol ve Burcu Kesici, "Çağdaş İşletmecilik Açısından Elektronik Ticaret", Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S. 11 (2004), s. 305.

³Cemil Şetvan, "KOBİ'lerin Elektronik Ticarete Geçişleri ve Yaşadıkları Problemler", (Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2008, s. 24.

Devlet kurumlarından bir tanesi olan Hazine Dış Müsteşarlığı (2009)'nın tanımına göre elektronik ticaret, telekomünikasyon ağları vasıtası ile mamullerin tanıtımlarının gerçekleştirilmesi, bunun sonucunda mamullerin müşteriye satışlarının gerçekleştirilmesi, satışı gerçekleştirilen mamule dönük olarak biçilmiş pahanın ödemesinin gerçekleştirilmesi ve son aşamada ilgili mamulün müşterilere ulaştırılması adına dağıtım tabi tutulması aşamalarının tümüne verilmekte olan isimdir.⁴

Elektronik ticaret konusunda literatürde en fazla kabul gören tanım ise Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı yani bilinen adıyla OECD (2007) tarafından gerçekleştirilmiş tanım olarak kabul edilmektedir. Bu tanıma göre, dijital hale dönüştürülmüş bulunan belge, görüntü ve ses kayıtlarının iletimine ve işlenmesi süreçlerine odaklanan, kurumlar ile bireyleri alakadar etmekte olan ticarete dönük etkinliklerin bütününe “**elektronik ticaret**” adı verilmektedir.⁵

Dünya Ticaret Örgütü (1998) önderliğinde yapılan tanıma göre elektronik ticaret, hizmetler ile mamullerin üretimlerinin gerçekleştirilmesi, üretilen değerlerin reklamlarının yapılması, reklam sonucunda müşterilerin ilgili değerlere rağbet göstermesi ve satın alım davranışına yönelmeleri ve akabinde bu değerlerin dağıtım işlemine tabi tutulmasının çeşitli ağ sistemleri aracılığı ile gerçekleştirilmesine verilen isimdir.⁶

Avrupa Komisyonu (1997) tarafından elektronik ticaret konusunda yapılan tanım; kurumsal oluşumların ticarete yönelik etkinliklerinin elektronik ortam kapsamında gerçekleştirilmesidir. İlgili etkinlikler ses, belge ve görüntü konusunda hazırlanan dökümanların elektronik ortam kapsamında iletilmesi ile işlenmesi temeline oturmaktadır. Satın alımı gerçekleştirilen çeşitli değerlerin (hizmet veya mamul) dijital olmak suretiyle edinilmesi ve ödeme işlemlerinin gerçekleştirilmesi etkinliklerini içeriğinde barındırmaktadır. Bahsedilen etkinlikler eğitime dönük ve sağlığa dönük geleneksel olarak nitelendirilen etkinlikleri, çeşitli niteliğe sahip teçhizatlar ile ürünleri

⁴Ayhan Çarlıoğlu, “Elektronik Ticaret ve KOBİ’lerin İhracatında E-Ticaretin Önemi, Türkiye Örneği”, (Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Eskişehir, 2009, s. 4.

⁵Caner Altuntaş, “Elektronik Ticaretin Muhasebeleştirilmesi ve Vergilendirilmesi Sorunları, Bir Uygulama”, (İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2011, s. 4.

⁶Önder Canpolat, **E-Ticaret ve Türkiye’deki Gelişmeler**, Yayın No: 89, Ankara: T.C. Sanayi Bakanlığı Yayınları, 2001, s. 3.

ve bunlara ek olarak, hukuk ve finansa dönük hizmet kalemlerini muhteviyatında barındırmaktadır.⁷

Gerçekleştirilen bütün bu tanımlar, elektronik ticaretin, belirli bir kurumsal oluşum ile müşteriler arasında sürdürülen etkileşimlerin ve bu etkileşim çatısı altında gerçekleştirilen faaliyetlerin elektronik ortama taşınması olduğu yorumunda bulunabilmemize imkân tanımaktadır. Elektronik ortama taşınan ticari etkinliklerin oluşturulan ağ sistemleri aracılığı ile yürütüldüğünü ve devamlılığının sağlandığını belirtmek gerekmektedir. Bu tarz bir ticari etkinliğin ise satış ve satın alım işlemlerinde oluşan vakit kaybının minimize edilmesine olanak tanıdığını belirtmek mümkündür. Elektronik ticarete yönelik olarak gerçekleştirilen birtakım tanımlamaların ardından elektronik ticaretin ihtiva etmekte olduğu niteliklere de değinmekte fayda olduğu açıktır.

Ülkemiz kapsamında elektronik ticaret'i yönlendiren kuruluşlardan bir tanesi olarak karşımıza çıkan **“Türkiye Elektronik Ticaret Kurulu”** elektronik ticaretin bünyesinde barındırmakta olduğu nitelikleri şu şekilde paylaşmaktadır;⁸

- Kurumsal bir oluşum adına elektronik ortamda gerçekleştirilen ticari etkinlikler global anlamda faaliyetler yürütmenin temel taşı olarak kabul görmekte ve yerelden, evrensele açılan bir pencere olarak kabul edilmektedir.
- Yerel anlamda gerçekleştirilen faaliyetlerle sınırlanılmaması elektronik ticaretin temel dayanağıdır.
- Elektronik ticaretin gerçekten büyük ehemmiyet arz eden tarafı, ticaretin tarafları arasında vuku bulan etkileşimlerin ve alışveriş faaliyetlerinin tamamen interaktif bir düzlemde gerçekleştirilmesidir.
- Bu tarzda gerçekleştirilen ticari etkinlikler bağlamında müşterilere sunumunun yapılması tasarlanan hizmetler, ilgili kuruluşların ilerleyen dönemde sahip olacakları konumunu saptama konusunda önemli bir noktada bulunmaktadır.

⁷Altuntaş, a.g.e., s. 5.

⁸Coşkun Dolanbay, **E-Ticaret Strateji ve Yöntemleri**, 1. Baskı, Ankara: Sistem Yayınları, 2000, s. 34.

- Kuruluşların elektronik ticaret etkinliklerine yönelmesi, kuruluşun kendi içerisinde belirlenmiş bulunan çalışmaya yönelik metotların tümüne yönelik olmak kaydıyla bütün sistemi temelden etkileyecek kararların verilmesine sebep olabilmektedir.
- Kurumsal oluşumlar önderliğinde rağbet gösterilen elektronik ticaret faaliyetleri neticesinde sahip olunacak müşteri potansiyeli ile pazara yönelik payın baştan kestirilmesi mümkün olamamaktadır.
- Ticari anlamda faaliyetlerin elektronik ortama taşınması sonucunda, kuruluşların çalışmaya yönelik yeni bir kültür benimsemesi temin edilmekte ayrıca, farklı kültürel temellere sahip müşterilere yönelik olarak hizmetler ile mamullerin sunumuna yönelim gösterilmektedir.
- İstatistiki çalışmalar göz önünde bulundurulduğu zaman elektronik ticarete yönelik güvenlik kriterlerinin günden güne daha da geliştirildiği sonucu gözler önüne serilmektedir. İlerleyen dönemde var olan güvenlik açıklarının da yeni yaklaşımlar aracılığı ile doldurulacağı görüşü hâkimdir.
- Ticari faaliyetlerin elektronik ortama taşınması ile birlikte müşteri kitlesinin sahip olduğu yönelimlerin ortaya çıkarılması kolay bir şekilde gerçekleştirilebilmektedir. Bu noktadan yola çıkarak bireysel anlamda ticaret dönük etkileşimlerin, sunumların ve satın alımların önü açılmaktadır.

Bütün bu nitelikler, elektronik ticaretin geleceğin ve günümüzün yıldızı konumunda bulunduğu gerçeğini gözler önüne sermektedir. Kurumsal oluşumlar ile müşterilerin ufkunun genişlemesine imkân tanıyan bir içeriğe sahip olan elektronik ticaret var olan ezberleri bozmakta ve ticari anlamda önem arz eden gelişmelerin ortaya çıkmasına olanak tanımaktadır. Elektronik ortamda gerçekleştirilen ticaret etkinlikleri vasıtası ile dünya daha küçük hale gelmekte ve çok uzak bir lokasyonda var olan ürün bu ticari faaliyetler aracılığı ile kısa süre içerisinde talepte bulunan müşterinin ayağına kadar ulaştırılabilmektedir. Görüldüğü üzere elektronik ticaret, hem kurumsal hem de bireysel olarak büyük bir gelişime olanak tanımakta ve günden güne gelişen yapısı ile

de geçmişte mümkün olmayan çoğu işlemin kolaylıkla ve kısa sürede tamamlanabilmesini sağlamaktadır.

1.2. Elektronik Ticaretin Tarihsel Gelişim Süreci

Elektronik ticarete yönelik olarak ortaya konulmuş tanım, özellikler ve ana hatların devamında bu konuyla alakalı geçmişten günümüze yaşanan devinime değinmekte fayda görülmektedir. Bu sebeple, bu başlık kapsamında elektronik ticaret kavramının geçmişten günümüze gösterdiği gelişimler ve değişimler üzerinde durulmakta ve bugünkü durumun daha iyi anlaşılabilmesi hedeflenmektedir.

Elektronik olarak gerçekleştirilen ticari etkinliklerin üç aşamalı bir süreç zarfında gelişimini tamamladığını belirtmek gerekmektedir. Elektronik ticaret kavramının birinci ve temel aşaması olarak karşımıza ‘**Elektronik Veri Değişimi (EDI)**’ aşaması çıkmaktadır. Bunun hemen akabinde karşımıza çıkan sürece odaklanıldığında ana hatları internete dayanmakta olan ticari etkinlikler göze çarpmaktadır. Son aşamada ise ticari faaliyetlerin elektronik ortama taşındığı gerçeği ile yüzleşilmektedir.⁹

Son dönem göz önünde bulundurulduğunda elektronik ortam vasıtası ile gerçekleştirilen ticari faaliyetler, PC teknolojisinin belirli uydu teknolojileri ile kablolar yardımı ile birleştirilmesinin değişik bir versiyonu olarak çalışma hayatında yerini almış bir kavram olarak bilinmektedir. 20 yıla yakın bir süreç gözden geçirildiğinde belirli bir formata sahip olarak hazırlanmış bulunan belgelerin kurumsal oluşumların birbiri ile bağıntılarında elektronik ortama aktarılmış veri olarak ulaştırılması ve bununla birlikte ilgili verilerin birbiri ile değiş, tokuşunun gerçekleştirilmesi yani elektronik veri değişimi hamlesine yönelim gösterilmesine birtakım pazarlarda çokça rağbet gösterilmekteydi. Bu durumun en fazla göze çarptığı kurumlar olarak karşımıza ulusaşırı faaliyette bulunan kurumlar çıkmaktadır. Faaliyetlerini ulusaşırı bir düzlemde sürdüren ve ciddi anlamda geniş bir portföy sunan kurumlar mevcut pazarlama süreçlerini elektronik ortama taşımışlar ve iki yönlü ilişkilerini de bu ortam içerisinde yönlendirmeye başlamışlardır. Elektronik ortama dönük olarak meydana çıkarılmış

⁹Serdar Canbaz, **Elektronik Ticaret**, 2. Baskı, Ankara: Paradigma Kitabevi, 2013, s. 20.

teknolojik yeniliklere odaklanıldığında, bu teknolojiler bağlamında sağlanabilen entegrasyon neticesinde kurumlar açısından zaman kaybı durumu minimal düzeye çekilmekte ve kurumlar arasında belirli bir birlik ve beraberlik durumunun tesis edilmesine paralel olarak rakiplere karşı belirli bir rekabet avantajı elde edilebilmesine olanak sağlanmaktaydı. Bu işlemlerin gerçekleştirilebildiği kurumsal oluşumlar sanal ortamda faaliyetlerini sürdüren kurumlar olarak tanıtılmış ve bu tarzda faaliyet göstermekte olan kurumların sahip oldukları telekomünikasyon sistematiplerinin ana hatlarını ise elektronik anlamda sağlanan veri değişimi yaklaşımı oluşturmuştur.¹⁰

Son zamanlar dikkate alındığında, elektronik ticaret olarak tanımlanan kavramın teknolojik anlamda ortaya çıkan yeniliklerden bir tanesi olarak belirtilmekte olan internet ile bağıntılı olduğu ve internet mecrası üzerinden ticarete dönük olarak gerçekleştirilen etkinlikler olduğu üzerinde durulmaktadır. Bu noktadan yaklaşım geliştirildiğinde bu kavramın geçmişinin yaklaşık olarak 20 yıllık bir zaman dilimini kapsamakta olduğu yorumunda bulunulsa da asıl olarak kavramın geçmişinin daha da gerilere dayandığı görüşünü ileri sürmek mümkündür. Bunun esas sebebi olarak, televizyon teknolojisi, telefon teknolojisi vs. gibi geçmişi gerilere dayanan teknolojilerinde ticarete dönük etkinliklerde faydalanılan araçlar olması gösterilebilmektedir.¹¹

Elektronik ortamda gerçekleştirilen ticari etkinliklerin geniş ölçekte hayata geçmesi 1980'li yıllara rastlamakta ve PC ile internet konusunda oluşturulan teknolojik gelişmelere odaklı bir ilerleme sergilemektedir. 1980'li yıllardan başlamak üzere birtakım verilerin, görüntü ve belgelerin elektronik ortamda kayıt ve işlem altına alınabilmesi ve ulaştırılabilir niteliğe kavuşturulabilmesi ve buna ek olarak öncelikle finansal kuruluşlar ve ardından kurumsal oluşumlar liderliğinde ‘‘**Elektronik Fon Transferi (EFT)**’’ gibi teknolojik gelişmelerden sıklıkla yararlanılmaya başlaması konusunda yaşanan gelişimler elektronik ortama yönelik faaliyetlere kurumsal anlamda daha fazla yönelim gösterilmesine yol açmıştır. Kurumsal anlamda elektronik alanda gerçekleştirilen ticari faaliyetlerin güçlü bir temele oturtulması ise kurum içi ve

¹⁰Mustafa Gökgül, ‘‘Türkiye’de Elektronik Ticaret ve İşletmelere, Tüketicilere Sağladığı Avantajlar, Dezavantajlar’’, (T.C. Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2014, s. 31.

¹¹Neslihan Coşkun, ‘‘Elektronik Ticaretin Gelişiminde Temel Dinamikler ve Gelişimi Önündeki Engeller’’, **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C. 13, S. 2 (2004), s. 243.

kurumlar arasında etkileşime imkân tanımakta olan ve etkin bir şekilde kullanım alanı bulan intranet ve extranet gibi teknolojik hamlelere dayanmaktadır.¹²

Temeli 1990'lı yılların çok öncelerine dayandığı üzerinde görüş birliğine varılmış bulunan elektronik alanda gerçekleştirilen ticaretin, en büyük atağı gerçekleştirdiği zaman ise son 18-20 yıllık zaman zarfı olarak kabul görmektedir.¹³

Elektronik ticaret açısından gelişimin anahtarı ise 1990 yılı içerisinde oluşturulmuş olan “**world wide web (www)**” ve “**http**” gibi internete dönük protokoller ile arayüzlerdir. Bu tarzda ticari etkinliklerin dinamik bir sürece yelken açması 1990'lı yılların yarısından sonraya rastlansa da 1991 yılı içerisinde http, bir yıl sonra http bileşenine birtakım grafiğe yönelik eklentiler dâhil edilmesi ve bunun da hemen bir yıl sonrasında internet konusunda oluşturulan ve öncü olarak kabul görmekte olan taramaya yönelik prototipin kullanıcılara sunumunun gerçekleştirilmesi konuları arasındaki ilişkinin göz ardı edilmesi kesinlikle mümkün değildir.¹⁴

1995 yılı içerisinde elektronik ticarete dönük olarak ilk kez bir belgelemeye girişilmiş ve bu belgelemede Amerika Birleşik Devletleri (ABD) öncülüğünde elektronik ticaret konusunda görevlendirilmiş bulunan inceleme komisyonu etkin rol üstlenmiştir. Bu arada elektronik ticaret konusunda önderliği ABD'nin elinde bulundurduğu yorumunda bulunmakta büyük ehemmiyet taşımaktadır. Oluşturulan belge çerçevesinde elektronik ticaret kapsamında hayata geçirilmiş olan çeşitli ticarete dönük etkinliklerin muhteviyatı belirlenmiş ve oluşturulan belgeye de “**elektronik ticaretin çerçevesi**” adı verilmiştir. Elektronik ticaretin ilerleyişinin ve yaygınlık kazanmasının en kritik öneme sahip olan nedeni olarak karşımıza ABD öncülüğünde bu alanla fazlasıyla alakadar olunması çıkmaktadır.¹⁵

Elektronik ticaret kavramının tarihsel anlamda ilerleyiş sürecine odaklanıldığında temel olarak iki adet yönerge ile karşılaşmak olanak dâhilinde

¹²Çağatay Başcan, “Firmaların Sanallaşma Sürecinde Elektronik Ticaretin Rolü”, (İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2012, s. 79-80.

¹³Veysel Bozkurt, **Elektronik Ticaret**, 1. Baskı, İstanbul: Alfa Yayınları, 2000, s. 64.

¹⁴Yalçın Öğütçen, “İnternet Ortamında Elektronik Ticaret”, **İGEME'den Bakış Dergisi**, S. 18 (2001), s. 52.

¹⁵Tahsin Yılmaz, “Elektronik Ticaretin İstihdama Etkileri”, (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Çanakkale, 2008, s. 9-10.

bulunmaktadır. İnternet, televizyon gibi büyük çapta etkileşime imkân tanıyan mecralara dönük olarak oluşturulmuş pazarların birbirlerinin birleşimi şeklinde lanse edilmeye başlanması ilk ayağı oluşturmaktadır. Dünya koşullarında dinamik bir ivme kazanan küresel koşullar ile bu koşullara bağlı olarak piyasalarda vuku bulmakta olan liberalleşmeye dönük hareketler ise ikinci ayağı oluşturmaktadır.¹⁶

Elektronik ticaret yaklaşımına kurumsal anlamda en büyük rağbetin gösterilmeye başladığı sene ise 1996 yılı olarak kabul edilmektedir. Dünya ekseninde elektronik ortamda hayata geçirilen ticari etkinliklerin yaklaşık olarak %80 gibi bir bölümünün ABD'nin tekelinde bulunduğu Gartner Group kuruluşu öncülüğünde konuya yönelik olarak hazırlanan belgede net bir şekilde görülmektedir. Genel anlamda dünya koşullarına bakıldığında, kurumsal oluşumların birbiri ile gerçekleştirdikleri elektronik ticarete odaklı etkinliklerin %90'lık bir orana ulaştığı gözler önüne serilmektedir. Rekabet koşullarında yerellekle sınırlı kalmayıp uluslararası anlamda avantaj elde etme gayretinde bulunan kurumsal oluşumların bilgiye dönük ve iletişime dönük teknolojik gelişmelere sıkı sıkıya bağlı oldukları ve bu gelişmeleri noksansız bir şekilde özümstedikleri ve ilgili gelişmelerden sonuna kadar faydalandıkları açık bir şekilde fark edilmektedir. Elektronik ticaret bağlamında Dünya'da geçerli ticarete yönelik hacim konusundaki rakamlar incelendiğinde, en büyük yığılmanın özellikle ABD'nin Kuzeyi ile bütün Avrupa'da yoğunlaştığı kayıtlara geçmektedir.¹⁷

Görüldüğü üzere elektronik ticaret kavramının gelişim süreci son döneme rastlamakta ve dünya genelinde oldukça kabul gören bir düzlemde varlığını sürdürmektedir. Buradan yola çıkarak, ilerleyen dönemlerde bu kavrama gösterilen rağbetin daha da büyük artışlar yaşayabileceği değerlendirilmesini gerçekleştirmek olanaklıdır.

Türkiye ekseninde elektronik ticaret etkinliklerine gösterilmekte olan eğilim 1999 senesine rastlamaktadır. Bunun sebebinin ise ülkemiz kapsamında internet teknolojisinin gelişim göstermesi ve daha fazla kullanıcı önderliğinde internette yararlanılmaya başlanması gösterilebilmektedir. 1997 senesine gelindiğinde Türkiye

¹⁶Nuray Korkmaz, **Sorularla İnternet ve E-Ticaret Rehberi**, Yayın No: 37, İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları, 2002, s. 52.

¹⁷Elif Nebipaşagil, "Elektronik Ticaret ve Güven Sorunsalı", (T.C. İstanbul Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2009, s. 9-10.

bağlamında elektronik ticaret gerçekleştirebilmek için gerekli sistematığın meydana getirilmesi için Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu (BTYK) önderliğinde incelemelerde bulunmak ve gerekli teşebbüsleri gerçekleştirmek için bir topluluk görevlendirilmiştir. Bu teşebbüsler esnasında koordinatörlük ve sekreteryaya görevlerinin sırasıyla;¹⁸

- Dış Ticaret Müsteşarlığı ile
- TÜBİTAK'a verilmesi konusunda mutabakata varılmıştır.

Bu gelişmelerin hemen akabinde ise elektronik ortamda ticaret yapabilmek adına ihtiyaç duyulmakta olan temeli ve sistematikleri oluşturup, destekleyici görev üstlenmek için “**Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK)**” aktif duruma getirilmiştir. Türkiye’de vuku bulan elektronik ticarete yönelik şartlar dikkate alındığında en fazla kullanılan ve yönelim gösterilen elektronik ticaret çeşidinin “**B2C (İşletmeden Müşteriye)**” olduğu net bir şekilde fark edilmektedir.¹⁹

Ülkemizde gerçekleştirilen elektronik ticaret konusundaki etkinliklerin ise daha yakın zamanlara rastladığı ve bu konuda gerekli çalışmaların gerçekleştirildiği ve gerçekleştirilmeye de devam ettiği görüşü ön plana çıkmaktadır. İlerleyen dönemde gelişen ve yenilenen bir temel ve teknolojik ilerlemeler paralelinde ülkemizde elektronik ticaretten daha fazla faydalanma eğilimine girileceği konusunda görüş bildirmek olanaklıdır. Dünya’da ve ülkemizde hızlı ve dinamik bir gidişata yelken açan ve gün geçtikçe daha da büyük gelişim gösteren elektronik ticaretin geleceğin parlayan yıldızı olma yolunda devam ettiğini belirtmekte fayda vardır.

1.3. Elektronik Ticaretin Araçları

Elektronik ticaret bağlamında faaliyetlerin sürdürülebilmesi adına birtakım araçlara gereksinim duyulmaktadır. Bu araçlar elektronik ticaretin gerçekleştirilebilmesi hususunda olmazsa olmaz olarak değerlendirilebilecek bir muhteviyata sahiptirler. Elektronik ticaretin gerçekleştirilmesine imkân tanımakta olan ilgili araçlara göz

¹⁸Burcu Beste Erdoğan Özgün, “Yeni Ekonomi Kapsamında Entegrasyona Geçiş Sürecinde E-Ticaret, Bir Türkiye Örneği”, (Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul, 2010, s. 100.

¹⁹A.g.e., s. 101.

atıldığında bu araçların günden güne gelişim gösterdiği ve farklılaştığı sonucuna ulaşmak olanak dâhilinde bulunmaktadır. Bu araçlara aşağıda maddeler halinde değinilmiştir. Bu bağlamda elektronik ticarete yönelik etkinliklerin hayata geçirilmesinde kullanılan bu araçlardan çalışmamız dâhilinde;

- Elektronik Veri Değişimi (EDI),
- İnternet,
- Televizyon ve
- GSM'e değinilmesi uygun görülmektedir.

Bu araçların net bir şekilde anlaşılması durumunda konunun daha da kapsamlı ve somut bir şekle bürüneceği ve ilerleyen aşamalarda da konunun daha iyi kavranabilmesine zemin hazırlayacağı görüşü hâkimdir.

1.3.1. Elektronik Veri Değişimi (EDI)

Elektronik veri değişimi yani kısa adıyla EDI elektronik alanda gerçekleştirilen ticarete dönük etkinliklerde faydalanılan bir araç olarak kabul edilmektedir. Bu başlık kapsamında elektronik veri değişiminin ayrıntılarına değinilmekte ve konuya netlik kazandırılmaya çalışılmaktadır.

Aralarında ticari ilişki bulunan iki adet kurumsal oluşumun arasında belirli doküman ve verilerin değiş tokuş edilmesine olanak tanıyan ve birey etkisinden arındırılmak suretiyle bilgisayarlar arasında bulunan ağ sistemleri yardımı ile gerçekleştirilmesine imkân tanımakta olan bir sistematik olarak “**Elektronik Veri Değişimi (EDI)**” karşımıza çıkmaktadır.²⁰

Bu sistem sayesinde bilgisayarlar arasında dolaylı bir yola gereksinim duyulmaksızın direkt olarak bağlantı kurulabilmektedir. Bu sistem aracılığıyla, bürokratik anlamda gerçekleşen çeşitli kağıt işlemlerinden, oluşabilecek çeşitli sıkıntılı

²⁰Nuray Korkmaz, **İşletme Yönetiminde Yeni Eğilimler Dizisi Sorularla E-Ticaret, E-İş**, 1. Baskı, İstanbul: Mega Ajans Reklamcılık, 2004, s. 17.

ve yanlı durumlardan ve son olarakta ticarete konu olan mamul ya da hizmetin zamanında ulaştırılmaması gibi bir problemden soyutlanılmasına olanak tanınmaktadır. Bu avantajlar ekseninde elektronik alanda gerçekleştirilen ticari etkinliklerin belirli bir formata kavuşturulması sağlanmaktadır. Bu elektronik ticaret aracı genellikle zincir olarak kurulmuş bulunan marketler ile bu marketlere çeşitli alanlarda tedarik hizmeti temin etmekte olan ve belirli bir sistem dâhilinde çalışmalar yürüten kurumsal oluşumlar önderliğinde kullanım alanı bulmaktadır.²¹

Elektronik olarak oluşturulmuş postalardan belirli bir işleme tabi tutulup, düzenlenmemiş belge ve verilerin ulaştırılması esnasında yararlanılırken, elektronik veri değişimi adı verilen araç vasıtası ile belirli bir düzenlemeye tabi tutulmuş belgeler ile verilerin değişime uğramasına olanak sağlanmakta ve bu şekilde belirli bir format çerçevesinde meydana getirilen çeşitli belgeler ile verilerin bilgisayarlar arasında farklılaşmakta olan sistematiklere basit bir şekilde adapte edilmesi hususunda destek sağlanmaktadır.²²

Elektronik veri değişimi olarak tanımlanan araçtan faydalanılmasının esas sebebi ise, ticari etkinliklerin bürokratik bölümünde gerçekleşen kağıt işlemlerinin minimuma indirilmek suretiyle, işlemlerde meydana gelmesi olası benzerlik ve tekrarların gerçekleşmesine engel olunması ve bu sayede mevcut etkinliklerin en minimal düzeyde hata ve minimum seviyede maliyet ile nihayettendirilmesidir. Bu sistematikten özellikle ithalat ve ihracatın yönlendirildiği gümrüklerde çok fazla yararlanılmaktadır.²³

Buradan da anlaşılacağı üzere, elektronik veri değişimi kurumsal oluşumlar arasında vuku bulan ticarete odaklı etkinliklerde ortaya çıkan kağıt israfının önüne geçmekte ve bununla birlikte mevcut işlemlerin belirli bir format ve sistematığe oturtulmasına imkân tanıyarak kurumların kabul edilmiş bir format üzerinden belge ve veri transferi gerçekleştirmelerine olanak sağlamaktadır ve ilgili belge ve verilerin farklı formatlar altında farklı bilgisayarlarda ulaşımına da imkân tanımaktadır. Gereksiz kağıt kullanımının önlenmesinin büyük ehemmiyet taşıdığı ve bu sayede oluşması muhtemel bürokratik engellerinde önün geçildiği, daha kısa zamanda ve en minimal düzeyde

²¹Mustafa Koçer, "Elektronik Ticaretin Pazarlama Stratejilerine Etkileri", (İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2012, s. 17.

²²A.g.e.

²³Korkmaz, a.g.e., s. 17.

sıkıntı ile işlemlerin kolayca gerçekleştirilebildiği yorumunda bulunmak doğru bir yaklaşım olacaktır.

1.3.2. İnternet

İnternet son yüzyıla büyük bir damga vuran teknolojik bir yenilik hareketi olarak karşımıza çıkmaktadır. İnternet vasıtası ile ulaşılması mümkün olmayan belge, veri ve daha birçok şeye kolaylıkla ulaşılabilir. Ayrıca, internetin insanların ufkunu genişlettiğini ve özellikle ticari faaliyetler bağlamında mukayese imkânını da gündeme getirdiğini, bu sayede pek çok mamul ve hizmet içerisinde belirli mamul ve hizmetlerin seçilmesine olanak tanıdığını belirtmekte yarar görülmektedir. Elektronik ticaretin en fazla gerçekleştirildiği mecra olarakda “**internet**” kabul görmektedir.

İnternet teknolojisi, bilgisayarlara yönelik olarak oluşturulmuş bulunan ağ sistemlerinin birbirleri ile bağlı duruma getirilmesi neticesinde oluşan, milyarlarca birey tarafından kullanım alanı bulan ve gelişimini devamlı olarak idame ettiren iletişime dönük bir ağ sistemi olarak tanımlanmaktadır. İnternet teknolojisi vasıtası ile hem kurumsal hem de bireysel anlamda gereksinim duyulan çeşitli verilere oldukça basit ve çabuk bir şekilde erişilebilir hale gelmiştir. Bu teknolojik hamle çerçevesinde farklı lokasyonda bulunan kurumlar ile bireylerin karşılıklı olarak haklarında fikir sahibi olmalarına olanak tanınmakta ve gerekli görülen verilerin değiş, tokuş edilmesi de temin edilebilmektedir.²⁴

Elektronik ortamda ticari etkinliklerin hayata geçirilmesi hususunda en büyük faydayı sağlayan teknolojilerden birisi olarak karşımıza internet teknolojisi çıkmaktadır. İnternet üzerinde ticari etkinliklerini sürdüren kurumların belirli sitelere sahip olduğu bilgisini vermek büyük önem taşımaktadır. Bireyler tarafından ilgili kurumsal oluşumların internet sitelerinde herhangi bir mamul ya da hizmetin talep edilmesi durumunda, bu mamul ya da hizmeti talep edecek olan bireyler öncelikle ilgili kurumsal oluşumun sahip olduğu internet sitesine bağlanmakta ve ardından alışveriş adına ihtiyaç duyulan hamleleri gerçekleştirmektedirler. Öncelikle belirtmek gerekmektedir ki,

²⁴Musa Yılmaz, “Bankacılık Sektörü ve E-Ticaret: Şekerbank Örneği”, (Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İşletme Eğitimi Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara, 2013, s. 30.

elektronik ortam vasıtası ile gerçekleştirilen ticari faaliyetler çok fazla geriye gitmese de, çokda yeni bir kavram olarak görülmemektedir. Ticarete dönük etkinlikler çerçevesinde, internet teknolojilerinden faydalanılmaya başlaması ile beraber, çeşitli veriler ile dökümanların hızlı ve anında ilgililere ulaştırılabilmesi, yer ve vakit anlamında herhangi bir kısıtlamayla karşılaşılması ve bunlara ek olarak çeşitli maliyet kalemlerinin düşüşüne imkân tanınması sonucunda elektronik ticarete olan eğilimin daha da büyük artış gösterdiğini belirtmek gerekmektedir.²⁵

Dikkat edilirse, internet vasıtası ile normal şartlarda gerçekleştirilebilecek çeşitli işlemlerin çok daha kısa sürede ve kolaylıkla sağlanabileceği görülecektir. Bu sayede günümüzün en değerli kaynağı olarak kabul edilen zaman kaynağı üzerinden oldukça önemli tasarruflar elde edilebilecek ve buradan yola çıkılarak ticari faaliyetlerin elektronik ortamda internet aracı vasıtası ile gerçekleştirilmesine yönelik eğilim artış grafiği çizmeye başlayacaktır.

1.3.3. Televizyon

Teknolojik anlamda günümüzde ciddi anlamda atılım yaşayan ve yaşamayı da sürdüren araçlardan biri olarak karşımıza televizyonlar çıkmaktadır. İlk olarak siyah-beyaz televizyonlar üretilmesinin ardından, sırasıyla yaşanan gelişimler paralelinde günümüzde hd, led vb. türde televizyonların üretilmeye ve rağbet görmeye başladığını belirtmek yerinde olacaktır. Bu noktada televizyonlar yolu ile gerçekleştirilen ticari etkinliklerinde elektronik ticaretin konusuna girdiğini belirtmekte yarar görülmektedir.

1923 senesine gelindiğinde John Logie Baird tarafından televizyon aygıtı etkin hale getirilmiştir. Bu noktaya gelme esnasında yaşanan devinimler göz önünde bulundurulduğunda sekiz adet çizgiden meydana gelen ekran görüntüsünden adına televizyon denen aygıtı geçiş gerçekleştirilmiştir. Televizyon konusunda programların aktif hale gelmesi adına gösterilen ilk gayretin ise BBC tarafından 1923 senesi kapsamında gerçekleştirildiği üzerinde durmak gerekmektedir. Televizyon adı verilen bu cihazların amacı öncelikle önemli bir veri sağlama ve bu sayede bilgilendirme aracı

²⁵A.g.e.

olmasından ileri gelmekte, diğere amacı ise bireylerin günlük hayatın stresinden arınmalarına ve eğlenmelerine olanak tanımaktır.²⁶

Televizyonlar, elektronik ortam kapsamında gerçekleştirilen ticari etkinliklerin ilk kez gerçekleştirildiğı mecralar arasında yer almaktadır. Belirli bir mamul ve hizmet bileşeninın tüketicilere ulaştırılması ve tanıtılması hususunda en büyük önem verilen tutundurma karması elemanı olan reklamların en büyük muvaffakiyete eriştiğı platform olarak televizyonlar ön plana çıkmaktadır. Televizyon adı verilen cihazlar tüketici kitlesi üzerinde hem duyum hem de görünüm anlamında önemli izler bırakmaktadır. Bahsedilen bu durumla bağıntılı olmak kaydıyla sayısız bireye erişebilme olanağına sahip olunmaktadır.²⁷

Televizyonlar oldukça geniş bir kullanım alanına sahip olmalarına rağmen, yalnızca bir yöne sahip olan iletişime dönük araçlar olarak kabul görmektedirler. Son dönem göz önünde bulundurulduğunda Dünya ekseninde milyarları aşan televizyon kanallarına rastlanılmaktadır. Televizyonların elektronik alanda gerçekleştirilen ticari etkinlikler açısından bünyesinde barındırmakta olduğu en büyük güçlük tek yönlü etkileşime olanak sağlaması durumu olarak kabul edilmektedir. Bu sebeple çok yönlü bir etkileşime olanak sağlamaması en önemli problem olarak kabul görmektedir. Ancak bu dezavantajına rağmen tek yönlü de olsa televizyon aracılığıyla gerçekleştirilen satın alımlar ve tutundurma anlamında reklamlar günden güne yükselen bir grafik ortaya koymaktadır. Bu noktada yönelim gösterilen davranış olarak karşımıza ev koşullarında gerçekleştirilen satın alımlar çıkmaktadır. Bunlara ek olarak televizyon konusunda yaşanan teknolojik ilerlemelerin ilerleyen dönemde vuku bulması beklenen elektronik ticareti yükselteceğı görüşü benimsenmektedir.²⁸

Bu nokta televizyonların elektronik ticaretin hayata geçirildiğı araçlar arasında öncü konuma sahip bir araç olduğu bakış açısına odaklanmamıza imkân tanımaktadır. Çok fazla bir alternatif olmamasına ve tek yönlü bir bakış açısına ve etkileşime olanak tanınmasına rağmen gerçekleştirilen çeşitli reklamlar ve alışverişler hususunda müşteriler

²⁶Esra Mankan, **Yönetim ve Liderlik Seti E-Ticaret**, 2. Baskı, İzmir: İlya Yayınevi, 2012, s. 25.

²⁷A.g.e.

²⁸Murat Doğaner, "Elektronik Ticaret Türkiye'de Elektronik Ticaretin Gelişimi ve İşletmeden Tüketicie Elektronik Ticaret Üzerine Bir Araştırma", (Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Konya, 2007, s. 11.

önderliğinde ortaya konulan talepler elektronik ticaretin gelişimine ışık tutmaktadır yorumunda bulunabilmemiz mümkündür.

1.3.4. GSM

Telefon konusunda Dünya genelinde sahip olunan teknolojik durum günden güne ilerleyen bir içerik sunmakta ve bu ilerleme durdurulamayan bir süreç olarak gidişatını sürdürmektedir. Telefon teknolojisi ev ve araç telefonlarından başlamış olmakla beraber ilerleyen dönemlerde cep telefonlarına ve günümüz koşullarında da akıllı telefonlara evrilmiştir. Bu süreçte öncelikle sadece konuşma maksadı ile kullanım alanı bulmakta olan telefonlar, günümüzde tıpkı bir bilgisayar işlevi görmektedir ve teknolojik birer harika olarak kabul edilmektedirler. Elektronik ticaretle bağlantısı da bu noktada zuhur etmekte olup, bireyler telefonlarından internete ve mobil ortamlara bağlanmak suretiyle siparişler verebilmekte ve alışveriş gerçekleştirebilmektedirler. Bu sayede işlemler hızlı bir süreç dâhilinde hayata geçirilebilmektedir, kısacası telefon teknolojisindeki büyük gelişmelerin elektronik ticareti de olumlu bağlamda etkilediği yorumunda bulunabilmemiz mümkündür.

Telefon konusunda oluşturulmuş bulunan sistematüğın ve hatların oldukça geniş bir ölçüğe yayılması ve pahalılıktan uzak bir noktada bulunması sayesinde elektronik ortamda ticarete dönük olarak gerçekleştirilmekte olan etkinliklerde telefon adı verilmekte olan araçlardan daha fazla yararlanılmasının önü açılmıştır. Bu teknolojik aygıtların yaşadığı gelişmeler sayesinde elektronik ortam kapsamında gerçekleştirilen ticarete dönük faaliyetler oldukça geniş bir tabana yayılmakta, ilgili ticari faaliyetin hacminde önemli oranda yükselişler vuku bulmakta ve ticari anlamda gerçekleştirilen etkinliklerde büyük atılımlar gerçekleşmektedir.²⁹

Belirli mamul ile hizmetlerin tanıtım ve satışları birbiri ile bağıntılı iki araç vasıtası ile yoğun bir şekilde yapılmaktadır. Bu bağlamda ürünlerin satışlarında önemli olan aracın telefon ve GSM olduğu, tanıtımında ise televizyon olduğu görüşünü ileri sürmek büyük ehemmiyet taşımaktadır. Telefon adı verilmekte olan araçların oluşturduğu teknolojik ortam, internet teknolojisi olarak nitelendirilen teknolojinin

²⁹Mankan, a.g.e., s. 24.

temel yapıtaşı olarak kabul görmektedir. Telefon teknolojilerinden en fazla yararlanmakta olan kurumsal oluşumların internetten yeterince yararlanmayan kuruluşlar olduğu görüşünü ileri sürmemiz olanak dâhilinde bulunmaktadır. Ancak, temel olarak karşımıza internet teknolojileri çıkmasından ötürü, elektronik ortam dâhilinde gerçekleştirilmekte olan ticari faaliyetler çerçevesinde bu teknolojinin yerini tutma görevini telefon teknolojilerinin üstlendiği yorumunu getirmek lazım gelmektedir. Pazarlama ile banka sektöründe belirli mamuller ile hizmetleri müşterilere ulaştırmada telefon adı verilen teknolojik hamleden faydalanılması suretiyle elektronik ticaret faaliyetleri gerçekleştirilmektedir.³⁰

Verilen bütün bu bilgilerin ışığında elektronik ticaretin gerçekleştirilmesine imkân tanıyan çeşitli araçların varlığından söz etmek mümkündür. Dönemden döneme değişim ve gelişimler gösteren elektronik ticaret araçları bulunmaktadır. Bu noktada en ilkel halinden, en modern haline doğru bir grafik çizmek gerekmektedir. Tek yönlü araçlarla başlayan sürecin, iki yönlü araçlara doğru bir dönüşüme girdiği ve bu sayede elektronik ticaretin karşılıklı bir muhteviyata büründürüldüğü yorumunda bulunabilmek olanak dâhilinde bulunmaktadır. Bu gelişimlerin elektronik ticaretin gidişatını olumlu yönde etkilediğini ve bu gelişimlerin ticari etkinliğe odaklı oluşması beklenen çeşitli durumların pozitif doğrultuda meydana gelmesini temin ettiği görüşünde bulunmakta mümkündür.

1.4. Elektronik Ticaret Çeşitleri

Elektronik ticaret kavramı bünyesinde oldukça geniş bir portföyü barındırmaktadır. Elektronik ticaret kavramının sunduğu geniş perspektiften yola çıkarak ticari anlamda gerçekleştirilen ikili ilişkiler bağlamında taraflar dikkate alınarak bir çeşitlemeye gidilmektedir. Elektronik ticarete yönelik olarak gerçekleştirilmekte olan bu çeşitleme aşağıda maddeler halinde yer almaktadır. Buna göre,

- B2B (İşletmeden İşletmeye),

³⁰Özcan Kelen, "TMS 12 Gelir Vergileri Standardı Açısından Elektronik Ticaretin Muhasebesi", (İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Muhasebe ve Denetim Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2015, s. 93-94.

- B2C (İşletmeden Müşteriye),
- C2C (Müşteriden Müşteriye),
- B2G (İşletmeden Devlete),
- C2G (Müşteriden Devlete),

olmak üzere elektronik ticaret'in taraflarına göre beş çeşidinden söz edilebildiği görüşünü ileri sürmek olanak dâhilinde bulunmaktadır.

Elektronik ticaretin taraflarına göre belirlenen bu çeşitlere ilgili başlık çerçevesinde geniş bir şekilde değinilmektedir.

1.4.1. B2B (İşletmeden İşletmeye)

Kurumsal anlamda faaliyetlerini idame ettirme gayretinde bulunan kuruluşlar üretimde kullandıkları temel maddeleri temin ettikleri kuruluşlardan, ortaya çıkarılan ürünün satışının gerçekleştirildiği müşteriye kadar varan ticari süreci belirli bir bütün haline getirebilmek maksadıyla internet adı verilen teknolojiye faydalanmaya yönelmektedirler. Elektronik ortamda gerçekleştirilen ticari etkinliklerin bir çeşidi olarak lanse edilmekte olan **“B2B”** yani **“işletmeden işletmeye elektronik ticaret”**, kurumsal mekanizmaların arasında vuku bulmakta olan hizmet, veri ve ürün alım ve satımının internet teknolojisi öncülüğünde yürütülmesi etkinliklerine verilmekte olan isimdir. Elektronik ticaret etkinliklerinin %20'si dışında kalan büyük bölümünde bu tarzda ticari etkinliklerin yani B2B'nin etkin olarak kullanıldığı görülmektedir. B2B'nin kurumsal anlamda etkileme potansiyelinin daha geniş bir portföye sahip olduğunu belirtmek gerekmektedir.³¹

Kurumlar arası platformda gerçekleştirilmekte olan elektronik ticaret uygulamaları, geniş ölçekte kurumlar arasında hayata geçen faaliyetleri manuel bir konumdan uzaklaştırmak yani otomatik hale getirebilmek adına internet teknolojisi ve birtakım spesifik ağ sistematiklerinden yararlanılmasını gerektirmektedir. Elektronik ticaretin çeşitleri arasında gösterilmekte olan B2B'yi temel alan kurumsal oluşumların

³¹Gökgül, a.g.e., s. 44.

sergilemekte oldukları etkinlik ve performansın pozitif yönde bir gelişime yelken açması beklenen bir durumdur. Kurumsal mekanizmaların herhangi bir mamul, hizmet ya da veriyi başka bir kurumdan B2B yolu ile talep etmesi (sipariş) durumunda yaşanan süreç göz önünde bulundurulduğunda, talep süreci çerçevesinde olası yanlışlıkların minimuma indirilmesi ve bununla birlikte talep edilmekte olan değerin ulaştırılma süratinin de oldukça yüksek seviyelere çıkması beklenmektedir. Bu konuda en büyük önem arz eden durum ise, kurumsal mekanizmaların hammadde sağlayıcıları ile koordineli bir düzlemde davranış benimsemeleridir. Eğer bu koordinasyon istenildiği şekilde kurulabilirse, kâr etme konusunda beklenen değerlerin üzerinde bir değere ulaşabilmek söz konusu olabilir.³²

Üzerinde durulan bu bilgiler, elektronik ortam vasıtası ile hayata geçirilen ticari faaliyetlerin büyük bölümünün B2B çatısı altında toplandığı görüşünü benimsememize olanak tanımaktadır. Bu tarzda bir elektronik ticarete meyil gösterilmesine paralel olarak tedarikçi vasfına sahip kurumlar ile hammadde ihtiyacına sahip kurumsal oluşumlar arasında belirli bir ortak payda da, koordineli bir ilişki benimsenmesi gerekliliği doğacağı yorumunda bulunabilmek mümkündür. B2B kurumsal anlamda sürecin daha etkin bir noktaya taşınmasına olanak tanımaktadır. Kurumsal anlamda sağlanan etkinliğin ise performans artışı ve buna paralel olarak verimlilik ve kâr odaklılığın temelini teşkil ettiği görüşünü ileri sürmek doğru bir yaklaşım olarak kabul edilebilmektedir.

1.4.2. B2C (İşletmeden Müşteriye)

Elektronik ticaretin tarafları yöneliminde gerçekleştirilen bakış açısı dâhilinde karşımıza çıkan bir diğer çeşidi ise “B2C” yani “işletmeden müşteriye elektronik ticaret” tir. Bu ticari etkinliklerin önemli bir potansiyeli bünyesinde barındırdığı ve ticari hayatta en fazla kabul gören türlerden biri olduğu varsayımında bulunmak yerinde bir yaklaşım olacaktır.

İlgili alışveriş ortamının gelişimi ve oluşumu wap ile web konusunda yaşanan çeşitli gelişimlere bağlıdır. “B2C” yani “işletmeden müşteriye elektronik ticaret”

³²A.g.e., s. 44-45.

adı verilen bu elektronik ticaret çeşidi yaygın olarak kullanım alanı bulmakta olan ve en fazla hakkında malumat sahibi olunan ticari faaliyet türü olarak kabul görmektedir. Kurumsal oluşumlar tarafından internet teknolojilerinden yararlanılması suretiyle oluşturulan ve sanal nitelik taşımakta olan mağazalar aracılığı ile elektronik ticaret bağlamında pek çok hizmet ve mamulün dolaysız yollardan müşteri kitlelerine satış işlemi gerçekleştirilmektedir. Çokça kullanım alanı bulan akıllı telefon ve çeşitli cep telefonları aracılığıyla elektronik ticaret etkinlikleri herhangi bir mekan ve vakit sınırlandırmasına tabi olmaksızın sağlanabilmektedir.³³

Elektronik ticaretin ilgili çeşidi göz önünde bulundurulduğunda, bu ticari etkinlikler vasıtası ile müşteriler ile müşterilere satışı gerçekleştirecek olan satıcı profiline sahip kuruluşlar belirli bir ticari etkileşimde bulunmak adına internet üzerinden çevrimiçi bir pazar üzerinde bir araya getirilmektedirler. Bu tarzda ticari etkinliklerin zuhur ettiği ve elektronik ortamda ticari anlamda faaliyet gösteren bir işletme tarafından, müşteri kitlesi önderliğinde hizmetler ile mamullerin gözle görülebilme ve bununla birlikte hissedilebilme niteliği ortadan kaldırılmakta ve ilgili değerlere müşterilerin rağbet gösterip, satın alabilmeleri adına internet üzerinden çevrimiçi koşullarda satış gerçekleştirilen bir çevrimiçi mağaza temin edilmektedir. Aynı zamanda elektronik ticaretin bahsedilen çeşidinin yani B2C'nin etkin olarak kullanıldığı bir kurumsal oluşum önderliğinde internet üzerinde müşterilerden siparişler alınabilmekte ancak gerçekleştirilen bu faaliyetler belirli bir fiziki mekanda sonuçlandırılmabilmektedir. Elektronik ortamda gerçekleştirilen ticari etkinlikler ile yüz yüze yani geleneksel anlamda yapılan ticari faaliyetlerin birleşimi neticesinde, müşteri tarafından satın alacağı ürüne dönük talepte bulunma, ulaştırma biçimini tercih edebilme, belirli bir değer alımı ile satımının tamamlanması ve herhangi bir siparişin geçersiz kılınması durumları kolay ve sıkıntısız bir düzlemde başarılabilmektedir. İnternet teknolojilerinde vuku bulan gelişmeler yöneliminde kurumsal oluşumlar önderliğinde elektronik ortamda vuku bulan ticari faaliyetler, müzikten, hamburgere,

³³Vedat Baydar, "E-Ticaret Kavramı ve E-Ticareti Etkileyen Faktörlerin Panel Veri Analizi", (Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Isparta, 2010, s. 12.

cep telefonundan, otomobile kadar geniş bir portföyü muhteviyatına almış ve bunların müşteri kitlesine satışına odaklanmıştır.³⁴

Bütün bu bilgiler ışığında elektronik ticaretin en fazla kullanım alanı bulan türünün B2C olduğu sonucuna ulaşabilmemiz mümkündür. Müşteriler ile kurumsal oluşumlar arasında elektronik ortamda yapılan bu ticari etkinlikler, müşterilerin fiziksel anlamda bir güç harcayıp mağazaya gitmesinin önüne geçmekte, daha geniş bir portföy ve karşılaştırma imkânı sağlayarak kendisine en uygun ürüne yönelebilmesine olanak tanımakta ve tek bir tuş ile sipariş ve ödeme kolaylığı ile ayağına teslim olanağı sağlamaktadır. Bu bağlamda “B2C” nin gereksiz maliyetlerin önüne set çektiği ve uygun koşullarda alışverişe imkân tanıdığı, bu sayede de hem müşteri hem de kurumsal oluşumlara dost bir elektronik ticaret çeşidi olduğu varsayımını ileri sürebilmemiz mümkündür.

1.4.3. C2C (Müşteriden Müşteriye)

Elektronik ticaret konusunda karşımıza çıkmakta olan çeşitlerden bir tanesi de müşteriler arasında vuku bulmakta olan “C2C” yani “müşteriden müşteriye elektronik ticaret”tir. Elektronik ticaretin B2B ve B2C türlerine ek olarak bu tarzda bir ticari etkinlikten de söz etmek mümkündür. Buradan yola çıkarak, elektronik ticaretin müşteriden müşteriye olan çeşidine yönelik bilgilere bu alt başlık dâhilinde yer verilmesi uygun görülmektedir.

Elektronik ortamda gerçekleştirilen ticari etkinliklerin “C2C” yani “müşteriden müşteriye elektronik ticaret” çeşidinde müşteri kitlesinde yer alan bireyler arasında belirli bir etkileşim gerçekleşmekte ve ticari faaliyetler bu etkileşim odağında hayata geçirilmektedir. Burada üç tarafında varlığından söz etmek mümkündür. Bu tarafların, satışı gerçekleştiren kuruluş veya bireyler, alışveriş gerçekleştiren kuruluş veya bireyler ve ilgili satışın gerçekleştirilmesi hususunda aracılık görevini üstlenen kuruluş veya bireyler olduğunu belirtmekte yarar görülmektedir. Bu taraflar arasında varlığını idame ettiren ve aracı pozisyonunda bulunmakta olan birey veya kuruluş tarafından alışveriş gerçekleştirilmesi açısından

³⁴A.g.e.

uygun bir ortamın oluşturulması gayretine girilmektedir. Oluşumu sağlanan ilgili ortama “sanal olarak faaliyetlerini sürdürmekte olan kuruluş” adı verilmesi uygun görülmektedir. Varlığını sanal olarak sürdürmekte olan kuruluşların esas amacının bünyesine üyeleri çekmek olduğunu ve bu üyeleri vasıtası ile de belirli düzeyde bir kazanç elde etmek olduğunu belirtmek gerekmektedir. Sanal olarak faaliyetlerini sürdüren işletme önderliğinde oluşturulmuş bulunan pazar yöneliminde müşterilere satışı gerçekleştirilecek hizmetler ile mamullerin satışı tarafından müşterilerle buluşturulması sağlanmakta ve ilgili müşteri kitlesi tarafından kendileriyle buluşturulan bu değerler arasında belirli bir tercih gerçekleştirilmek suretiyle elektronik bağlamda bir ticari etkinliğe yelken açılmaktadır. Elektronik ticaretin bahsedilen bu çeşidinden bilgisayarlara yönelik olarak hazırlanmış bulunan çeşitli yazılım türleri ve 2. el olarak nitelendirilen mamullerin alışverişlerinde etkin bir şekilde yararlanılmaktadır.³⁵

Elektronik ticaretin bu çeşidi göz önünde bulundurulduğunda, tüketicilerin herhangi bir dolaylı yola gereksinim duymaksızın yine tüketicilere belirli değerlerin elektronik ortamda satışlarını gerçekleştirdikleri net bir şekilde görülmektedir. Bu bağlamda internet üzerinde açık artırma konusunda aktif olarak faaliyetlerini sürdüren web siteleri müşterilere fiyat konusunda yardımcı olmakta ve belirli bir açılış fiyatı verilmesinin ardından en yüksek fiyatı veren müşteri tarafından mamuller ile hizmetlerin edinilebilmesine olanak tanımaktadır. Bu ticari faaliyetler konusunda kilit ehemmiyeti bünyesinde barındıran taraflar ise, kişisel anlamda belirli bir değere rağbet gösteren müşteriler, kişisel anlamda belirli bir değerini gerçekleştiren satışı kimliğine sahip kişiler, aracı konumunda olup elektronik ortamda belirli hizmetleri sağlayanlar ve bununla birlikte bütün bu işlemlerin gerçekleştirilmesini sağlayan kuruluş olan devletin kendisidir.³⁶

Elektronik ticaret faaliyetlerinin müşteriden müşteriye olan çeşidinde karşımıza açık artırma süreci çıkmaktadır. Sayı anlamında kısıtlı düzleme sahip mamullerin satışı bu yolla gerçekleştirilmektedir. Bu sebepten ötürü, satışı gerçekleştirenler tarafından belirli bir vakit dâhilinde taban olarak belirli bir fiyat ileri sürülmektedir ve ilgili vaktin sonucunda fiyat konusunda en yukarıda bulunan teklifi veren müşteriye satış

³⁵Yunus Emre Koral, “Elektronik Ticaretin Lojistik Hizmet Kalitesine Etkisi”, (Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2009, s. 14.

³⁶A.g.e.

gerçekleştirilmektedir. İlgili temeli oluşturan sanal kuruluş tarafından ise ilgili satıştan belirli bir pay yüzdesi temin edilmektedir. Bu tarzda bir elektronik ticarete dönük etkinliğe yönelmiş bulunan kurumsal oluşum satış veya alışa konu olacak belirli bir hizmet ya da mamul bileşenine sahip değildir. Buradaki yegane maksat satışı gerçekleştirecek olan bireyler ile alışını gerçekleştirecek bireylerin belirli ortamda bir araya getirilmesi ve ticaretin gerçekleştirilmesinin sağlanmasıdır. Müşteriden müşteriye elektronik ticaret gerçekleştirilmesi esnasında taraflar elektronik ortamda mail trafiği vasıtası ile hizmet ve mamuller adına belirli bir anlaşma gerçekleştirmeye gayret gösterme eğiliminde bulunmaktadır. Elektronik ticaretin “C2C” hali Türkiye ekseninde oldukça dinamik bir ilerleme kaydetmektedir.³⁷

Müşteriden müşteriye gerçekleştirilen elektronik ticaretin günümüzde büyük bir gelişim gösterdiği örnekleriyle birlikte açık bir şekilde görülmektedir. Buna en güzel örnek ise; “sahibinden.com” gibi müşterileri bir araya getiren siteler olarak karşımıza çıkmaktadır. Burada müşteriler elektronik ortamda alım ve satım hamleleri gerçekleştirmekte ve sitelerde bu alım ve satım konusunda aracı konumunda bulunmak suretiyle müşteriler arasındaki bu ticari faaliyetlere belirli bir ortam temin etmektedir. Elektronik ortamda gerçekleştirilen bu aktiviteler bağlamında işler daha hızlı ve çabuk bir şekilde yürüme olanağına kavuşmaktadır. Ancak, oluşması muhtemel güvenlik problemlerinin müşterilerin kimi zaman çekimser davranmasına yol açabileceği yorumunda bulunabilmemiz de mümkündür. Bu sebeple ilgili platformlar güvenlik konusunda çeşitli yaklaşımlar benimsemekte ve rahat ve konforlu bir şekilde aynı zamanda mukayese edebilme olanağı çerçevesinde pek çok ürün sunulması bağlamında ticari etkinliklerin açık artırma usulü çerçevesinde gerçekleştirilmesine imkân sağlamaktadırlar. Bu sayede, ticarete konu olan alıcı, satıcı ve aracılardan tamamı, ilgili faaliyetten kârlı ayrılabilen ve tarafların her biri süreci memnuniyet esası çerçevesinde noktalandırabilmektedir.

³⁷A.g.e., s. 15.

1.4.4. B2G (İşletmeden Devlete)

Elektronik ticaret çeşitleri arasında son iki sırayı ise işletmeden ve müşteriden devlete gerçekleştiren elektronik ticaret almaktadır. Bu başlık kapsamında işletmeden devlete yönelik olarak gerçekleştirilen elektronik ticarete yönelik bilgiler paylaşılmakta ve konu hakkında bakış açısı oluşturulmaya çalışılmaktadır. Ancak konuya başlamadan önce elektronik ticaretin bu türünde ihalelerin önemli bir yer tuttuğunu belirtmekte yarar görülmektedir.

Devlet ile vuku bulmakta olan etkileşimler kurumsal anlamda ticarete dönük yaşam döngüsünün temelini teşkil etmektedir. Devlet yapılanmaları dikkate alındığında geleneğe bağlı olmak kaydıyla yönetilen devletlerde ekonomiye dönük olarak gerçekleştirilmekte olan etkinliklerin takip edilmesi, kontrollerinin gerçekleştirilmesi ve bunların belirli bir kayda tabi tutulması ve ilgili veriler yöneliminde belirli bir vergilendirme ve bu vergilendirmeye yönelik gerçekleştirilen tahsilat işlemleri yoğun bürokratik ortamın fitilini ateşlemekte ve inanılmaz derecede kağıt israfına sebebiyet verilmektedir. Belirli bir devletin sınırlarında ekonomiye dönük olarak hayata geçirilmekte olan etkinliklerin basit bir muhteviyata büründürülmesi, tescil etme hususunda yapılan etkinliklerde, yatırım gerçekleştirebilme ve kurumsal oluşumun kurulabilmesi hususunda gerekli müsaadelerin edinilmesinde, kurumsal anlamda değişik kurum ve kuruluşlar arasında gidip, gelen çeşitli dosyaların izlenmesinde, değişik kurumsal yapılanmalara yönelik olarak gerçekleştirilecek başvuru işlemlerinde, bu başvuru işlemlerine dönük olarak oluşturulan formlar vs.'nin ciddi anlamda basit hale getirilmesini temin etme görevini üstlenmektedir. Bahsedilen bu durumlar neticesinde hem ekonomik gelişmelerin takibi ve kaydı kolaylaşacak hem de vergilendirme konusunda edinimi sağlanan kazançların da yükseliş eğilimine geçmesine olanak tanınacaktır.³⁸

Devlet faaliyetlerinin elektronik ortama adapte edilmesi vesilesi ile dış satımın üzerinde etkiye sahip olan bürokrasinin minimuma inmesi temin edilebilmekte, devlet öncülüğünde alımı gerçekleştirilecek kimi değerlerin edinimine yönelik etkinliklerin internet ortamında mevcut ağ sistemleri ile entegre hale getirilmesi, devlet tarafından

³⁸Demet Nimet Esat, "Elektronik Ticaret ve İşletmeler Arası Elektronik Ticaret Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma", (Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kocaeli, 2004, s. 25.

açılmakta olan çeşitli ihalelerin ağ sistemleri vasıtası ile hayata geçirilmesi, değişik işletmeler tarafından alım faaliyetlerinin bütün hale getirilmek suretiyle muazzam oranlarda alıma doğru yelken açılması kurumsal oluşumlar ile elektronik ortamda ticari etkinliklerini organize etmekte olan devletin birlikte ticarete dönük olarak gerçekleştirdikleri etkinlikler bu bağıntının sahip olduğu muhteviyatı net bir şekilde gözler önüne sermesi açısından büyük önem taşımaktadır. Buradan yola çıkarak dış satımın yükseliş eğilimine geçme potansiyeli taşıdığı belirtilebilmektedir. Kurumsal oluşumlara yönelik olarak devlet öncülüğünde elektronik ortam vasıtası ile ortaya çıkarılan diğer bir uygulama ise, yönetmelik, mevzuat ve kanunlar konusunda ihtiyaç duyulan verileri en minimum süreçte edinebilme olanağı tanınmasıdır.³⁹

Görüldüğü üzere devlet ile müşteriler arasında yaşanan elektronik ticaret çeşidi sayesinde bu iki taraf arasında vuku bulmakta olan etkileşimler ve bu etkileşimlere odaklı olarak gerçekleştirilen çeşitli ticari etkinlikler önemli kolaylıklar sağlamaktadır. İlgili kolaylıklar bağlamında, kurumsal oluşumun ilerlemesi ve desteklenmesi sayesinde işlerini daha iyi bir konuma getirebilme olanağı doğmaktadır. Devlet tarafından sürecin ciddi anlamda kaliteli bir bağlamda yürütülmesi büyük önem taşımaktadır. Buna ek olarak, kurumsal oluşumların karşılaştıkları vakit kayıpları en minimal seviyeye çekilmekte ve süreç bu şekilde yönetilerek her iki tarafında bu ticari etkinlikten kârlı çıkmasına yönelik gayret sarf edilmektedir.

1.4.5. C2G (Müşteriden Devlete)

Elektronik ticarete ise temel alınan nokta olarak karşımıza devlet ile o devlete mensup olan vatandaşlar arasında vuku bulmakta olan bağıntıların elektronik ortama taşınması çıkmaktadır. Ülkemiz düzleminde konuya yaklaşım geliştirildiğinde karşımıza öncelikle e-devlet sistemi çıkmaktadır ve bu sistemin askerlik, vergi vb. ile alakalı alt sistemleri de devlet ile vatandaşlar arasında gerçekleşmekte olan elektronik ticarete örnek olarak gösterilebilmektedir.

Elektronik ortamda vuku bulan ticarete dönük etkinliklerin diğer bir türü olarak karşımıza çıkan “C2G” yani “müşteriden devlete elektronik ticaret” belirli bir

³⁹A.g.e., s. 25-26.

devlete mensup olan bireylerin yani devletin vatandaşlarının devletle arasında var olan bağıntılarının belirli bir sistematığe oturtulması ve ilgili bağıntıların internet teknolojisine adapte edilmek suretiyle bu mecra üzerinden yürütülmesi gayesini ön plana çıkarmaktadır.⁴⁰

Devletler ile kendilerine mensup olan bireyler arasında vuku bulan çeşitli sağlığa dönük, hukuka dönük ve vergilendirmeye dönük faaliyetler C2G elektronik ticaretin kapsamına girmektedir. Yurtdışına çıkmak adına gerçekleştirilen pasaport edinmeye dönük başvurular, araç kullanmak adına ehliyet edinebilmek için gerçekleştirilen işlemler ve bunlara ek olarak sosyal anlamda sağlanan devlet güvencesi odağında kazanılan prime yönelik haklar ile çeşitli vergilerin karşılanması vb. faaliyet ve uygulama alanları devletle elektronik ortamda kurulan ilişkileri oluşturmakta olup, vatandaşlarca ‘‘e-devlet’’ ismi ile anılmaktadır.⁴¹

Müşteri kitlesi kısaca bu konu kapsamında ele alınan ismi ile vatandaşlar ile mensup oldukları devletler arasında gerçekleşmekte olan elektronik ticarete dönük çeşitli uygulamalara yönelik olarak, tahsilat işlemlerine dönük ve vergilendirme konusunda takip edilmekte olan süreçlere dönük işlemler ile müşterilerin yani vatandaşların sakınılması ile alakalı olarak gerçekleştirilen başvuruların ve bunlara ek olarak gerçekleştirilen birtakım faaliyetler konusunda devlet tarafından kontrol mekanizması rolünün üstlenilmesinin de elektronik ticaretin bu türüne misal olarak verilebilmesi olanak dâhilinde bulunmaktadır.⁴²

Devlet ile vatandaşlar arasında vuku bulan ilişkilerin elektronik ortama taşınması sayesinde devlet dairelerinde günlerce beklenilerek gerçekleştirilebilen bürokratik işlemlerin, daha kısa bir zaman zarfında ve memnuniyet ekseninde gerçekleştirilebildiği değerlendirmesinde bulunmak gerekmektedir. Ayrıca, işlemlerin bu şekilde hayata geçirilmesi süreç bağlamında oluşması muhtemel ‘‘git gel’’ tarzı olumsuzlukların önüne geçilmesine ve sürecin en minimal hata ve kolaylıkla düzeltilebilme ekseninde cereyan etmesine imkân tanımaktadır. Bu durumunda bireyler ile mensup oldukları devlet

⁴⁰Hasan Alp Özel, ‘‘E-Ticaret ve Türkiye’nin Bilgi Toplumundaki Yeri’’, **Akademik Bakış Dergisi**, S. 38 (Eylül-Ekim 2013), s. 4.

⁴¹Nevzat Erdağ ve Emel Batuman, **Elektronik Ticaret El Kitabı**, 1. Baskı, İstanbul: Arıkan Kitabevi, 2006, s. 11.

⁴²Canpolat, **a.g.e.**, s. 10.

arasında gerçekleşen ilişkilerin daha yapıcı bir doğrultuda gelişmesine olanak tanıdığı görüşü ileri sürülebilmektedir.

1.5. Elektronik Ticarete Güvenlik

Elektronik ortamda hayata geçirilen ticarete yönelik etkinlikler gözden geçirildiğinde bu etkinlikler açısından en büyük öneme sahip bileşenin güvenlik bileşeni olduğu net bir şekilde görülmektedir. Günümüzde elektronik ticarete büyük bir yönelim olmasına karşın, aynı oranda da bu konuya yönelik çekimserlik ortaya çıkmaktadır. İlgili çekimserliğin esas nedenlerinin başında güvenlik olduğunu belirtmek kesinlikle doğru bir saptama olacaktır. Buradan yola çıkarak, elektronik ticareti yol edinen kurumsal oluşumlar güvenlik adına her geçen gün bir yeniliği gündeme getirmekte ve geliştirmekte ve bunları da müşteri kitlelerine bir şekilde duyurmaktadırlar. Güvenlik alanında bu gelişen ve değişen sistemler bağlamında elektronik ticaretin güvenliği sağlanmakta ve müşterilerin de bu ticari etkinliklere yönelim göstermesi gayesi taşınmaktadır. Bu çalışma kapsamında güvenliğe dönük olarak oluşturulmuş iki sistematik hakkında bilgilendirme gerçekleştirilecektir ve bu sistematlere konu bağlamında protokol adı verilmektedir. Bu sistematlere;

- SET (Secure Electronic Transaction),
- SSL (Secure Socket Layer) başlıkları bağlamında ele alınmaktadır.

Güvenlikle alakalı bu protokollerin anlaşılması elektronik ticaret bağlamında büyük önem taşımaktadır ve bu sebeple konu kapsamında bu protokollere ayrıntılı bir bakış açısı yöneliminde değinilmesi konusunda özen gösterilmektedir.

1.5.1. SET (Secure Electronic Transaction)

Elektronik ticaret konusunda geliştirilmiş bulunan güvenlik protokollerinden ilk olarak **“SET (Secure Electronic Transaction)”** güvenlik protokolüne değinilmektedir. Bu güvenlik protokolünün iyi bir şekilde anlaşılması **“SSL (Secure**

Socket Layer))'' güvenlik protokolünün de özümzenebilmesi açısından ciddi anlamda büyük önem ihtiva etmektedir.

SET adı verilen ve elektronik ticarete güvenliği temin etmek adına oluşturulan protokol Verisign, Netscape, Microsoft, Mastercard, SAIC, Terisa System, VISA, GTE ve IBM gibi dünyaca ün kazanmış kurumsal oluşumlarında üye olarak bulunduğu bir topluluk önderliğinde 1996 yılında oluşturulmuş bir güvenlik protokolüdür. Bahsedilen güvenlik protokolünün meydana getirilmesi ve kullanılmasındaki esas gaye, internet üzerinden son dönemde yaygınlık kazanmış bulunan bankacılık faaliyetlerinin güvenli bir doğrultuda yürütülebilmesi, kredi kartının internet üzerinde kullanımı esnasında karta yönelik bir takım verilerin güvenli bir düzlemde sistemlere ulaştırılması ve elektronik ortamda gerçekleştirilen çeşitli ticari faaliyetlerin gönül rahatlığı ekseninde yürütülmesidir. Bu güvenlik protokolü üzerinde çalışmalar yürütülmesi ve sonuç olarak protokolün oluşturulmasının ilk temel maksadı olarak karşımıza, kredi kartına ait verilere istenmeyen bireylerce erişiminin önlenmesi çıkmaktadır.⁴³

SET güvenlik protokolünden etkin anlamda faydalanılarak gerçekleştirilen ilk ticari etkinlik ise 1997 yılında ABD'de gerçekleştirilen lansman dâhilinde, Singapur ile İspanya kapsamında bulunan ve elektronik anlamda ticari faaliyetlerin gerçekleştirildiği sanal ortamdaki mağazalar üzerinden yapılmıştır.⁴⁴

Bu protokol bağlamında hayata geçirilen ticari etkinliklerde dijital sertifika ve cüzdanlardan yararlanılmakta ve ticari etkinlikler bu sayede oldukça güvenli bir muhteviyata sahip olmaktadır. Bu protokol ile kartı alışverişe dönük olarak kullanmakta olan bireyin o kartın esas müsebbibi olduğu, yüklenen parasal yükümlülüğün saklı tutulması ve bununla birlikte ticari etkinliğin yani alışverişin gerçekleştirilmiş bulunduğu kurumsal oluşumun ilgili banka ile belirli bir ortak payda da buluştuğu kesinleştirilmektedir.⁴⁵

⁴³Adem Gazioğulları, "Elektronik Ticaret ve Elektronik Ticaretin Gümrük Mevzuatı Bakımından Değerlendirilmesi", (Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Mersin, 2014, s. 23.

⁴⁴Gökgül, a.g.e., s. 70.

⁴⁵A.g.e.

SET protokolü bağlamında iki çeşit şifreleme prensibinden etkin olarak faydalanılmaktadır. Bu şifreleme prensipleri;⁴⁶

- DES,
- Açık Anahtar Şifrelemesi şeklinde karşımıza çıkmaktadır.

Bu güvenlik protokolün aslında spesifik bir içeriğe sahip olduğunu belirtmekte yarar görülmektedir. Bu protokol spesifik manada çevrimiçi koşullarda gerçekleştirilen alışverişlerde kullanım alanı bulmakta olan kredi kartlarının ihtiva etmekte oldukları verilerin eş zamanlı olarak güvenli bir düzlemde ulaştırılmasına imkân tanıyan bir protokol olarak kabul görmekte olup aynı zamanda bu alana dönük olarak temin edilmiş bir format görevi de üstlenmektedir. Bu protokol vasıtası ile çevrimiçi koşullarda kredi kartları vasıtası ile gerçekleştirilen çeşitli ödemeler bağlamında, verilerin elektronik ortamda internet teknolojilerinden yararlanmak suretiyle karşı tarafa ulaştırılması esnasında muhafaza edilmesi ve bir bütün haline getirilmesi temin edilmektedir. Bu güvenlik protokolü önderliğinde şifrelemeye tabi tutulan ödeme verileri yalnızca, ilgili kredi kartına sahip olan bireyi, bireyin alışverişi gerçekleştirdiği ve ödemeyi yapacağı online ortamdaki kurumsal oluşumun sanal mağazasını ve ilgili kredi kartını sağlayan kuruluşu kapsamaktadır. Buna ek olarak İlgili POS ile kredi kartının esas sahipliğini bünyesinde barındırmakta olan finansal kuruluşlarda bu içeriğe dâhil olmaktadır. Bu nokta da ilgili talepler ile kredi kartının sahip olduğu verilere alışverişin gerçekleştirildiği sanal mağaza önderliğinde ulaşılması mümkün olmamaktadır. Bunun temel sebebi olarak karşımıza ilgili verilerin farklılaştırılmış bir şifrelemeye tabi tutulması gösterilebilmektedir.⁴⁷

Bu protokol bağlamında, satışı gerçekleştiren kurumsal oluşum önderliğinde ilgili karta ait verilere ulaşılamasa bile, bu verilerin alışverişe taraf olan birey ile özdeşleştiği ve yanlışlık taşımadığı kartı sağlayan kuruluş ile bağlantıya geçilmek

⁴⁶Aslı Yılmaz, "Elektronik Ticarete Güven ve Sadakate Etki Eden Faktörler: Bir Uygulama", (Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Gebze, 2014, s. 36.

⁴⁷A.g.e.

suretiyle doğrulanabilmektedir. Bu konuya yönelik olmak üzere gerçekleştirilen ödemenin dijital sertifikalar aracılığı ile şifrelemeye tabi tutulması sağlanmaktadır.⁴⁸

Bu protokolün etkinleştirilmesi esnasında kart sahipleri önderliğinde sertifika sağlayıcılara başvurularak sahip olunan kartlara yönelik ayrı ayrı olmak kaydıyla SET güvenlik protokolü sertifikası edinilmesi şartı bulunmaktadır. Bunun hemen akabinde kartların sahipliğini bünyesinde barındıran bireylerce ilgili kredi kartını temin eden bankaya başvuru gerçekleştirilmek suretiyle dijital olarak oluşturulmuş bir cüzdan programı temin edilmeli, bu cüzdan programının yüklenmesi kart sahibinin bilgisayarına gerçekleştirilmeli, sahip olunan ve SET protokolü adına belirli bir dijital sertifikası bulunan kartların ayrı ayrı olmak kaydıyla dijital cüzdan adı verilen program öncülüğünde tanınması sağlanmalıdır. İlgili güvenlik protokolü düzleminde gerçekleştirilecek ticari etkinlikler dijital anlamda oluşturulmuş cüzdan programına sahip olan bilgisayarlar üzerinden, sanal ortamda faaliyetlerini sürdüren mağazalardan gerçekleştirilebilmektedir. İlgili programdan maksimum üç kez yararlanılabilmekte ve yine aynı şekilde ilgili program maksimum üç adet bilgisayara tanıtılabilmektedir. Bu bilgilere ek olarak SET adı verilen güvenliğe dönük protokolün, SSL protokolüne oranla daha büyük bir güvenlik temin ettiği ancak mobil anlamda faydalanılamamasından dolayı çok fazla rağbet edilmediği belirtilmektedir. Bu noktada sanal olarak faaliyetlerini elektronik ortamda yürütmekte olan mağazalar tarafından VPOS edinilmekte ve dijital anlamda sertifikasyon hizmeti veren belirli bir kuruluşun dijital sertifika sağlanması suretiyle ticari faaliyetler çerçevesinde güvenlik temin edilmektedir.⁴⁹

Oldukça geniş bir portföyde işlenen SET protokolünün elektronik ortamda gerçekleştirilen ticari faaliyetlerde güvenliği sağlamada önemli bir noktada bulunduğu yorumunda bulunabilmemiz olanaklıdır. SET protokolünün ilerleyen dönemde daha da geliştirilmesi ve mobil anlamda da kullanım alanı bulabilmesi sayesinde bu protokolden faydalanan kuruluşların sayısının önemli miktarda artış göstereceği varsayımında bulunabilmemiz mümkündür. Güvenlik anlamında faydalanılan bu protokol hem etik

⁴⁸Şule Özmen, **Ağ Ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu: E-Ticaret**, 1. Baskı, İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, 2003, s. 219.

⁴⁹Gökgül, **a.g.e.**, s. 71.

açından, hem kurumsal açıdan hem de müşteriler açısından çok avantajlı bir sürecin yaşanmasına ve maksimum düzeyde güvenlik temin edilmesine imkân tanımaktadır.

1.5.2. SSL (Secure Socket Layer)

Elektronik ortamda gerçekleştirilen ticaret konusunda güvenliği sağlamada yararlanılan protokollerden bir tanesi de “SSL” yani “Secure Socket Layer” güvenlik protokolü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu başlık altında ilgili protokole yönelik gerekli bilgilendirmelere yer verilmektedir.

Güvenliğe dönük olarak oluşturulmuş bulunan bu protokolün uygulamaya konulması TCP/IP kanalı aracılığı ile mümkün olmaktadır. Elektronik ticaret konusunda güvenliği temin edebilmek adına faydalanılmakta olan sistemlerden bir tanesi olarak kabul edilmekte olan bu protokol vasıtasıyla internet üzerinden web tabanlı temel alınmak suretiyle meydana getirilmiş olan sunucu ve tarayıcıların arasında ulaşımı temin edilmekte olan veri bileşenlerinin tamamının muhafaza edilmesi sağlanmaya çalışılmaktadır. Temel olarak yoğun bir şekilde rağbet edilen ve kullanım alanı bulmakta olan internet tabanlı web sunucu ve tarayıcılarının tamamında güvenliğin temin edilebilmesi adına SSL protokolünden faydalandığını belirtmek gerekmektedir. Bahsedilen bu protokol bağlamında, ticarete dönük olarak gerçekleştirilen birtakım etkinlikler ile belirli bir iş alanında etkinlikte bulunan ve faaliyetlerini idame ettirmekte olan bireyler ile kurumsal oluşumlar arasında ana hatlarını güvenlik üzerinden inşa eden ve mahremiyeti sağlanmış bir etkileşimin oluşturulması hususunda elektronik mecralarda meydana getirilmekte olan ve kişiliği saptayan birtakım dökümanlardan yararlanılması durumu söz konusu olmaktadır.⁵⁰

Ticari faaliyetin müsebbibi olarak kabul edilen taraflar arasında ulaştırılmakta olan ticarete dönük birtakım doküman ve bilgilere ilgili ticari faaliyetle alakası bulunmayan ve tarafta olmayan bireylerce ulaşılması ve yapısal anlamda birtakım değişiklik ve farklılaşmalara uğratılması SSL güvenlik protokolü bağlamında saptanmakta ve bu olayların vuku bulması esnasında ticaretin tarafi pozisyonunda

⁵⁰Adem Anbar, “Veri Transferi ve İşlem Güvenliğinin Sağlanmasında Kullanılan Şifreleme Yöntemleri ve Sayısal İmza”, *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, C. 6, S. 2 (2004), (Çevrimiçi) <http://www.isgucdergi.org/?p=article&id=223&cilt=6&sayi=2&yil=2004>, (Erişim Tarihi: 08.02.2016).

bulunan taraflara gerekli bilgilendirme araya belirli bir süre girmeksizin yapılmaktadır. ticaretin taraflarınca kullanım alanı bulan kredi kartları ayrıca özenli bir şifrelemeye tabi tutulmakta ve gerekli bilgilerin internet teknolojileri vasıtası ile finansal kuruluşlara yani bankalara ulaştırılması sağlanmaya çalışılmaktadır. Bu güvenlik protokolünde Finansal kuruluşlara ulaştırılan ilgili bilgilere, ticaretin yapıldığı kurumsal oluşum içerisinde faaliyette bulunan ve çalışan olarak adlandırılan bireylerce ulaşılması olanak dâhilinde bulunmamaktadır.⁵¹

Elektronik ortamda güvenliği tesis etmek maksadıyla kullanım alanı bulmakta olan SSL protokolünün hükümlerinin işler duruma gelmesi adına, kredi kartı sahipliği bulunan müşterilerce öncelikle çevrimiçi ortamda gereken tüm araştırmaların gerçekleştirilmiş olması gerekmektedir. Daha sonra bu araştırma sürecinin ardından da son ve nihai seçimin gerçekleştirilmesinin akabinde ilgili mamul veya hizmetin ayırılması işleminin devreye sokulması ile birlikte ilgili protokole ait hükümler devreye girmektedir. İlgili protokol aktif hale gelmeden önce, piyasa çapında faaliyette bulunan finansal kuruluşlardan birine ait kredi kartı sahipliği bulunan müşteri öncülüğünde ilgili siparişe yönelik olmak şartıyla belirli bir dökümanın oluşturulması ve oluşturulan bu dökümanı da onaylaması ihtiyaç dâhilinde bulunmaktadır. Ayrıca, ticarete müşteri olarak varlığını idame ettirmekte olan bireyce sahip olunan kredi kartının türünün de saptanmış ve bu bilginin iletilmiş olması gerekmektedir.⁵²

Dijital olarak oluşturulmuş imzalar yolu ile de belirli bir yetki vermek suretiyle, güvenliğin tesis edilmesi mümkün olabilmektedir. Dijital olarak oluşturulmuş imzalar sayesinde ticarete dönük olarak etkinlikler gerçekleştiren tarafların sahip oldukları kimlik bilgilerinin doğruluğu kanıtlanabilmekte ve bu ikili bağıntıda taraflar arasında ulaştırılmakta olan iletilerin taraflarca benimsenmesinin temeli atılmaktadır.⁵³

Görüldüğü üzere, SSL güvenlik protokolü de elektronik ticaret konusunda güvenliği sağlama hususunda danişılan bir sistematik olarak kabul görmektedir. Elektronik ortamda gerçekleştirilen çeşitli ticari etkinlikler dışarıdan gelebilecek olası etkilere açıktır ve bu sebeple bu mecrada gerçekleştirilen faaliyetlerin yüksek düzeyde

⁵¹A.g.k.

⁵²Özlem Perks, "Elektronik Ticaret ve KOBİ'lere Öneriler", (İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2009, s. 25-26.

⁵³A.g.e., s. 26.

güvenlik çerçevesinde gerçekleştirilmesi gerektiği bilgisini paylaşmak yerinde olacaktır. SSL güvenlik protokolü de, olası olumsuz durumların önüne geçmede ve tarafların maksimum düzeyde güvenlik hissiyatı içerisinde ticari ilişkilerini yürütmesinde önemli bir noktada bulunmaktadır yorumunda bulunabilmek olanaklıdır.

1.6. Elektronik Ticaret ve Ödeme Şekilleri

Ticari faaliyetlerin elektronik ortama taşınması neticesinde bu mecrada gerçekleştirilen ticari bağıntılar bağlamında yapılacak ödemeler farklı çeşitler yöneliminde gerçekleştirilebilme imkânına kavuşmuştur. Buradan yola çıkarak, birçok ödeme şekil ve aracı geliştirilmiştir ve geliştirilmeye de devam etmektedir. Günden güne yaşanan gelişmelere paralel olarak en ilkel ödeme araçlarından, en gelişmiş ödeme araçlarına kadar ödeme konusunda geniş bir portföy sunulmaktadır. Bu çalışma bağlamında elektronik ticaret kapsamında faydalanılmakta olan ödeme araçlarından üç tanesine değinilmesi uygun görülmektedir. Bu nedenle çalışmanın içeriğinde;

- EFT (Elektronik Fon Transferi),
- POS Cihazı ve
- Elektronik Para olarak adlandırılan ödeme şekillerinden bahsedilmektedir.

1.6.1. EFT (Elektronik Fon Transferi)

Elektronik ticaret konusunda kullanım alanı bulmakta olan ödeme şekilleri arasında en fazla tercih edilenler arasında ilk sıralarda ‘**EFT (Elektronik Fon Transferi)**’ ne rastlanmaktadır. EFT’nin günümüz koşullarında oldukça geniş bir kullanım alanı bulduğunu belirtmek gerekmektedir. Bu ödeme şeklinin minimum süre ve finansal kuruluş önderliğinde herhangi bir kesinti gerçekleştirilmeksizin gerçekleştirilebilmesinden dolayı ticari faaliyetin taraflarınca çokça kabul görmesi durumu söz konusudur.

Elektronik ticaret kapsamında kullanım alanı bulan ve EFT olarak adlandırılan ödeme sistemi ülkemiz genelinde kullanılan bir sistemdir ve bu sistem aracılığıyla ülkemizin para birimi olarak kabul edilen Türk lirasına yönelik olarak hayata geçirilen transfer işlemlerinin ve hayata geçirilen ilgili para transferi ile alakalı olmak üzere gerçekleştirilmiş kimi anlaşmaların TCMB öncülüğünde elektronik ortamdan faydalanılması suretiyle yapılabilmesi adına geliştirilmiş bulunan bir ödeme sistematığı olarak kabul edilmektedir.⁵⁴

Bu sistemden faydalanabilmek adına ilk olarak müşterinin anlaşmış bulunduğu ve işlemlerini yürüttüğü bankada belirli bir hesap açmış olması gerekmekte ve bu hesapta da ihtiyaç duyulan oranda bir nakit bulunması gerekmektedir. Bu şartların vuku bulmasının akabinde müşteri olarak nitelendirilen taraf öncülüğünde bankaya ulaşılmakta ve ticari anlamda karşısında bulunan taraf yani alıcı ile alakalı olarak işlemin gerçekleştirileceği banka ve ilgili bankada bulunan hesaba yönelik olarak var olan verileri anlaşmalı bulunduğu ve faaliyetlerini yürüttüğü bankasına ulaştırmaktadır. En nihayetinde müşterinin anlaşmalı olarak finansal işlemlerini gerçekleştirdiği banka tarafından alıcının anlaşmalı düzlemde finansal işlemlerini yürüttüğü banka ile irtibat kurulmakta ve ödenecek meblağın transferi sonuçlandırılmaktadır. Son dönem göz önüne alındığında elektronik ortamda ve internet teknolojisinde vuku bulan gelişmeler paralelinde ortaya konulan internet ve mobil bankacılık gibi uygulamalar yöneliminde fiziksel ortamdaki elektronik ortama kaydırılan işlemler sayesinde bireysel ve kurumsal anlamda tek bir tuş ile bulunulan yerden EFT işlemleri hayata geçirilebilmektedir.⁵⁵

Elektronik ticarete kullanılan ödeme yollarından bir tanesi olarak karşımıza çıkan EFT iki yoldan gerçekleştirilebilmektedir. Bu yollar;⁵⁶

- **Net Settlement:** Bir finansal kuruluşa (bankaya) ulaştırılmakta olan ödeme konusundaki emirler, ilgili finansal kuruluşun ödemenin tarafı pozisyonunda bulunmakta olan finansal kuruluştan talep edeceğini ve

⁵⁴Alptekin Güney, **Banka İşlemleri**, 2. Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., 2008, s. 50.

⁵⁵Utku Uluçay, "Dünya'da ve Türkiye'de E-Ticaret: Tüketicilerin İnternet Üzerinden Alışveriş Alışkanlıkları Üzerine Bir Uygulama", (Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara, 2012, s. 31.

⁵⁶Tuba Esra Keklikoğlu, "Elektronik Ticarete Bankaların Karşılaştıkları Sorunlar ve Bir Uygulama", (Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İşletme Eğitimi Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara, 2010, s. 79.

sonunda tahsil edeceğini doğrulamaktadır. Net settlement olarak tabir edilen ve EFT hususunda yararlanılmakta olan sistem kapsamında ödeme işlemlerinin hemen değil de belirli bir zaman geçmesinin ardından gerçekleştirilmesi ile ilintili olarak ödeme hususunda gereken emri almış bulunan finansal kuruluşun müşterisine ilgili ödeme sistemine geçilmeden önceki döneme yönelik olarak yapmış bulunduğu çeşitli ödemelerinde belirli bir kredi riski ihtiva etmekte olduğu açıktır.

- **Gross Settlement:** İlgili sistem kapsamında gerçekleştirilen ödeme işlemleri, EFT'yi yapan ve karşılayan finansal kuruluşların TCMB (Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası) kapsamında varlığını idame ettirmekte olan hesaplarına ilişkin gerçekleştirilen devre dönük faaliyetlerin bütünüdür. Gross Settlement olarak tabir edilen ve ödemeye yönelik olarak oluşturulmuş sistematik dâhilinde, ödeme işlemine dönük olarak yararlanılmakta olan aracın transfer edilmesi ile ilgili ödeme kaleminin nihaytlendirilmesi durumu bir bütün olarak nihaytlendirilmektedir. Ödeme sistemi olarak karşılaşılan Gross Settlement sistematığı muhteviyatında yapılmakta olan ödemelerin tek seferde gerçekleştirildiği ve geri dönüş gibi bir durumun söz konusu olmadığı da ayrıca üzerinde durulması gereken bir noktadır.

Son olarakta EFT adı verilen ve elektronik ticaret konusunda yararlanılan ödeme sistematiklerinden bir tanesi olarak karşılaşılmakta olan sistemin ihtiva ettiği gayelere değinmek yerinde bir yaklaşım olacaktır.

EFT olarak tabir edilen ödeme sistematığının temelde dört adet amaçtan söz etmek olanaklıdır. Bunlar;⁵⁷

- Finansal kuruluşların birbiri ile gerçekleştirdikleri parasal anlamda transfere dönük işlemlerin daha hızlı bir muhteviyata büründürülmesi,
- Finansal kuruluşlar arasında vuku bulmakta olan parasal anlamdaki transfere dönük işlemlerin güvenlik durumunun maksimum düzeye çıkartılması,

⁵⁷A.g.e., s. 80.

- Ülkelerin merkez bankaları kapsamında gerçekleştirilmekte olan faaliyetlerin daha basit ve çabuk bir düzlemde gerçekleştirilmesine olanak tanınması,
- Dolaşan ve fazla olarak var olan nakit kalemlerinin piyasadan çekilmesi ve minimum düzeye indirilmesini sağlamak EFT ödeme sisteminin amaçları olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 1. Türkiye’de 2015 Yılı EFT Toplam İşlem Hacmi

YIL	ÖDEME SİSTEMİ	TOPLAM İŞLEM HACMİ
2015	EFT	112 Milyar TL

Kaynak: ‘Monitise Türkiye’nin 2015 Yılı Mobil Bankacılık İstatistiklerini Yayınladı’, (Çevrimiçi) <http://webrazzi.com/2015/10/27/monitise-turkiyenin-2015-yili-mobil-bankacilik-istatistiklerini-yayinladi-infografik/>, (Erişim Tarihi: 18.02.2016).

EFT ödeme şekli elektronik ticaret bağlamında en fazla yararlanılan ve son döneme damgasını vuran bir ödeme şekli olarak kabul görmektedir. Yapısının esnek olması, zaman ve parasal tasarrufa imkân tanınması da en önemli artıları arasında gösterilebilmektedir. Günümüzde en değerli kaynağın zaman olması vesilesi ile bu ödeme şeklinin ticaret konusunda aktif bulunan her kesim adına büyük avantajlar doğuracağı yorumunda bulunmamız abes kaçmayacaktır. Buradan yola çıkarak EFT’nin önem taşıyan bir ödeme sistematiği olduğu ve gelecek yıllarda güvenlik konusundaki sürüncemelerin daha da netliğe kavuşturulması ile birlikte daha fazla rağbet göreceği savını ileri sürmemiz mümkündür.

1.6.2. Kredi Kartı

Elektronik alanda gerçekleştirilmekte olan ticaret odaklı etkinliklere yönelik olarak kullanılmakta olan ödeme seçeneklerinden bir diğeri olarak ise karşımıza ‘**kredi kartları**’ çıkmaktadır. Kredi kartları son dönemlere damga vuran teknolojik gelişmelerden bir tanesi olarak kabul edilmektedir. Ödeme konusunda paraya ihtiyaç kalmaksızın tek bir kart ile ödeme imkânı tanınmakta ve kartın borcu daha sonra aydan aya ödenebilmektedir. Bu ödeme seçeneği konusunda kurumsal oluşumlar fiziki

anlamda pos cihazlarından yararlanmakta ve bu cihazlar yardımıyla ödemeleri alabilmektedirler. Ancak, kredi kartlarının yaygınlaşmasına paralel olarak son dönemde kredi kartı borcunu ödeyemeyen çok büyük bir kitle ortaya çıkmıştır ve bu durum insanların olumsuz yönde etkilenebilmelerine ve haciz vs. gibi sıkıntılarla yüz yüze kalabilmelerine yol açmaktadır. Bu sebeple, büyük bir kolaylık olmasının yanında, sakıncalı yanının bulunduğunu da belirtmekte yarar görülmektedir. Bu başlık kapsamında kredi kartı ile alakalı bilgilendirmelere yer verilmekte ve kredi kartları hakkında daha somut bir bakış açısı benimsenmeye çalışılmaktadır.

Kredi kartlarının temelini 1960'lı yıllara dayandığı bilinmektedir. Ancak o tarihten itibaren, kredi kartları büyük bir devinim geçirmiş ve teknolojik ve yapısal anlamda önemli oranlarda farklılaşma ve gelişimler yaşamıştır. Elektronik ticaret konusunda faydalanılmakta olan ödeme araçları arasında liderliği elinde bulundurmakta olan kredi kartları, yoğun olarak müşteri kitlelerince kullanım alanı bulmakta ancak bu yoğun kullanım ekseninde ehemmiyet ihtiva eden güvenliğe dönük problemlerinde oluşumunun fitilini yakmaktadır. Güvenlik protokolleri büyük önem taşımakta ve herhangi bir şekilde "SSL" yani "Secure Socket Layer" isimli protokolün etkin olmaması ve güvenlik açığının var olması durumunda kredi kartı kullanıcısının internet teknolojisi yardımıyla karşı tarafa ulaştırmakta olduğu kart verileri istenmeyen kişilerce elde edilebilmektedir. Bu noktada vuku bulması muhtemel olan diğer bir riskte, kredi kartı sahiplerinin verilerinin, kart kullanımının akabinde ilgili elektronik ticaret sitesi öncülüğünde daha sonra kullanılmak suretiyle kayıt altına alınması ve kötü niyetli hacker olarak adlandırılan kişiler tarafından sistemin sabotaja uğraması neticesinde bu verilerinde o kişilerce ele geçirilebilmesidir.⁵⁸

Elektronik ticaret bağlamında kredi kartı ile gerçekleştirilen ödemelerde ortaya çıkması muhtemel bu problemleri bertaraf edebilmek adına spesifik anlamda özel bir şifrelemeye tabi tutulmak suretiyle oluşturulmuş kredi kartları ilerleyen dönemde çokça faydalanılacak kredi kartı teknolojileri arasında gösterilmektedir. Ayrıca buna ek olarak, kullanıma dönük olarak belirli bir limit dâhilinde sınırlandırılan ve tek kullanım hakkı tanıyan sanal anlamda oluşturulmuş kredi kartlarının da ilerleyen dönemde çok fazla

⁵⁸Hasan Hüseyin Subaşı, "Elektronik Ticaret ve Güven: Bir Araştırma", (Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara, 2012, s. 27.

yararlanılacak elektronik ticaret ödeme sistemleri arasında gösterildiğini belirtmekte yarar görülmektedir.⁵⁹

Tablo 2. Son 5 Yıl Bazında Türkiye’de Kredi Kartı Kullanım Adetleri

YIL	ADET (Milyon)
2011	51,4
2012	54,3
2013	56,8
2014	57,1
2015	58,0

Kaynak: ‘‘İnternette Kartla Yapılan Ödemelerin Toplamı 40 Milyar TL’ye Ulaştı’’, (Çevrimiçi) <http://webrazzi.com/2014/12/03/turkiyede-internetten-kartla-yapilan-odemelerin-toplami-40-milyar-tlye-ulasti-odeme-sistemleri14/>, (Erişim Tarihi: 18.02.2016).

Görüldüğü üzere, ülkemiz ekseninde kredi kartı kullanımı yıldan yıla büyük bir artış yaşayarak devinimini sürdürmektedir. Kredi kartları gelecekte de kullanım alanı bulacaktır ancak günden güne elektronik ticaret hususunda ödeme gerçekleştirmekte kullanılan araçlar farklılaşmakta ve büyük bir gelişim süreci yaşamaktadır. Güvenlik vb. gibi hususlarda daha iyi konumda bulunan araçlara ilerleyen dönemde daha büyük rağbet gösterileceği yorumunda bulunmak yanlış bir yaklaşım olarak değerlendirilmemelidir.

1.6.3. Elektronik Para

Elektronik ticaret konusunda kullanılan ödeme sistemleri arasında gösterilen ve yukarıda hakkında bilgilendirme gerçekleştirilen kredi kartlarının ihtiva ettiği güvenlik açıkları sebebiyle daha güvenli bir ticari etkinlikte bulunabilmek adına ‘‘**elektronik para**’’ seçeneği ortaya konulmuştur. Bu başlık altında elektronik ortamda ödeme

⁵⁹Nebipaşagil, a.g.e., s. 17.

konusunda yararlanılan sistemlerden biri olarak addedilmekte olan “**elektronik para**” hakkında bilgilendirme gerçekleştirilmektedir.

İnternet teknolojisinden yararlanılarak sanal ortamda gerçekleştirilen ticari faaliyetlerde faydalanılan bir ödeme sistemi olarak oluşturulan elektronik paralar, nakit para gibi kullanımı gerçekleştirilebilen, aynı şekilde muhafaza edilebilen ve transferi gerçekleştirilebilen bir araç olarak kabul görmektedirler. Ödeme konusunda faydalanılan elektronik para sisteminden etkin bir şekilde yararlanma arzusunda bulunanlar tarafından öncelikle elektronik para konusunda hizmet veren kurumsal oluşumlar önderliğinde oluşturulan ve spesifik bir muhteviyata sahip programın edinilmesi ve kişisel olarak kullanım alanı bulan bilgisayarlarına ilgili programın tanıtılması ihtiyaç dâhilinde bulunmaktadır. Ayrıca, ilgili kurumsal oluşum ile beraberce faaliyetlerde bulunan bir finansal kuruluşa hesap edinmeleri zorunluluğu bulunmaktadır. Hesapta var olan parasal kaynaklardan belirli bir miktarda para çekilmekte ve bu para daha sonra kullanılmak üzere elektronik paraya dönüştürülmekte ve elektronik ticaret bağlamında kullanım alanı bulabilmektedir. Bunun yanında, müşteri ile finansal kuruluş dışarısında kalan üçüncü kişilere e-mail aracılığıyla bu elektronik paralardan transfer gerçekleştirilebilmektedir.⁶⁰

Son dönem gözden geçirildiğinde elektronik para konusunda en büyük atılımların ve uygulamaların gelişimini tamamlamış ülkelerde zuhur ettiği görülmektedir. Ancak ülkemizde, bu ödeme sistemi konusunda ataklar yeni yeni başlamıştır. Bir finansal kuruluş olarak kabul gören Akbank tarafından, ODTÜ ve Boğaziçi üniversiteleri kapsamında uygulama alanı yaratılmaya çalışılan “**parakart**” ismi verilen deneme projesi elektronik para konusunda ülkemiz dâhilinde bulunan ilk uygulama olarak gündeme gelmiştir. Üretilen bu elektronik para kartı tek bir gayeye hizmet etmemektedir ve bununla birlikte tekrardan bakiye artırımını gerçekleştirilebilir bir özelliği de yapısında barındırmaktadır.⁶¹

Bütün bu bilgiler ışığında elektronik para için öncelikle bir yazılım edinilmesi gerektiği ve ardından bu yazılımın bilgisayara tanıtılması gerektiği sonucuna ulaşılmaktadır. Ayrıca, finansal kuruluş bağlamında kişisel olarak açılan hesapta

⁶⁰Murat Onur, “Tedarik Süreçlerine E-Ticaret Entegrasyonu ve Sonuçları”, (Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Makine Eğitimi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara, 2010, s. 38.

⁶¹A.g.e.

bulunan parasal değerler karşılığında elektronik para satın alınması ve bu para ile elektronik ticarete dönük etkinliklere katılım gösterilmesi amaçlanmaktadır. Bütün bu gelişimler, elektronik ticaret konusunda ödeme şekillerinin gün geçtikçe kolay bir düzleme taşındığı ve daha az zahmet karşılığında gerçekleştirilebildiği sonucuna varabilmemize olanak sağlamaktadır. Ayrıca, bu sayede gereksiz maliyetler ortadan kaldırılmakta ve her zaman çok değerli bir kavram olarak karşılaşılan tasarrufa da olanak tanınmaktadır. Bütün bu ödeme araçları, elektronik ticaret konusunda gelişimin günden güne artarak sürdüğünü ve gelişimin kesinlikle durağan bir düzlemde vuku bulmadığını gözler önüne sermektedir. İlerleyen dönemde de bu alana yönelik yeni gelişmeler yaşanacağı ve yeni sistemlerle karşılaşılabileceği savını ortaya atmak mümkündür.

1.7. Elektronik Ticaret Esnasında Ortaya ıkan Sorunlar

Elektronik ticaret konusunun son başlığı olan bu başlıkta elektronik ticaret esnasında oluşması muhtemel birtakım sorunlara değinilmesi amaçlanmaktadır. Bu bağlamda, elektronik ticaretin her ne kadar avantajlı bir olgu olsa da aynı zamanda muhteviyatında birtakım problemliler de barındırdığı kesinlikle göz ardı edilmemelidir. Bu sorunların ciddi anlamda özümsenmesi ilerleyen dönemde bu alana yönelik olarak gerçekleştirilecek işlemlerin daha sağlam temellere oturtulmasına ve daha etkin bir şekilde gerçekleştirilmesine imkân tanıyacaktır. Buradan yola çıkarak, elektronik ticaret esnasında ortaya çıkması muhtemel sorunlara aşağıda maddeler halinde yer verilmektedir. Bu sorunlar;

- Finansal Sorunlar,
- Altyapı Sorunları,
- Yasal Sorunlar olmak üzere üçlü bir ayrıma tabi tutulmaktadır.

Bu ana başlık kapsamında alt başlıklar içerisinde işlenecek bu sorunların üzerine ciddi bir şekilde eğilmek büyük önem taşımaktadır. Elektronik ticarete dönük etkinliklerde bulunan kurumsal oluşumlar tarafından bu sürecin ve sorunların ciddi anlamda irdelenmesi ve çözüm yolları aranması gerekmektedir.

1.7.1. Finansal Sorunlar

Elektronik ortamda ticari anlamda etkinliklerini yürütmek isteyen bireylerin gereksinimlerinin odağında öncelikle iyi bir internet teknolojisi altyapısı bulunmaktadır. İnternet teknolojisinden etkin olarak faydalanabilmenin yolu ise, kişisel anlamda bir bilgisayara sahip olunması ve daha sonra internet bağlantısı gerçekleştirebilmek maksadıyla modem edinilmesi gelmektedir. Ayrıca, internet konusunda hizmet veren belirli bir servis sağlayıcıya da gereksinim duyulmaktadır. Bu gereksinimlerin internet teknolojisinden faydalanabilmek adına gereksinim duyulan olgular olduğu ve temel maliyet kalemleri arasında gösterilmeleri gerektiği göz ardı edilmemelidir. B2B konusunda ortaya çıkan en temel ve büyük sorunun telefonların sahip olduğu hatlara yönelik yüksek ücretlerden ileri geldiği Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Teşkilatınca (OECD) ortaya koyulmuştur. Vergi konusu da elektronik ticaret konusunda ortaya çıkan finansal problemlerin temeline oturmaktadır. Vergi konusunda elektronik ortamda ticarete yönelik olarak gerçekleştirilecek etkinliklerde sistemin ilk olarak şeffaf bir zemine oturtulması gerekmekte ve ardından etkililiği, adaleti, hareketli bir yapıyı, yapısal anlamda esnekliği temeline alan ve son olarakda yaşanabilecek kaçakçılık etkinliklerinin önüne geçebilecek bir doğrultuda oluşturulması büyük önemiyet taşımaktadır.⁶²

1.7.2. Altyapı Sorunları

Elektronik alanda ticarete dönük olarak gerçekleştirilmekte olan etkinliklerin temel dayanağı olarak karşımıza ciddi anlamda sağlam iletişime dönük olarak oluşturulmuş bulunan şebekeler ve bu şebekelerle bir bütün olarak addedilmekte olan bilgi konusunda ortaya konulan teknolojik hamleler çıkmaktadır. İlgili ticari etkinliklerin ihtiva ettiği ticarete dönük hacmin yükselen bir grafik ortaya koymasına bağlı olmak kaydıyla oldukça yüksek seviyede yatırımların hayata geçirilmesi mecburi bir duruma gelmektedir. İnternet konusunda en temel ve gelişmiş seviyede bulunan ABD bile ilgili yatırımlar hususunda yeterli kalamayabilmekte ve bu durumda internete bağlanabilme konusunda ciddi problemlerin vuku bulmasına sebebiyet verebilmektedir.

⁶²Osman Gezgin, "E-Ticaret, E-Devlet İlişkisi ve Türkiye'de Elektronik Ticaret", (Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Kütahya, 2009, s. 27.

Ayrıca Şu da bir gerçektir ki, Dünya düzleminde farklı ülkelerin sahip olduğu internete dönük, telekomünikasyona dönük ve iletişime dönük temel kısacası alt yapı benzer seviyelerde bulunmamaktadır. Bahsedilmekte olan bu vaziyet ticaretin elektronik ortamda gerçekleştirilmesi esnasında önemli problemlerin vuku bulmasına sebep olabilmektedir. İnternet teknolojileri ilgili ticari etkinliklerin yükünü kaldıramayabilmekte ve bu durumda çeşitli aksaklıkların ortaya çıkabilmesine yol açabilmektedir.⁶³

1.7.3. Yasal Sorunlar

Bu tarzda bir ticari etkinliğe yönelik hukuki anlamda ciddi bir bakış açısı benimsenmemiş ve belirli bir düzenlemeye gidilmemiştir. Tam da bu sebeple bu alanın istismara açık bir alan olduğunu belirtmekte yarar görülmektedir. Elektronik ticarete dönük kurumsal oluşum ve kişisel düzeyde tek tek hukuksal düzenleme gerçekleştirilmesi mümkün değildir. Bu sebeple hükümetler tarafından genel anlamda elektronik ticarete dönük bir düzenlemeye gidilmesi, belirli sorunların oluşumunun önüne geçilmesi ve elektronik ticaret konusunda oluşturulmuş sistemin emniyete alınması konusunda önemli katkılar sağlayacaktır. Buradaki temel gaye ise, elektronik ticaretin özendirilmesi, yön gösterici bir içerik barındırması ve son olarak internet teknolojilerinden bütün dünya'nın etkin ve dinamik bir süreç bağlamında yararlanabilmesinin temin edilmesine yönelik hukuksal düzenlemelerin hayata geçirilmesidir.⁶⁴

Bütün bu bilgiler ışığında elektronik ticaretin üzerine ciddi anlamda eğilmek gerektiği konusunda mutabakata varılmaktadır. Elektronik ticaretin önünde bulunan bu problemleri durumların gözden geçirilmesi, bu durumlara yönelik çözümler üretilmesi ve öneriler getirilmesi alanın ilerleyen dönemde daha da büyük gelişim göstermesine olanak tanıyabilecektir. Elektronik ticaretin günden güne inanılmaz bir hızda geliştiği açıktır ve bu sorunların çözüme kavuşturulması ile birlikte ne derece hızlı bir süreç yelken açılabilceği ise henüz tahmin edilememektedir.

⁶³A.g.e., s. 28-29.

⁶⁴A.g.e., s. 28.

Elektronik ticaret kavramının işlendiği bu bölümde, kavram hakkında gerekli bilgilendirmelerin yapılmasına zen gösterilmiştir. Elektronik ticaretin son dönemi kasıp, kavurduğu ve günümüz ile gelecek açısından da bir idol olarak varlığını sürdüreceği yaklaşımı benimsenebilmektedir. Günümüzde alışverişlerin büyük bölümü elektronik ortama kaysa da, hala birtakım alışverişlerin yüz yüze gerçekleştirilmekte olduğu da bir gerçek olarak kabul edilmektedir. Ancak, bu durumun ilerleyen dönemde en minimum düzeye inebileceği ve hatta sıfır noktasına varabileceği varsayımında bulunabilmekte mümkündür. İlerleyen dönemde bu alanda güvenlik ve ödeme seçeneklerinin çeşitlenmesi ve hukuksal anlamda, altyapı ve finansal bağlamda da daha gelişmiş bir duruma gelinmesi ile birlikte bu alan daha büyük rağbet görmeye başlayacak ve ilerlemeler daha somut bir çizgiye oturabilecektir. Bu yorumların ülkemiz açısından da geçerli olduğunu belirtmekte yarar vardır.

2. KOBİ KAVRAMINA KAVRAMSAL YAKLAŞIM

Çalışmanın ikinci bölümü kapsamında özellikle son döneme damgasını vurmakta olan küçük ve orta ölçekli işletmelere, kısa adıyla “**KOBİ**”lere değinilmektedir. Bu bağlamda, öncelikle KOBİ kavramına yönelik olarak ileri sürülen tanımlara ve kavramın ihtiva ettiği öneme değinilmektedir. Hemen ardından sırasıyla, avantajları ile dezavantajlarına, hakkında gerçekleştirilen sınıflandırmalara, ekonomik anlamda sağladığı katkılara, KOBİ’lerin karşılaştığı sorunlara ve son olarakta KOBİ’ler adına sağlanan KOSGEB kredilerine odaklanılmaktadır.

2.1. KOBİ Kavramının Tanımı ve Önemi

KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşlar özellikle son dönemlerde büyük bir atak gerçekleştirmiş ve sayılarını günden güne arttırmak suretiyle çoğalan bir grafik çizmişlerdir. Günümüzde varlığını idame ettirmekte olan büyük ölçekli kuruluşlardan kat kat üstün sayıda KOBİ kuruluşunun varlığından söz edebilmek mümkündür. Bu başlık kapsamında günümüzde büyük önem arz eden KOBİ’ler hususunda gerçekleştirilen tanımlamalara ve kavramın muhteviyatında barındırdığı öneme geniş bir perspektif dâhilinde odaklanılmaktadır.

Ekonomik düzlemde gözden geçirildiği zaman KOBİ’lerin genel anlamda Dünya ülkelerinin ekonomilerinin temel ayağını oluşturduğunun ayırtına varılmaktadır. Ancak yapılan araştırmalar KOBİ’ler hususunda ciddi anlamda bir tanım birliğine varılamadığını gözler önüne sermektedir.⁶⁵

Bu tarzda kuruluşlar dikkate alındığında genel anlamda bir tanım birliğine varılamaması sürpriz olarak değerlendirilmemelidir. Bu durum tamamı ile bu tarzda kuruluşların dayandığı temellerden kaynaklanan bir durum olarak zuhur etmektedir. İlgili kuruluşun içerisinde faaliyetlerini sürdürdüğü ülkenin sahip olduğu endüstrileşme seviyesi, kuruluşlar tarafından bağlı olunan işlerine yönelik sahaları ve üretime yönelik

⁶⁵Tamer Koçel, **İşletme Yöneticiliği**, 3. Baskı, İstanbul: Alkım Yayınevi, 1993, s. 65.

olarak benimsedikleri süreç ve tekniklere bağlı olmak kaydıyla bölge ve ülkeler bazında tanımlama farklılıkları ile karşılaşabilmek olağan bir durum olarak kabul görmelidir.⁶⁶

KOBİ kavramının açılımı olarak karşımıza **“Küçük ve Orta Büyüklükte İşletme”** tabiri çıkmaktadır. Bu açılımda adı geçen büyüklüğe dair ibare ise şunlara bağlı olarak değişime uğrayabilmektedir;⁶⁷

- Ekonomik anlamda sahip olunan durum,
- Endüstrileşme hususunda bulunulan düzey,
- Faaliyet gösterilen pazar bölümünün sahip olduğu büyüklük durumu,
- Üretim hususunda faydalanılmakta olan süreç ve teknikler ile bağlı bulunulan sektörel ortama göre ülke ve bölgeler bazında değişimlere uğrayabilmektedir.

KOBİ konusunda ileri sürülen ve sürülecek olan çeşitli tanımlamalarda temel teşkil eden göstergeler;⁶⁸

- Kuruluşlar önderliğinde yerel anlamda var olan pazar koşullarında varlıklarını idame ettirebilmeleri adına barındırmaları zorunlu olan temel özellikler,
- Dünya düzleminde ülkeler bağlamında bu tarzda kuruluşlara yönelik olarak sağlanacak yardım odaklı uygulamalara yönelik olarak ayrılacak kaynakların durumu,
- Bu tarzda kuruluşların yerelden ziyade, uluslararası pazar koşullarına ayak uydurabilme ve bu koşullarda geçerli olan rekabete katılabilme potansiyelleridir.

⁶⁶Nazan Çelenk, “Bankacılık Sektöründe KOBİ’ler ve Bir KOBİ Kredi Analizi Örneği”, (Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2008, s. 3.

⁶⁷Andaç Bayburtluoğlu, “KOBİ Bankacılığı’nda Kredi Yönetimi ve Türkiye’de KOBİ Bankacılığı”, (Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2011, s. 11.

⁶⁸A.g.e.

Ülkeler açısından ekonominin en büyük ehemmiyet ihtiva eden yapıtaşlarından biri olarak karşımıza KOBİ'ler çıkmaktadır. Buna ek olarak, ülkelerin genel anlamda sosyo-ekonomik anlamda ilerlemesi konusunda da ehemmiyet ihtiva eden bir nokta da yer almaktadırlar. KOBİ olarak lanse edilen kuruluşlarda kararlar hızlı bir şekilde verilebilmekte, sermayeden en minimum seviyelerde yararlanılmakta, yönetsel anlamda katlanılan maliyetler en asgari düzeyde ortaya çıkmakta ve bu kuruluşlar pahalılıktan uzak bir üretim sürecinin hayata geçirildiği ekonomiye yönelik teşebbüsler olarak nitelendirilebilmektedir.⁶⁹

Büyük ölçeğe sahip kuruluşlar ile KOBİ adı verilen küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşların ayırtına varılması gerekmektedir. Bu da KOBİ'lerin ihtiva etmekte olduğu niteliklerin bilinmesi ile mümkün olabilmektedir. Bahsedilecek niteliklerin KOBİ'ler ile büyük ölçekli kuruluşları tam anlamıyla ayırt edebilecek muhteviyata sahip olması ve bununla birlikte gerekli tanımlamanın gerçekleştirilebilmesine imkân tanıyacak muhteviyata sahip olması gerekmektedir. Bu muhteviyata sahip olmak kaydıyla bahsedilen nitelikler, KOBİ'lerin soyut ve somut anlamda sahip oldukları nitelikleri gözler önüne sermektedir.⁷⁰

Öncelikle KOBİ'ler tarafından taşınan somut niteliklere değinmekte yarar görülmektedir.

KOBİ'lerin taşımakta oldukları somut nitelikler:⁷¹

- Kuruluşta iş gerçekleştirme süreleri,
- Kuruluşta faaliyette bulunan çalışanların çokluğu,
- Kuruluş kapsamında katlanılmakta olan çalışan maliyetleri ile ücretlerin tamamı,
- Kuruluş kapsamında çalışmalarda faydalanılan saha ve büyüklük,
- Kuruluş kapsamında gerçekleştirilen işlerde yararlanılmakta olan teçhizat ile araç ve gereçlerin sayıları,

⁶⁹İlhan Uludağ ve Vildan Serin, **Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler**, 1. Baskı, İstanbul: İTO Yayınları, 1990, s. 14.

⁷⁰Tamer Müftüoğlu ve Tülin Durukan, **Girişimcilik ve Kobiler**, 1. Baskı, Ankara: Gazi Kitabevi, 2004, s. 53.

⁷¹**A.g.e.**, s. 76.

- Kuruluş kapsamında kullanılan araç ve gereçlerin, kısacası teçhizatın senelik olarak ayrılan yıpranma payları,
- Kuruluş kapsamında gerçekleştirilen işlerde kullanılmakta olan değerlerin çokluğu ile kuruluş tarafından bu değerlere dönük olarak katlanılmak zorunda bulunulan giderler,
- Kuruluşun genel anlamda potansiyeli ve bünyesinde barındırmakta olduğu bu potansiyelden yararlanma derecesi,
- Kuruluşun sahip olduğu genel anlamdaki sermaye durumu,
- Kuruluş önderliğinde gerçekleştirilen satışlar ile bu satışlar neticesinde elde edilen kazanımlar ve son olarakta ödenme yükümlülüğünde bulunulan vergiler olarak kabul görmektedir.

Görüldüğü üzere KOBİ'lerin kendi içlerinde barındırdıkları, sayısal anlamda muhasebesi yapılabilen, kağıda dökümü gerçekleştirilebilen ve açık bir şekilde görülebilen değerlerinin ve süreçlerinin tamamı somut nitelikler olarak karşımıza çıkmaktadır. Somut niteliklerinin akabinde KOBİ'lerin bünyelerinde barındırmakta oldukları soyut niteliklere de değinmekte fayda vardır.

KOBİ'lerin taşımakta oldukları soyut nitelikler aşağıda paylaşılmaktadır;⁷²

- KOBİ'ler arasında gösterilen küçük çaptaki kuruluşlarda üretime dönük süreçler atölyelerde hayata geçirilmektedir.
- Üretime dönük süreçlerin endüstriyel gelişmelerden ziyade, insan gücü üzerine oluşturulması, rekabet konusunda yaşanması muhtemel süreçlere mani olmaktadır.
- Kredi sağlanması hususunda küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlar ciddi güçlükler ile karşılaşmaktadır.
- Küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlar dikkate alındıklarında ofinansman yöneliminde zorlu bir süreçle karşılaştıkları görülmektedir.

⁷²İdil Koç, **Türk Kobileri Bugünü ve Geleceği**, 2. Baskı, İstanbul: Arıkan Basım Yayım Dağıtım, 2008, s. 5.

- Küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlarda ayrıca finansa dönük bir departmandan söz edilememektedir.
- Pazarlama konusunda da küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşların birtakım sorunlarla karşı karşıya kaldıkları görülmektedir.
- Bu tarzda kuruluşlar, kendi kurucuları ile bir bütün olarak kabul görmekte ve bu şekilde değerlendirilmektedir.
- Ciddi anlamda ehemmiyet arz etmekte olan nitelikleri ise şartlara basit bir şekilde uyum geliştirmeleridir.
- Kuruluş belirli bir durumda iflasa doğru giderse, KOBİ olarak nitelendirilen bu kuruluş kurumsallaşmamış ve aile düzeyinde kalmış ise kuruluşun kurucusu sahip olduğu mallarının tamamı ile sıkıntılı durumdan mesul tutulmaktadır.

KOBİ'lerin soyut anlamda sahip oldukları niteliklerde bu şekilde şekillenmektedir. Bu bilgilerin tamamının verilmesinin ardından KOBİ'ler hakkında gerçekleştirilen tanımlamalara değinmekte yarar görülmektedir. Bu tanımların akabinde çalışmaya uygun genel bir tanımın yapılması da büyük önem arz etmektedir.

KOBİ, yani küçük ve orta büyüklüğe sahip kuruluşlara yönelik olarak Avrupa Birliği (AB) kapsamında 1996 senesinde alınan karar uyarınca, mevcut işgücü potansiyeli 250 elemanı geçmeyen kuruluşların KOBİ olarak kabul edildiği görüşü üzerinde uzlaşmıştır.⁷³

KOBİ'ler "Yeni Teşvik Düzenlemesi" kapsamında şu şekilde açıklanmaktadır; ziraat ile üretime dönük alanda faaliyetlerini sürdürmekte olan ve kanuni anlamda varlıkları açısından taşınmaz olarak kabul edilen malları dışında sahip olduğu demirbaşlarının toplam değeri en fazla 399 milyar TL olan, 1-9 kişi arası bir işgücü potansiyelini bünyesinde barındırmakta olan kuruluşlar "**mikro ölçekli kuruluşlar**", 10-49 kişilik bir işgücü potansiyelini bünyesinde barındıran kuruluşlar "**küçük ölçekli kuruluşlar**", 50-250 kişi aralığında bir işgücü potansiyelini

⁷³Erdem Bağcı, "Finansal Krizler Karşısında KOBİ'lerin Durumu: Türkiye'de Şubat 2001'de Yaşanan Finansal Krize Karşı KOBİ'lerin Aldığı Tedbirler", (Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2009, s. 30.

bünyesinde barındırmakta olan kuruluşlar ise ‘‘orta ölçekli kuruluşlar’’ şeklinde lanse edilmektedir. Gerçekleştirilen bu tanımdan yola çıkıldığında AB öncülüğünde gerçekleştirilen tanım ile belirli bir adaptasyonun temin edilebildiği görülmektedir.⁷⁴

Tablo 3. AB Birliği Önderliğinde İleri Sürülen KOBİ Tanımı

	Açıklama Öncülü	Mikro Ölçekli Kuruluşlar	Küçük Ölçekli Kuruluşlar	Orta Ölçekli Kuruluşlar
AVRUPA BİRLİĞİ TANIMI	İşgücü Çokluğu	≤10	≤50	≤250
	Senelik Satışların Net Kazancı	≤2 Milyon Euro	≤10 Milyon Euro	≤50 Milyon Euro
	Mali Anlamda Senelik Bilanço Durumu	≤2 Milyon Euro	≤10 Milyon Euro	≤43 Milyon Euro

Kaynak: Bağcı, a.g.e., s. 31.

Tablo 3 gözden geçirildiğinde AB öncülüğünde ileri sürülen KOBİ tanımına kısa ve öz bir şekilde ulaşmak mümkündür. Bu tanım genel kabul gören bir tanımlama olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu tanımlamanın akabinde ülkemiz tarafından AB tanımı ile uyumlaştırılma amacıyla gerçekleştirilen tanıma değinmek gerekmektedir.

⁷⁴A.g.e., s. 30-31.

Tablo 4. Türkiye Önderliğinde İleri Sürülen Uyumlaştırılmış KOBİ Tanımı

	Açıklama Öncülü	Mikro Ölçekli Kuruluşlar	Küçük Ölçekli Kuruluşlar	Orta Ölçekli Kuruluşlar
TÜRKİYE TANIMI	İşgücü Çokluğu	0-9	10-49	50-249
	Senelik Satışların Net Kazancı	≤1 Milyon TL (606 Bin Euro)	≤5 Milyon TL (3 Milyon Euro)	≤25 Milyon TL (15.15 Milyon Euro)
	Mali Anlamda Senelik Bilanço Durumu	≤1 Milyon TL (606 Bin Euro)	≤5 Milyon TL (3 Milyon Euro)	≤25 Milyon TL (15.15 Milyon Euro)

Kaynak: Bağcı, a.g.e., s. 31.

Tablo 4 incelendiğinde Türkiye öncülüğünde, AB ile uyumlaştırılmış KOBİ tanımının hangi yönde bir gelişim gösterdiği net bir çizgide görülmektedir. İki tanım arasında benzerlikler olduğu gibi birtakım farklılıklardan da söz edilebilmektedir ancak temel çıkış noktası ve önem verilen noktaların eş değer olduğu da yadsınamayacak bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır.

OECD tarafından gerçekleştirilen KOBİ tanımı dikkate alındığında çalışan sayısının temel yapıtaşı olarak kabul gördüğü net bir şekilde görülmektedir. Buna göre, çalışan sayısı maksimum 19 kişiye kadar olan kuruluşlar “**oldukça küçük kuruluşlar**”, 20 ile 99 kişi aralığında olan kuruluşlar “**küçük ölçekli kuruluşlar**”, çalışan sayısı 100 ile 499 aralığında olan kuruluşlar “**orta ölçekli kuruluşlar**” ve çalışan sayısı 500 ve üzeri kişi olan kuruluşlar ise “**büyük ölçekli kuruluşlar**” olarak kabul görmektedir.⁷⁵

KOSGEB tarafından gerçekleştirilen KOBİ tanımına odaklanıldığında bu konuda karşımıza 3624 sayılı numarasına sahip KOSGEB’in kuruluşuna yönelik olarak hazırlanan yasanın maddelerinden 2.’si çıkmaktadır. Buna göre üretime dönük endüstri

⁷⁵Tamer Müftüoğlu, **Türkiye’de KOBİ’ler: Sorunlar-Öneriler**, 5. Baskı, Ankara: Turhan Kitabevi, 2002, s. 119.

sektöründe, çalışan çokluğu 1 ile 50 arasında bulunan kuruluşlar “**küçük ölçeğe sahip endüstri kuruluşları**”, 51 ile 150 arasında bulunan kuruluşlar ise “**orta ölçeğe sahip endüstri kuruluşları**” olarak kabul görmektedir.⁷⁶

Hazine Müsteşarlığı önderliğinde gerçekleştirilmekte olan KOBİ tanımı; üretime dönük endüstriyel ortamda çalışmalar yürütmekte olan ve resmi anlamda tutulan kayıtlar bağlamında taşınmazlar dışarısında var olan kuruluşa ait demirbaş statüsündeki değerlerin sahip olduğu total değer 400 milyar Türk Lirası gibi bir değer üstüne çıkmaması şartı bulunmaktadır. Bu tanımlamadan yola çıkılması suretiyle en fazla 9 çalışanın bir işgücünü bünyesinde barındırmakta olan kuruluşlar “**çok küçük ölçeğe sahip**”, 10’dan 49 kişiye kadar bir çalışan gücü potansiyelini bünyesinde barındırmakta olan kuruluşlar “**küçük ölçeğe sahip**” ve 50’den 250 çalışana kadar bir işgücü potansiyelini bünyesinde barındırmakta olan kuruluşlarda “**orta ölçeğe sahip**” kuruluşlar olarak kabul görmektedirler.⁷⁷

KOBİ konusunda diğer bir tanımlama ise Dış Ticaret Müsteşarlığı öncülüğünde gerçekleştirilmektedir. Bu tanımlamaya göre; 1 ile 200 kişilik bir çalışan potansiyelini bünyesinde barındırmakta olan, üretime dönük endüstriyel ortamda faaliyetlerini idame ettirmekte olan, resmi anlamda bütün varlıklarını ve işlemlerini kayıt altına alan ve taşınmaz olarak nitelendirilen değerleri dışarısında kalan ve sabit anlamda oluşan sermaye değeri 2 milyon USD çapında Türk Lirasını geçmeyen kuruluşlara “**KOBİ**” adı verilmektedir.⁷⁸

1991 senesinde Devlet İstatistik Enstitüsü öncülüğünde gerçekleştirilen KOBİ tanımı ise kuruluşlarda faaliyetlerini sürdüren işgücü sayılarını temel dayanak olarak kabul etmektedir. Bu noktada gerçekleştirilmekte olan sınıflandırma dördü bir düzlemde gerçekleştirilmektedir. Çok küçük ölçekli olarak nitelendirilen kuruluşlarda 1 ile 9 arasında çalışanın, küçük ölçekli olarak nitelendirilen kuruluşlarda 10 ile 49 çalışanın, orta ölçekli olarak nitelendirilen kuruluşlarda 50 ile 99 çalışanın

⁷⁶Gonca Büyür Atıcı, “Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ’LERİN) Ekonomik Gelişime Etkileri, Finansman Kaynakları ve KOBİ’lerin Büyümesini Sağlayan Faktörlere İlişkin Bir Karşılaştırma”, (İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul, 2006, s. 42-43.

⁷⁷Mustafa Beybur, “Girişimcilik-KOBİ ilişkisi Bağlamında Banka Kredilerinin Girişimcilik (KOBİ) Sektörü Üzerindeki Etkileri”, (Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye ve Ekonomi Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Diyarbakır, 2008, s. 43.

⁷⁸A.g.e.

varlığını idame ettirdiği üzerinde durulmakta ve bu rakamlara sahip kuruluşlar KOBİ olarak nitelendirilmektedir. Sınıflandırmanın son ayağını oluşturan büyük ölçeğe sahip kuruluşlar ise 100 çalışanın üzerinde bir potansiyeli bünyesinde barındırmakta olan kuruluşlar olarak kabul görmektedir.⁷⁹

Eximbank tarafından gerçekleştirilmekte olan KOBİ tanımı ise şu şekilde paylaşılmaktadır; Üretim endüstrisi alanında faaliyetlerini idame ettiren, 1 ile 200 kişi arasında bir çalışan çoğunluğunu bünyesinde barındırmakta olduğunu SSK vasıtası ile kanıtlayacak dökümanları hazır bulunduran, taşınmaz olarak nitelendirilen değerler dışarısında kalan ve var olan net sermayesi bilanço günü itibariyle 2 milyon USD'yi geçmeyen ve bu tarzda bir paranın Türk lirası olarak karşılığına sahip olan kuruluşlara **“KOBİ”** adı verilmektedir.⁸⁰

Bütün bu bilgiler dikkate alındığında KOBİ tanımının farklı kuruluşlarca, farklı yönlerden ele alındığı net bir şekilde görülmektedir. Bu bağlamda, yapılan birtakım sınıflandırmaların KOBİ tanımı hususunda belirleyici bir noktada bulunduğunu belirtmek yanlış bir bakış açısı olmayacaktır. KOBİ'lerin, üretime dönük sahalarda faaliyetlerini sürdüren ve 250 kişiden fazla bir işgücüne sahip olmayan, bununla birlikte belirli bir bilanço değerini aşmayan kuruluşlar olduğu çıkarımında bulunabilmek olanak dâhilinde bulunmaktadır. Bütün bu tanımlamaların ardından KOBİ'lerin ihtiva ettikleri öneme değinmekte büyük ehemmiyet taşımaktadır. Bu noktadan itibaren KOBİ'lerin önemi hususunda bilgiler verilmekte ve konuya biraz daha netlik kazandırma uğraşısı içerisine girilmektedir.

KOBİ olarak tanımlanan küçük ve orta ölçekli kuruluşlar dünya çapında istihdam olanakları oluşturma ve ülkelerin ekonomik alanda refaha ulaşmasını sağlama hususunda ehemmiyet taşıyan bir noktada bulunmaktadırlar. Büyük olarak nitelendirilen kuruluşlara kıyasla, küçük olarak nitelendirilmekte olan kuruluşlar önderliğinde daha geniş ölçüde istihdam olanakları temin edilmektedir.⁸¹

2. Dünya Savaşının ardından yaşanan süreçten başlamak üzere 1970'li senelere kadar geçen süreçte dünya çapında ehemmiyet arz eden kuruluşlar büyük ölçeğe sahip

⁷⁹Atıcı, a.g.e., s. 44.

⁸⁰A.g.e., s. 43.

⁸¹Bayburtluoğlu, a.g.e., s. 15.

olan kuruluşlar olarak kabul görmekteydi. 1900'lü yılların bitimine yaklaştığında dünya çapında bu algı değişikliğe uğramaya başladı. Bunun sebebi ise global ortamda yaşanan rekabet sürecinin kızışması ve pazar şartlarında ciddi anlamda büyük bir dinamizm çerçevesinde değişiklikler yaşanmasıydı. Büyük ölçeğe sahip kuruluşların, dünya çapında varlığını idame ettiren ülkelerin muvaffakiyeti ve gelişiminde sahip olduğu rolü üzerinde varlık bulan düşünceler, hızla farklılaşan ve gelişim sürecine giren dünya koşullarına adapte olmada güçlük çekmeleri ve dünya ekonomilerinde vuku bulan inişli, çıkışlı seyirden kendini soyutlayamamaları sebebiyle olumsuz bir gidişat üzerinde şekillenmiş olup, bu sebeplerden kaynaklı olarak bünyesinde barındırdıkları ehemmiyetlerini de geride bırakmak durumunda kalmışlardır.⁸²

KOBİ'lerin Avrupa kıtasında 80'li yılların akabinde ehemmiyet arz eden bir yapıya kavuştuğunu belirtmek gerekmektedir. Bu tarzda kuruluşlar, ekonomik anlamda meydana gelen çeşitli buhranlara karşı ciddi anlamda mücadele edebilen ve işsizlik problemlerinin ortadan kaldırılmasında da ehemmiyet arz eden bir yapıya sahiptirler. Avrupa dâhilinde 85 senesi içerisinde belirli bir kuruluştaki çalışmak adına başvuruda bulunan 25 bireyden %12'lik bölümü (3 kişi) işsizlik problemi ile yüz yüze kalmıştır. Buradan yola çıkılması suretiyle, gerçekleştirilen çalışmalar tamamı ile işsizliğin önüne geçme ve iş sağlama adına çabalara yönelmiş ve sorunun çözümü de KOBİ'lerde görülmüştür.⁸³

Dünya piyasaları göz önünde bulundurulduğunda, KOBİ olarak lanse edilmekte olan küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşların günden güne daha büyük ehemmiyet ihtiva etmekte olan bir niteliğe büründüğü sonucuna rahatlıkla ulaşılmaktadır. Küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlar sahip oldukları pazar koşullarında meydana gelen farklılaşmalara hızlı adaptasyon kabiliyetleriyle, işsizlik problemlerine önemli bir çözüm olması sebebiyle ve bunlara ek olarak sosyal ve iktisadi alanda refaha kavuşma hususunda sahip oldukları etkileme güçleriyle özellikle gelişim gösteren ve gelişimini tamamlamış ülkeler nezdinde çokça rağbet görmektedirler. Bunun yanında, küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşların, endüstriyel sahadaki büyük ölçeğe sahip kuruluşlara

⁸²Devrim Kardeş, "21. Yüzyılda KOBİ'ler ve KOBİ'lerin İşe Alım Süreçlerinin Değerlendirilmesi", (Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Eskişehir, 2010, s. 21.

⁸³İsmail Bulmuş, Ertan Oktay ve Mete Törüner, **Küçük Sanayi İşletmelerimizin Konumu Önemi ve AT'a Girerken Karşılaşılabilecek Sorunlar ile Çözüm Yolları**, 1. Baskı, Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları, 1990, s. 66.

ehemmiyet arz eden yardımlarda bulunduğu ve adeta bir bütünleyici işlevi gördüğü görüşü ileri sürülmektedir.⁸⁴

Ülkeler bazında sosyo-ekonomik yönelimde bir değerlendirme gerçekleştirildiğinde, düzenli olarak gerçekleştirilen şehirleşmenin, sanayileşmenin, en verimli şekilde gerçekleştirilmekte olan ticarete ve ulaştırmaya yönelik aktivitelerin en büyük ehemmiyet taşıyan destekleyici etmeni ve olmazsa olmaz unsuru olarak karşımıza KOBİ'ler yani küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlar çıkmaktadır. İmalat konusunda yapısında barındırmakta olduğu katılıktan uzak yapısı ve pazarda meydana gelen değişik arzulara basit bir şekilde adaptasyon geliştirebilmeleri sebebi ile global anlamda vuku bulması olası ekonomik içerikli buhranlarda oldukça muvaffakiyetli bir grafik sergilemektedirler. Bu sebeplerden ötürü, son zamanlarda özellikle endüstrileşme sürecini tamamlamış ülkelerde ciddi anlamda ehemmiyet taşıyan ekonomik anlamda etkinliklerde bulunan birer birim haline gelmişlerdir. Ekonomik anlamda KOBİ'lerin ehemmiyet ihtiva etmekte olan bir sürecin elemanı olmaları devlet yetkililerinin de dikkatini cezp etmiş ve KOBİ'lere dönük olarak birtakım resmi düzenlemelere girişilmesinin önü bu şekilde açılmıştır.⁸⁵

Son dönemde globalleşmenin önem taşıyan oranlarda hız kazanması neticesinde pazar koşullarında kuruluşların varlıklarını idame ettirebilmeleri ve mevcut rekabet koşullarından dışlanmamaları adına teknolojik anlamda yaşanan dinamik ve değişken süreci imalat süreçlerine uygulayabilmeleri ve bununla birlikte imal edilen ürünleri en minimal maliyet ve maksimum kalite odağında pazara sürmeleri gerekmektedir. Endüstriyel ortamda faaliyetlerini yürüten büyük ölçeğe sahip kuruluşların üretim süreçlerinde gereksinim duydukları hammadde, ara ve temel mallarını küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlardan temin etmeleri dışında başka alternatif göze çarpmamaktadır.⁸⁶

⁸⁴Halil Sarıaslan, **Türkiye Ekonomisinde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler: İmalat Sanayi İşletmelerinde Sorunlar ve Yeni Stratejiler**, 1. Baskı, Ankara: TOBB Yayınları, 1996, s. 12.

⁸⁵Adnan Çelik ve Tahir Akgemci, **Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler**, 2. Baskı, Ankara: Gazi Kitabevi, 2007, s. 148.

⁸⁶Aykan Coşkun, "Leasing'in KOBİ'lere Getirdiği Kolaylıklar ve Sincan-Etimesgut-Yenikent Sanayici ve İş Adamları Derneği'ne (SİSİAD) Üye KOBİ'lerin İncelenmesi", (Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Finans Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Ankara, 2008, s. 67.

Küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlar bir yere bağlı olmaksızın süreçlere katılan ve muvaffakiyet eksenine dönük olmak suretiyle yönlendirilmekte ve yönetilmekte olan kuruluşlar olarak kabul görmektedir. Aktif ve hızlı bir sürecin neferi olan bu tarzda kuruluşlar, bağlı buldukları ülke ekonomilerine de ciddi anlamda ehemmiyet ihtiva eden katkılarda bulunma hususunda sahip oldukları nitelikleri yöneliminde önem taşıyan bir konumda bulunmaktadır. Bu noktadan hareketle, gelişimini tamamlamış Batı ekonomilerinin 80'li senelerde gündeminde bulunan büyük ölçeğe sahip kuruluşları oluşturma ve bu yolla işsizlik sorununun önüne geçmeyi ön plana çıkarma gayreti geri plana atılmış ve önemini yitirmiştir. Gelişim sürecini başarı ile sona erdirmiş Batı ülkeleri önderliğinde 21. yüzyılın başından itibaren iktisadi süreçlerin ve endüstriyel süreçlerin tamamı KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşların üzerine inşa edilmeye başlanmıştır. Günümüzde dünya çapında globalleşen pazar koşullarında devamlılığı sağlanabilir rekabet koşullarının ana hatları KOBİ'ler üzerine kurulmaktadır.⁸⁷

Uzun bir içerik kapsamında paylaşılan bu bilgiler gözden geçirildiğinde, KOBİ'lerin dünya pazarlarındaki rekabet koşullarında itici bir güç olarak varlıklarını idame ettirdikleri neticesine varılmaktadır. Ekonomik anlamda temel teşkil eden bu kuruluşların sayıları tahmin edilemeyecek oranlarda fazlalaşmış ve bu kuruluşlar sayesinde ekonomik anlamda yaşanan dar boğaz durumları belirli bir rahatlığa kavuşturulmuştur. KOBİ'ler dünya çapında varlığını idame ettiren ülke yönetim ve hükümetlerince korunmalı ve bu alanda ciddi teşviklere girişilmelidir. KOBİ'lerin varlığı, büyük ölçekli kuruluşların endüstriyel anlamda üretime girişebilmeleri ve varlıklarını devam ettirebilmeleri adına da büyük önem taşımaktadır. Görüldüğü üzere, bu tarzda kuruluşlar sayesinde ülkelerdeki istihdam problemlerinin önüne geçilebilmekte, refah seviyesi ve ekonomik anlamda gelişim artırılabilen ve bu yolla ülkelerde global ortamda büyük katkılar elde edebilmektedirler.

⁸⁷A.g.e.

2.2. KOBİ'lerin Sınıflandırılması

KOBİ olarak tanımlanan küçük ve orta ölçekli kuruluşlar belirli bir yönetmelik dâhilinde sınıflandırmaya tabi tutulmaktadır. Bu başlık kapsamında KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşların tabi olduğu sınıflandırmaya değinilmektedir. Bu yolla konunun akıllarda biraz daha netlik kazanması amaçlanmaktadır.

KOBİ olarak nitelendirilen küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlar bünyesinde aktif olarak çalışma hayatını sürdüren çalışanları ve sahip oldukları bilançoları yöneliminde bir sınıflandırmaya tabi tutulabilmektedirler.

KOBİ tanımında da üzerinde durulan ilgili sınıflandırmanın ilk ayağı olarak kabul gören çalışan çokluğuna göre sınıflandırma şu şekilde gerçekleştirilmektedir:⁸⁸

- **Mikro (Çok Küçük) Kuruluşlar:** Bir senelik süreç içerisinde en fazla 9 kişiye kadar bir işgücünü bünyesinde barındıran ve senelik bağlamda sahip olduğu net kazanım ya da mali anlamda bilanço tutarı 1 milyon TL'ni geçmeyen kuruluşlara "**mikro (çok küçük) kuruluşlar**" adı verilmekte ve bu kuruluşlar KOBİ sınıflandırmasının ilk ayağını oluşturmaktadır.
- **Küçük Ölçekli Kuruluşlar:** Bir senelik süreç içerisinde en fazla 49 kişilik bir çalışan potansiyelini bünyesinde barındıran ve senelik bağlamda sahip olduğu net kazanımları ya da mali anlamda bilanço tutarı 5 milyon TL'yi geçmeyen kuruluşlara "**küçük ölçekli kuruluşlar**" adı verilmekte ve bu kuruluşlar KOBİ sınıflandırmasının ikinci ayağını teşkil etmektedir.
- **Orta Ölçekli Kuruluşlar:** Bir senelik süreçte yapısında barındırdığı maksimum çalışan sayısı 249'u geçmeyen ve senelik bağlamda sahip olduğu net kazanımları ya da mali anlamda bilanço tutarı 25 milyon TL'ni geçmeyen kuruluşlara "**orta ölçekli kuruluşlar**" adı verilmekte ve bu kuruluşlar KOBİ sınıflandırmasının son ayağını teşkil etmektedirler.

⁸⁸Beybur, a.g.e., s. 48.

Görüldüğü üzere KOBİ olarak nitelendirilen ve ekonominin kalkındırıcı gücü olan bu kuruluşlar üçlü bir sınıflandırmaya tabi tutulmaktadır. Bu sınıflandırma KOBİ kavramının akıllarda daha net bir bağlamda yer etmesine olanak tanımaktadır. İlgili sınıflandırmanın yönetmeliklerle gerçekleştirildiği ve yönetmelik bağlamında ilerleyen dönemlerde farklılaşmalara uğrayabileceği de göz ardı edilmemelidir.

KOBİ'lerin sınıflandırılmasının ikinci ayağı ise, KOBİ'lerin işlevleri dâhilinde gerçekleştirilen sınıflandırmadır. Bu sınıflandırmanın da üçlü bir ayırım çerçevesinde gerçekleştirildiğini belirtmekte yarar vardır. Fonksiyonlarına göre KOBİ sınıflandırması,⁸⁹

- **Üretime Dönük Kuruluşlar:** Var olan hammaddeleri çeşitli işlemlere tabi tutmak suretiyle ara malı ya da son mamul haline getirme görevini üstlenmektedirler. Bu tarzda üretime dönük faaliyetler sürdüren pek çok kuruluşun varlığından söz edilebilmektedir. Misal vermek gerekirse; özellikle otomotive ve beyaz eşyaya dönük oluşan pazara yönelik parça üretimlerinin çoğu bu tarzda KOBİ olarak nitelendirilebilecek kuruluşlar önderliğinde gerçekleştirilmektedir.
- **Ticarete Dönük Faaliyetler Yürüten Kuruluşlar:** Bu noktada karşımıza pazarlama konusunda faaliyetler yürütmekte olan ve toptancılar ile perakendeciler olarak nitelendirilen aracı mahiyetine sahip kuruluşlar çıkmaktadır. Bu tarzda kuruluşlar belirli sayıda bir çalışan potansiyeli ile parasal değer gerektirmedikinden oldukça geniş ölçekte karşımıza çıkmakta olan kuruluşlardır.
- **Hizmete Dönük Kuruluşlar:** Bu tarzda kuruluşlar direkt olarak müşteri kitlelerine dönük hizmetlerde bulunmaktadır. Bireysel anlamda satın alım konusunda sahip olunan potansiyelin yükseliş eğilimine geçmesi ile paralel olarak bu tarzda kuruluşlar artan bir grafikte faaliyetlerini dizayn etmektedirler.

Görüldüğü üzere KOBİ olarak nitelendirilen küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlar iki öncül altında sınıflandırmaya tabi tutulabilmektedir. Bu öncüllerin çalışan

⁸⁹Ömer Dinçer, **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**, 4. Baskı, İstanbul: Timaş Yayınevi, 1994, s. 350.

sayıları ile kuruluşun fonksiyonları üzerine odaklandığı görülmekte olup, bu yönelimde gerçekleştirilen sınıflandırma konunun dağılmasının önüne geçmekte ve düzenli bir gidişatın güvencesi olarak kabul görmektedir. Bu sınıflandırmanın iyi bir şekilde özümsemesi büyük önem taşımaktadır.

2.3. KOBİ'lerin Avantaj ve Dezavantajları

KOBİ olarak nitelendirilen küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlar mevcut yapılarında birtakım avantajlar ile dezavantajları barındırmaktadırlar. Bu avantajlar ile dezavantajlara başlık kapsamında değinilmekte olup, KOBİ'lerin yaygınlaşması ve tercih edilmelerinin temel nedenlerinin anlaşılması açısından ilgili başlık ciddi derecede büyük bir ehemmiyet taşımaktadır.

KOBİ olarak nitelendirilmekte olan küçük ve orta ölçekli kuruluşların sahip oldukları avantajlar şunlardır:⁹⁰

- Kişisel anlamda gerçekleştirilmekte olan tasarrufları özendirme hususunda önemli bir konumda bulunmaktadır.
- KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşların yapısal anlamda esnek olmaları, pazar şartlarında oluşan değişkenliklere basit bir düzlemde adaptasyon geliştirebilmelerine olanak tanımaktadır. Bu sayede tüketicilerin arzularında meydana gelen farklılaşmalara daha kolay adapte olmak suretiyle yanıt verebilmektedirler.
- Ülkeler bazında adaletli bir gelir paylaşımı gerçekleştirilmesini sağlamaktadırlar.
- Kalifiye olmayan işgücüne iş temin etme ve bununla birlikte emeğe odaklı üretim tekniklerinden faydalanmak suretiyle ülkeler bazında işsizlik problemlerinin ortadan kaldırılmasına imkân tanımaktadırlar.
- Sosyal alana ve iktisadi alana dönük sistemlere yönelik bir arabuluculuk ve denge mekanizması görevi üstlenmektedirler.

⁹⁰Orhan Küçük, **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi**, 2. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık, 2005, s. 208.

- KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşlar büyük ölçeğe sahip kuruluşlara yardımcı olan ve bu kuruluşları bütünleyen bir yapıya sahiptirler.
- KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşlarda minimum sermaye ile maksimum üretime odaklanılabilmekte ve bunun neticesinde mamul anlamında da ciddi anlamda büyük bir portföy oluşturulabilmektedir.
- KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşlar üretim süreçlerinde teknik anlamda yenilik hareketlerine giriştiklerinde daha büyük çapta bir verim elde edebilmektedirler.
- KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşların bireyleri arasında belirli bir birlik, beraberlik ve dayanışmanın kısacası işbölümünün vuku bulması oldukça basit bir süreç bağlamında gerçekleşmektedir.⁹¹
- KOBİ olarak nitelendirilmek olan kuruluşların büyüyen ve gelişen bir grafik çizmeleri daha kolaydır ve iktisadi alanda refaha ulaşma hususunda önemli bir konumda yer almaktadırlar.⁹²
- KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşlar, orijinal olarak kabul edilen teknolojik hamleler ile endüstri kollarının ortaya çıkışı hususunda lider konumunda bulunmak suretiyle görev üstlenmektedirler.⁹³

KOBİ'ler görüldüğü gibi büyük avantajları bünyesinde barındıran kuruluşlar olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Bu kuruluşların son dönemde yaygınlık kazanmasının nedenleri olarakta bu avantajları saymak mümkündür. KOBİ olarak nitelendirilen bu kuruluşların avantajlarını daha da artırmak olanak kapsamında bulunmaktadır.

KOBİ'lerin bütün bu avantajlarına rağmen bünyelerinde birtakım dezavantajları barındırdıklarını da belirtmek gerekmektedir. Bu dezavantajlar;⁹⁴

⁹¹Çelik ve Akgemci, **a.g.e.**, s. 128.

⁹²Müslüme Narin ve Sevim Akdemir, "Türkiye'de KOBİ'lere Sağlanan Destekler", **Gazi Üniversitesi İktisat Bölümü Ekonomik Yaklaşım Dergisi**, C. 16, S. 55 (2006), s. 48. (43-68).

⁹³Beytullah Yılmaz, "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Toplumda Üstlendikleri Roller Bakımından Analizi", **Dış Ticaret Dergisi**, S. 30 (2004), s. 143. (ss. 141-179).

- KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşların en büyük önem ihtiva eden dezavantajlarından bir tanesi gereksinim duyulan bilgi ve yeteneğe sahip yeterliliğini kanıtlamış çalışan potansiyeline ulaşamamaktır.
- KOBİ'lerde işlevsel anlamda ve alanında uzman yönetim kadroları oluşturabilmek oldukça problemlili bir süreç olarak göze çarpmaktadır.
- KOBİ'ler açısından önem ihtiva etmekte olan diğer dezavantajlar ise, çalışmaya dönük olarak kuruluş adına belirlenmiş süreler, devlet öncülüğünde belirlenen asgari ücretler, çalışma sırasında çevrenin temiz tutulmasına ve çalışanların sağlıklarına dönük olarak meydana getirilmiş ve yürürlüğe konulmuş yasalar olarak kabul görmektedir.
- Geniş vadeli yatırımlara yönelme hususunda gerekli olan sermayeyi KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşların bir araya getirmesi oldukça güç bir durum olarak kabul edilmektedir. Bunun yanında, belirli oranda krediye yönelim gösterilse de bu durumda da faizin karşılanması hususunda ciddi sorunlar baş gösterebilmektedir.
- KOBİ'lerin yüzleşmek durumunda kaldığı diğer bir dezavantajın ise sendikaların herhangi bir ayırım yapmaksızın her kuruluştan çalışanlara yönelik eşit haklar özellikle sosyal olarak kabul edilen hakları istemesidir. Bu tarzda bir durum KOBİ'ler açısından sıkıntılı bir durumun doğmasına sebebiyet vermektedir.
- İhtiyaç duyulan oranda ve gerekli yetileri taşıyan çalışmanı temin edebilme konusu ise KOBİ'lerin karşılaştıkları diğer bir dezavantaj olarak karşımıza çıkmaktadır.
- Önceki maddelerde belirtildiği üzere KOBİ'lerin alanında kabiliyetli ve yetişmiş çalışanları kolay bir şekilde bünyesine katamadığı üzerinde durulmaktadır. Bu durumun diğer bir yan etkisi de araştırma ve geliştirme yani AR-GE süreçlerinde kendisini belli etmektedir. Bu süreçler kalifiye olarak kabul edilen kadroları ve ehemmiyet taşıyan

⁹⁴Perihan Türköz, "KOBİ'lerin Finansman Sorunları ve Bankaların KOBİ'lere Yaklaşımı: Isparta Alan Araştırması", (Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Isparta, 2008, s. 24-25.

oranlarda sermayeyi gerektirmektedir. KOBİ'lerin bu alana yönelik angaje edebilecekleri sermayeleri bulunmamakta ve bu duruma paralel olarakta bu alana yönelik herhangi bir kadro temini mümkün olamamaktadır.

KOBİ'lerin bütün bu dezavantajlarının yanı sıra şu dezavantajlarından da söz etmek olanak dâhilinde bulunmaktadır;⁹⁵

- KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşlar dâhilinde gerçekleştirilmekte olan satışa ve imalata dönük süreçler bağlamında koordine olunamaması önemli bir dezavantaj olarak kabul edilmektedir.
- KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşların çalışmalarını yürüttükleri merkezlerinin oldukça ufak olması da bir dezavantaj olarak kabul görmektedir.
- KOBİ'lerde pazara dönük olarak gerçekleştirilen pazarlama faaliyetlerinin geleneksel düzlemde sürdürülmesi ve ilgili süreçler bağlamında son yeniliklerden faydalanılmaması önem ihtiva etmekte olan bir dezavantaj olarak karşımıza çıkmaktadır.
- KOBİ'lerde yönetim ve karar süreçlerine katılım gösterilmesi hususunda süreçlere herkesin katılımının sağlanamaması da önem taşıyan bir dezavantaj olarak gündeme gelmektedir.

KOBİ olarak nitelendirilen küçük ve orta ölçekli kuruluşların önemli dezavantajlara da sahip olduğu bütün bu maddelerde açık bir şekilde görülmektedir. Bu dezavantajların giderilmesine dönük gerekli çalışmaların ve düzenlemelerin yapılması ise bu kuruluşun yönetim kadrolarına ve kurucu unsurlarına düşmektedir. Bu dezavantajlardan en düşük oranda etkilenebilmek adına gereken düzenlemeler gerçekleştirilmelidir. Ayrıca, devletlerin de bu tarzda kuruluşları desteklemeleri ve sermaye, kurulum koşulları, vergi vs. yönlerden teşvik etmeleri gerekmektedir. Bu durumların sağlanması ve problemlili süreçlerin üstesinden gelinmesi KOBİ'leri daha tercih edilebilir kılacaktır. Bu durumda ülke ekonomisinin ve iktisadi anlamda refahın

⁹⁵Tahir Akgemci, **KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler**, Ankara: BSM Matbaacılık, 2001, s. 16.

daha sağlam bir gelişime yelken açmasına ve gelişiminde sağlanmasına olanak tanıyacaktır. Bütün bu avantaj ve dezavantajlarının akabinde KOBİ'lerin ülke ekonomisine olan katkılarına değinmekte büyük önem taşımaktadır.

2.4. KOBİ'lerin Ekonomiye Katkıları

KOBİ'lerin ekonomik anlamda önemli bir konumda oldukları aşikârdır. Ülke ekonomilerinin refah içerisinde bir düzlemde seyretmesi ise ülkelerin gelişimleri ve ilerlemeleri adına önemli bir konumda bulunmaktadır. Ülkelerin ekonomik anlamda kalkınmaları ve gelişme seyirlerini olumlu bağlamda sürdürmeleri ise KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşların varlığı ile yakından bağlantılıdır. KOBİ'ler ülkelerin ekonomilerinin itici gücü olarak kabul görmekte ve geleceğe emin adımlar atılmasını sağlamaktadırlar. KOBİ'lerin geleceğinde parlayan yıldızı olacağı ve ülkelerinin ekonomilerine önemli katkılarda bulunacağı yorumunu getirmek olanak dâhilinde bulunmaktadır. Bu girişin ardından ülkeler bazında KOBİ dağılımını rakamlar halinde dile getirmekte ve genel durumu görmekte yarar olduğu görüşü hâkimdir. Buradan yola çıkarak, aşağıdaki tabloda KOBİ'ler ile alakalı veriler paylaşılmaktadır.

Tablo 5. Bazı Ülkeler Bazında KOBİ Dağılımı ve Ekonomiye Katkıları

ÜLKELER	VERİ YILI	KOBİ KURULUŞLARI SAYISI (MİLYON ADET)	KOBİ'LERDE ÇALIŞAN BİREY (MİLYON KİŞİ)	KOBİ'LERİN EKONOMİYE KATKILARI (MİLYON EURO)
AB	2013	21,571 milyon	88,844	3,667
ABD	2011	18,2 milyon	48,7	3,300
İTALYA	2013	3,7 milyon	11,5	459
İSPANYA	2013	2,4 milyon	7,6	281
HOLLANDA	2013	802 bin	3,6	189
NORVEÇ	2013	282 bin	1	156,2

Kaynak: ‘‘2015-2018 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı –KSEP-‘‘, Ankara, 2015, s.33, (Çevrimiçi)file:///C:/Users/Dell/Downloads/KOB%C4%B0%20Stratejisi%20ve%20Eylem%20Plan%C4%B1%20(2015-2018)%20(2).pdf, (Erişim Tarihi: 10.02.2016).

Tablo 5 incelendiğinde KOBİ konusunda önde gelen ülkelerin durumları açık ve net bir şekilde görülmektedir. KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşlar ülkelerin ekonomilerine ve hayat standartlarına önemli etkilerde bulunmakta ve bu etkiler olumlu bağlamda gelişim göstermektedir.

Bu başlık kapsamında bu noktaya kadar anlatılan pratik yaklaşımların teorik öngörüsü oluşturulmaya çalışılacaktır. Bu bağlamda KOBİ’lerin ekonomiye katkıları dört alt başlık dâhilinde ele alınmaktadır. Bu alt başlıklar;

- Yenilik hareketleri,
- Esneklik,
- İstihdam,
- Büyük kuruluşlara ara malı temini olarak karşımıza çıkmaktadır.

Bu başlıklara çalışma kapsamında ayrı ayrı yer verilmekte olup, gerekli ayrıntılara değinilmesine ve önemli noktaların atlanmamasına özen gösterilmektedir. Bu başlığın anlaşılması KOBİ’nin temel amaçlarının da bir noktada anlaşılması ve özümsemesi anlamına gelmektedir.

Dünya düzlemi göz önünde bulundurulduğunda küçük olarak kabul edilmekte olan kuruluşların geçmişi oldukça eski dönemlere kadar gitmektedir. Küçük olarak kabul edilen kuruluşlar, endüstrileşme hareketleri başlamadan önce ekonomik anlamda ülkelerin temel kalkınma mercileri görevini sütünmüşlerdir. Ancak endüstrileşme hareketinin devrim sürecine girmesi ve büyük ölçeğe sahip kuruluşların seri ve çeşitli avantajlar bağlamında gerçekleştirilen üretime geçmeleri ile birlikte bu tarzda küçük

ölçeğe sahip kuruluşlar sahip oldukları önemliliklerini kaybetmiş ve ayakta duramama problemi ile yüz yüze gelmişlerdir.⁹⁶

Endüstrileşme hususunda gerekli süreçleri tamamlayan ülkelerde 70'li senelerin sonlarında oluşan ekonomik buhran dönemlerine kadar avantaj ve hegemonya büyük ölçekli kuruluşların elinde bulunmaktaydı. Ancak, bu tarihlerin akabinde ortaya çıkan ekonomik anlamdaki buhranlar büyük ölçeğe sahip kuruluşların tökezlemesine sebebiyet vermiştir. Bu durumda ise avantajı ele geçirme sırasını KOBİ olarak nitelendirilmekte olan küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlar almıştır. Bunun esas sebebi olarak ise karşımıza, bu kuruluşların var olan koşullara kolaylıkla adaptasyon geliştirebilmeleri ve katı bir yapılanma olmaksızın tamamen esnek bir yapı dâhilinde çalışmalarını ve faaliyetlerini yürütmeleri çıkmaktadır. Bu olumlu yönlerinin keşfedilmesinin akabinde alaka tamamı ile KOBİ'lere yönelmiştir. Varılan kanı ise, bu tarzda kuruluşların ülkeler düzleminde ekonomik refaha ulaşmada bir kenara bırakılamayacak nokta da buldukları kanısıdır. Ekonomik anlamda ülkelere sağladığı olumlu yönleri odaklanıldığında, ekonomik hayatın belirli bir ivmeye kavuşması, ekonomik hayatın temellerin de önem ihtiva eden farklılaşmalar ve kazanımı yeni gerçekleştirilmiş teknolojik gelişimlere basit bir düzlemde adaptasyon geliştirebilme yeteneği hususunda önemlilik taşıyan görev üstlendikleri üzerinde durulmaktadır.⁹⁷

KOBİ'lerin ne şekilde rağbet görmeye başladığı hususunda genel olarak gerçekleştirilen bu bilgilendirmenin hemen ardından KOBİ'lerce ekonomiye yönelik gerçekleştirilen katkılar hususunda ayrıntılara değinmekte fayda görülmektedir.

KOBİ olarak nitelendirilmekte olan küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşların ekonomik anlamda sağladıkları katkılara aşağıda maddeler halinde değinilmektedir. KOBİ'lerin ekonomiye sağladıkları önem ihtiva eden katkılardan bir bölümü şunlardır;⁹⁸

⁹⁶Hasan Gedik, "KOBİ'lerde E-Pazarlamanın Önemi: Konya KOBİ'lerinde E-Pazarlama Uygulamaları", (Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi), Sivas, 2009, s. 31.

⁹⁷A.g.e.

⁹⁸Senem Kilimlioğlu, "KOBİ'lerin Risk Sermayesi Finansman Modelinden Yararlanma Olanakları ve Beklenen Faydalar (Eskişehir İl Merkezindeki KOBİ'ler Örneği)", (Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Eskişehir, 2006, s. 3.

- Pazarda belirli bir kuruluşun hegemonyasının önüne geçme ve serbest anlamda oluşan piyasa ekonomisini hayata geçirme hususunda KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşlar önemli bir pozisyonda yer almaktadırlar.
- İşsizlik problemleri KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşlarda emeğin ön plana çıkarılması ile çözüme kavuşturulabilmektedir.
- Büyük ölçeğe sahip kuruluşlara destek olma potansiyelini bünyesinde barındıran küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlar, büyük ölçeğe sahip kuruluşlara belirli bir yan sanayi ve ara malı temini sağlayıcısı görevi üstlenmektedirler.
- Büyük ölçeğe sahip kuruluşlar önderliğinde işe dâhil edilmeyen bireyler KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşlar tarafından işe alınmakta ve bu yolla ülkede istihdam hususunda sıkıntıların azalması temin edilmektedir.
- Belirli bir kalifiye niteliğe sahip olmayan ve işgücü potansiyelini taşıyan bireyleri bünyesine katmakta olan KOBİ'ler önderliğinde iş konusunda vuku bulmakta olan sıkıntılar ortadan kaldırılmaktadır.
- Küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlarda işe alınan ve belirli bir noktaya gelen, gerekli nitelik ve kalifikasyonu karşılamakta olan çalışanlar ilerleyen dönemde büyük ölçeğe sahip kuruluşlarca bünyelerine katılmaktadır.
- Mesleksel anlamda belirli bir eğitiminde gerçekleştirildiği KOBİ'ler, önemli potansiyelleri bünyesinde barındırmakta olan çalışanları eğitmekte, ortaya çıkarmakta ve ülke ekonomisine kazandırmaktadırlar.
- Kimi zaman belirli bölgelerde ticarete dönük hayat cansız kalmakta ve bu sebeplerle büyük ölçeğe sahip kuruluşlar bu bölgelere yatırım yapmamaktadırlar. KOBİ'ler bu noktada bayrağı ellerine almakta ve bu atıl bölgelerde ticari yaşama belirli bir dinamizm katmaktadırlar.

- Büyük ölçeğe sahip kuruluşlar kimi zaman belirli inputların üretimini gerçekleştirmek istememektedirler. Bunun sebebi ise ilgili üretimin belirli bir kâr odağında gerçekleştirilemeyeceği görüşüdür. KOBİ'ler bu noktada, ilgili inputların üretimini gerçekleştirme rolü üstlenmekten geri durmamaktadırlar.
- Müşteriler önderliğinde pazar koşullarında vuku bulmakta olan taleysel anlamdaki farklılaşmalara büyük ölçeğe sahip kuruluşlara oranla basit bir şekilde adaptasyon oluşturabilmektedirler.
- Kişisel anlamda belirli üretime girişme hususunda KOBİ'ler ön plana çıkmaktadırlar. Bu noktada önem taşıyan müşterinin arzusu yöneliminde belirli bir üretime odaklanmaktadır.
- Pazar koşullarında seri anlamda bir üretimi gerekli kılmayan, küçük çaplı üretimleri hayata geçirebilme hususunda büyük ölçekli kuruluşların bir fonksiyonu bulunmamakta, bu noktada ipleri KOBİ'ler ellerine geçirmektedirler.
- Pazar şartlarında daha önce sunumu gerçekleştirilmemiş belirli mamul ve hizmetlerin sunumu, tanıtımı ve pazarlanması hususunda ön plana çıkan kuruluşlar ise yine KOBİ'ler olarak göze çarpmaktadırlar.

Görüldüğü üzere KOBİ'ler önderliğinde ülke ekonomilerine ciddi anlamda önem ihtiva eden katkılarda bulunmaktadır. Bu katkılar hiçte azımsanamayacak bir pozisyonda bulunmakta olup, ülke ekonomilerinde ciddi anlamda boşluk dolduran katkılar olarak kabul görmektedirler. KOBİ'lerin ülke ekonomilerine kazandırdıkları arasında en büyük öneme sahip dört maddeye önceki bölümlerde değinilmesinin ardından, şimdi o katkılarının ayrıntılarına girmede ve konuyu biraz daha somut şekilde büründürmede yarar olduğu görüşü üzerinde durulmaktadır.

2.4.1. Yenilik Hareketleri

Bilindiği üzere yenilik hareketlerine belirli bir adaptasyon geliştirilebilmesi kurumsal anlamda belirli bir esnekliğin sağlanması ve yeniliğe açık olunması ile

mümkün olabilmektedir. Bu sebepten ötürü, KOBİ'ler yenilik hareketlerine adaptasyon sağlama ve açık olma hususunda önemli bir noktada bulunmaktadır yorumunda bulunmak olanaklıdır.

Geriden gelen tecrübelerden yararlanmak, belirli bir fikri aktif hale getirmek, teknolojik manada birtakım yeniliklere girişmek veya orijinal bir mamul ile tasarımı tüketici kitleleri ile buluşturmak gayesi ile kurulmakta olan KOBİ'ler farklı ve orijinal fikirlerin aktif hale getirilmesinin basit bir düzlemde gerçekleştirilebildiği kuruluşlar olarak ön plana çıkmaktadırlar.⁹⁹

2.4.2. Esneklik

Günümüzün yoğun rekabet ortamında katı bürokrasinin uygulandığı kuruluşlardan ziyade esnek ve işlerin hızlı ve kolay bir düzlemde yürütüldüğü kuruluşlar ön plana çıkmaktadır. KOBİ'ler sahip oldukları esnek yapıları yöneliminde büyük rağbet ve kabul gören kuruluşlar olarak karşımıza çıkmaktadırlar.

KOBİ olarak nitelendirilmekte olan küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşların değişiklikler ile yenilik hareketlerine kolaylıkla adapte olabildiğini belirtmekte yarar görülmektedir. Ulaşımaya dönük ve bilişime dönük olarak gerçekleşen teknolojik hamleler bağlamında sergilenen ilerlemelerin büyük bir ivmeye kavuşmasına paralel olmak suretiyle ulusal bazda karşılaşılan ekonomiye dönük sistematiklerin arasındaki bağların daha kuvvetli bir muhteviyata büründüğü net bir şekilde görülmektedir. Son dönem de netlik kazanan tabiriyle global anlamda bağımlılık, kuruluşların yerel pazarları aşmak suretiyle global pazar çevrelerine de girmesini ve bu tarzda pazarlara dönük olarak süreçlerini organize etmesini zorunlu hale getirmektedir. Bu noktada geçmiş dönemde ön plana çıkan üretime dönük süreçlerin motora dayandığı, ancak günümüzde ilgili süreçlerin tamamı ile bilgisayarlar tarafından organize edildiği gerçeği ile yüzleşme yaşanmaktadır. Bu noktada üretime dönük olarak karşılaşılan süreçlerin esnekliği temeline aldığı belirtilmekte yarar görülmektedir. Geçmiş dönemde yoğun bürokratik faaliyetlere sahne olan büyük ölçeğe sahip kuruluşların yerine bu tarzda

⁹⁹Ufuk Alpşahin Aksoy ve Adem Çabuk, "KOBİ'lerdeki Toplam Kalite Yönetimi Uygulamalarının Kurumsallaşma Üzerindeki Etkileri", **Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, C. 9, S. 16 (Aralık 2006), s. 44.

üretim süreçlerini kaliteli bir bağlamda yürütme imkânını bünyesinde barındıran ve esnekliğe sahip küçük ve orta büyüklükte kuruluşlar geçmiştir.¹⁰⁰

2.4.3. İstihdam

KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşların ekonomik anlamda en büyük katkılarında bir diğeri ise istihdam problemine çözüm olmalarıdır. KOBİ'ler özellikle büyük ölçekli kuruluşlarca itibar görmeyen ve işsizlik derdi ile yüzleşmekte olan kalifiye olmayan çalışanları yapısına katmak suretiyle istihdam hususunda ülke ekonomilerine önem ihtiva etmekte olan katkılarda bulunmaktadır. Daha sonra çeşitli eğitimler ile süreçlere dâhil olan bu çalışanlar kalifiye bir vaziyete geldiklerinde büyük ölçekli kuruluşlarca itibar görmekte ve sahiplenilmektedirler.

Büyük bir pazar diliminde faaliyetlerini idame ettirmeye çalışmakta olan büyük ölçeğe sahip kuruluşların müşteri kitlelerine dönük olarak gerçekleştirmekte oldukları üretim süreçleri bağlamında çalışan her bir işgücü adına katma değer hususunda belirli bir yükselişin ortaya çıkmasına sebep olabilmektedir. Bu durumda, pazar koşullarında faaliyetlerin sürdürülmesi sırasında artış gösteren bir kazanıma ve tüketiciler açısından arzuların belirli bir farklılaşma yaşamasına sebep olmaktadır. KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşlar ise yaşanan bu olaylar bağlamında girişim hususunda birçok olanakla karşı karşıya kalmaktadırlar. KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşlar bağlamında belirli bir çalışanın işe dâhil edilmesi hususunda katlanılan maliyetler, büyük ölçeğe sahip kuruluşa oranla daha uygun pozisyonda yer almaktadır. Bu durumda KOBİ'lerin ülke ekonomisine istihdam bağlamında sağlamakta olduğu katkılar arasında gösterilebilmekte olan bir durumdur. Ekonomik süreçler bağlamında yaşanması muhtemel buhranlar sırasında, KOBİ'lerin mevcut personelini kuruluş bünyesinde muhafaza edebilmeleri de diğeri bir katkı olarak kayıtlara düşülmektedir.¹⁰¹

¹⁰⁰Gedik, a.g.e., s. 38.

¹⁰¹Müge Aksu, "Küresel Ekonomik Krizin KOBİ'ler Üzerindeki Etkileri: Eskoop Sanayi Sitesi'ndeki KOBİ'ler Üzerine Bir Araştırma", (Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Finans ve Bankacılık Programı Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul, 2012, s. 35.

2.4.4. Büyük Kuruluşlara Ara Malı Temini

KOBİ olarak nitelendirilmekte olan küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlar, büyük ölçeğe sahip kuruluşların üretimi belirli bir kâr yüzdesini karşılamadığından ötürü üretmedikleri ara mallarını üretmekte ve bu yolla ekonomiye de önem ihtiva etmekte olan katkılarda bulunmaktadır.

Ekonomik anlamda globalleşmenin etkisi ile birlikte kuruluşlar katlanmak durumunda kaldıkları giderlerini minimuma indirebilmek adına belirli bir birlik ve beraberlik ve dayanışma davranışı sergilemekte ve birbirlerini bir bütün haline getirme uğraşısı içerisine girmektedirler. Global pazar koşullarında yaşanmakta olan amansız rekabet koşulları bağlamında büyük ölçeğe sahip olan kuruluşların gereksinim duydukları ve üretimleri için olmazsa olmaz olarak nitelendirilen hammadde ve ara mallarına yönelik üretime dönük süreçleri kendilerinin organize etmeleri kârsız bir sürecin yaşanmasına sebebiyet vermektedir ve olumlu bir durum oluşturmamaktadır. Tam da bu noktada, KOBİ olarak nitelendirilmekte olan küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlar bayrağı ellerine almakta ve büyük ölçekli kuruluşların elde etmek istedikleri standartlara uygun olarak gerekli hammadde ve ara mallarını üreterek onların önemli giderlere katlanmalarını ve zaman kayıplarına uğramalarını önlemektedirler.¹⁰²

Küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlar buna ek olarak, gerçekleştirilen bir işe yönelik oluşan giderler ile kuruluşun giderlerinin tamamı konusunda önem taşıyan avantajlara sahip olmak suretiyle, büyük olarak nitelendirilen kuruluşların bütünleyicisi olma görevini de üstlenerek üretime dönük olarak belirlenmiş bir kapasiteyi kesin olarak ellerinde bulundurmakta ve bu yolla sahip oldukları pazarlamaya dönük sıkıntıları bir nebze de olsa rahatlatabilmektedirler.¹⁰³

Bütün bu bilgiler ışığında, KOBİ'lerin ekonomik anlamda ülkelerin can simidi konumunda bulunduğu yorumunda bulunabilmemiz mümkün olmaktadır. Her yönden büyük ölçeğe sahip kuruluşların el atamayacağı noktalara temas edebilen bu yöndeki açıkların tamamlayıcısı olarak kabul gören KOBİ'ler önemli bir noktada bulunmakta ve ekonomik anlamda kalkınma ve refah açısından önemli bir görev ve rol üstlenmektedirler. KOBİ'lerin ekonomiyi canlandıran, taşıyan kuruluşlar olduğu ve bu

¹⁰²A.g.e., s. 37.

¹⁰³A.g.e.

özellikleriyle ülkeler bazında geleceğe umutla bakılmasının anahtarı konumunda buldukları yorumunda bulunmak hatalı bir yaklaşım olmayacaktır. KOBİ'lerin ekonomik anlamda katkıları ciddi anlamda iyi anlaşılması ve özümsemesi gereken bir konu olarak göze çarpmaktadır ve KOBİ kavramının daha net bir çizgiye oturtulabilmesi adına bu konuya ayrıca önem gösterilmesi gerekmektedir.

2.5. KOBİ'lerin Karşılaştıkları Sorunlar

KOBİ olarak nitelendirilmekte olan küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlar ülke ekonomisi bağlamında ciddi anlamda kritik önem taşıyan bir pozisyonda bulunmakta ve ülke ekonomisine önemli katkılarda bulunmaktadır. Ancak, işletme literatüründe yer alan ve ismi işletme olarak anılan her kuruluş açısından belirli sorunlarla karşılaşma ve bu sorunlarla yüz yüze kalma durumu cereyan edebilmektedir. Bu noktada, KOBİ'lerin karşılaştıkları sorunlara değinmekte büyük önem taşımaktadır. KOBİ'ler bilindiği üzere belirli avantaj ve dezavantajları bünyesinde barındırmakta olan kuruluşlar olarak kabul görmektedir. Bu sebeple, KOBİ'lerin yaşadıkları dezavantajların temelinde de yatan bir takım problemler varlığından söz edebilmek mümkündür. Bu bölüm kapsamında KOBİ'ler tarafından karşılaşılan ve yüz yüze kalınan birtakım problemler durumlarına değinilecek olup, konunun tam anlamıyla özümsebilmesi ve önceki bölümlerin de daha net bir duruma gelebilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

KOBİ'ler birtakım sorunlarla yüz yüze gelmektedirler. Bu sorunlar, organizasyonun yönetimi ile ilgili sorunlar, çalışanlar ile ilgili sorunlar, finansla dönük karşılaşılan sorunlar ve pazarlama-tedarik konusunda karşılaşılan sorunlar olmak üzere sınıflandırılabilir.

Bu başlık kapsamında adı geçen bu problemlere dönük olarak gerçekleştirilen bilgilendirmelere yer verilecek ve konuya netlik kazandırılmaya çalışılacaktır.

- **Organizasyonun Yönetimi İle İlgili Sorunlar:** Küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlarda yani KOBİ'lerde geniş sürece yayılan bir planlama aktivitesi gerçekleştirilememektedir. Bunun yanında, planları hazırlayacak ve hayata geçirecek belirli bir uzman kadroda temin

edilememektedir. Kuruluşun kurucuları ile paydaşları önderliğince belirli çaplarda planların yapılmasına uğraşmaktadır. Bu bağlamda belirli problemlili durumların vuku bulması olanak dâhilinde bulunmaktadır. Bonus olarak nitelendirilebilecek planların üzerine gidilememesi, kuruluş adına belirli bir gayeler bütünü oluşturulamaması, bonus olarak nitelendirilen planların mukayesesi hususunda gerekli yeterliliğin sergilenememesi, belirlenmiş bulunan gayelere erişebilmeyi basit hale getiren ve kısıtlayan etmenlerin gerekli oranda değerlendirmeye tabi tutulamaması, kuruluş kapsamında oluşturulan planların hayata geçirilmesi sırasında çalışanların bir bölümünün süreçlerin dışarısında bırakılması (mavi yakalı) veya belirli oranlarda süreçlere dâhil edilseler bile tam anlamıyla gerekli katılımlarına olanak tanınmaması ve son olarakta planlarda elverişliliğin saptanması hususunda temel kabul edilen bilim prensiplerinin temele oturtulmaması, aksine kuruluşta sözü geçen bireylerin bünyelerinde barındırdıkları kabiliyetleri ile tecrübelerine odaklanılması KOBİ'ler açısından yönetsel anlamda ön plana çıkan ve ehemmiyet ihtiva eden sorunlar olarak kabul edilmektedir.¹⁰⁴

Bütün bu sorunlar göz önünde bulundurulduğunda küçük ve orta ölçeğe sahip olan kuruluşların yönetim kadroları tarafından kuruluş adına belirlenmiş olan gayelerin hayata geçirilmesi tamamı ile en etkin liderlik tarzının benimsenmesi ve uygulanmasına bağlı olmaktadır. KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşların başında bulunan yönetim kadrolarının pazarda hüküm süren şartların bilgisini net bir şekilde değerlendirememeleri ve bu değerlendirmeyi gerçekleştirebilecek alanında gerekli uzmanlığa sahip çalışanları da kuruluşun bünyesine katmamaları, bunun yanında kendi yanlarına alanında belirli bir yetkinliğe sahip yönetici vasfını taşıyan bireyleri katmamaları ve sahip oldukları yetkileri de kimseye paylaşmamaları vb. gibi nedenlerden ötürü KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşlarda doğruluktan uzak bir şekilde alınan kararlar bağlamında

¹⁰⁴Berrin Güralp Sakallı, "KOBİ'lerin Finansman Sorunları ve Halka Açılma, Halka Açılan KOBİ'lerin Finansal Göstergelerindeki Gelişmeler Üzerine İMKB'de Bir Uygulama", (İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Para, Sermaye Piyasaları ve Finansal Kurumlar Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul, 2011, s. 22.

muvaffakiyetten uzak bir çizgiye kayılabilmekte ve mevcut esneklik yetisi de geride bırakılabilmektedir.¹⁰⁵

Görüldüğü üzere KOBİ'lerde vuku bulması olası yönetsel problemler tamamı ile ego'lara bağlı olmaktadır. Bu noktada KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşların ego'larından olabildiğince arınmış bireylerce kurulması ve bununla birlikte bu kurucuların da kuruluşu yönetecek kadroları iyi bir şekilde ve kalite odağında belirlemesi gerekmektedir. Bu yönetim sınıfının da kuruluş bünyesinde gerçekleştirilecek faaliyetler ile alınacak çeşitli kararlarda astların görüşlerini değerlendirmeye dâhil etmeleri ve katılımlarını sağlamaları başarılı bir gelecek ve minimum sorun bağlamında büyük ehemmiyet teşkil etmektedir.

- **Çalışanlar İle İlgili Sorunlar:** Küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlarda temel üretim tekniği emek yoğun bir çizgiye sahiptir ve bu sebepten ötürü de çalışanlar ve mevcut insan kaynakları büyük ehemmiyet arz etmektedir. Kuruluşun bünyesine dâhil edilen elemanların sahip olduğu özellik ise eğitilmiş ve nitelikli elemanlardan ziyade belirli bir eğitime ve niteliğe sahip olmayan kısacası kalifiye bir noktadan uzak pozisyonda bulunan ve bunun yanında ara eleman vasfını bünyesinde idame ettirmekte olan bir özellik ihtiva etmektedir. Mevcut işgücü ile yönetim kadroları arasında vuku bulmakta olan bağıntılar tamamı ile kişisel bir muhteviyata sahip olmaktadır. Bu tarzda kuruluşların çalışanlarla alakalı olmak suretiyle karşılaşmakta oldukları en bariz problemler durum olarak karşımıza eğitilmiş ve gerekli niteliklere sahip bireyleri bünyesine katamamak çıkmaktadır. Bu noktada gerekli niteliklere ve eğitime sahip olan bireylerin kuruluşa getireceği maliyetlerin oldukça yüksek seviyelerde seyretmesi ve bu kuruluşların da çok büyük bir külfeti karşılayamayacak pozisyonda bulunmaları ilgili çalışan profiline kuruluşa dâhil edilmesinin önünde varlık bulan en önemli engel olarak kabul görmektedir. Bunun yanında ciddi anlamda alanında gerekli yetileri bünyesinde barındıran bir çalışan profiline gereksinim duyulması durumunda ise tek bir alanda değil de, birden fazla alan ve konuda

¹⁰⁵A.g.e.

kuruluşu rahatlatabilecek konumda bulunan çalışan profiline rağbet gösterilmektedir. Buna ek olarak, kuruluş kapsamında faaliyetlerini sürdürmekte olan çalışanların mevcut yetenek ve bilgilerinin artırılması hususunda gerek duyulan eğitimleri temin etme konusunda da gerekli potansiyeli bünyesinde var edemeyen KOBİ'ler çalışanların mevcut yetileri ve bilgileri ile idare etmek durumunda kalma problemi ile yüz yüze gelmektedirler.¹⁰⁶

Bütün bu bilgiler, KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşların gerekli kalifiye niteliklere sahip çalışanları bünyesinde barındıramamasının sebebinin tamamı ile gerekli şartları taşıyamamasından kaynaklandığı çıkarımına varabilmemize olanak tanımaktadır. Bu durumda kuruluşun kendini geliştirmesi ve gerçekleştirmesinin önünde önem taşıyan bir engel olarak varlık bulduğu yorumunda bulunabilmemizi sağlamaktadır. KOBİ'lerin ciddi anlamda kaliteli yönetim kadroları aracılığıyla yönetilmesi ve eğitime önem verilmesi durumunda ilgili problemleri durumdan kendilerini uzaklaştırabilmeleri ve kendilerini geliştirme ve gerçekleştirme hususunda ilk önemli adımı atabilmeleri mümkündür.

- **Finansa Dönük Karşılaşılan Sorunlar:** KOBİ'lerin karşılaştıkları sorunlara odaklanıldığında bu problemler arasında finansa dönük olarak karşılaşılan problemlerin çoğunlukla birinci sırayı aldığı göze çarpmaktadır. Bu tarzda oluşan problemlerin gözden geçirilmesi KOBİ'ler yöneliminde oldukça faydalı bir durum olarak kabul görmektedir. Finansa dönük olarak karşılaşılan sorunlar KOBİ'ler öncülüğünde belirli bir yatırımda bulunulması sırasında vuku bulmakta ve akabinde sürmektedir. KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşların belirli bir yatırım gerçekleştirebilmek adına birtakım kaynaklara gereksinimleri bulunmaktadır ve bu kaynakları temin edebilecekleri yegane yerde "**sermaye piyasaları**"dır. Ancak sermaye piyasaları bu kaynak teminine yönelik olarak öncelikle belirli bir teminat

¹⁰⁶Gülşen Cura, "KOBİ'lerin Finansal Kaynaklara Ulaşım Olanakları ve Finansal Yapıları: Çaycuma'daki KOBİ'ler Üzerine Alan Çalışması", (Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Zonguldak, 2006, s. 23.

yani ödeme garantisi talep etmektedirler. Fakat bu noktada KOBİ'lerin sahip oldukları kaynaklar açısından gerekli koşulları sağlayamamaları ve teminat açısından tatmin edici bir noktada bulunmamaları kaynak temini hususunda ciddi problemlerin vuku bulmasına sebebiyet verebilmektedir. İhtiyaç oranında bir kaynağın teminat verilememesinden ötürü sermaye piyasalarından sağlanamaması önemli bir problem iken, bu probleme ek olarak birde banka kredisi imkânından da mahrum kalma durumu söz konusu olmakta ve kurucuların başlangıçta ortaya koydukları değerler dışında bir değere sahip olamama durumunu ve kendi yağıyla kavrulma gereği ortaya çıkmaktadır. KOBİ'lere kredi temin etmekte olan kuruluşlarda kendi özlerini belirli bir güvence altına alma arzusu içerisinde bulunmaktadır. Bu sebeple, KOBİ'lerin kuruluş aşamasında sahip oldukları sermaye payının yarısını sahip oldukları öz kaynakları vasıtası ile sağlamaları şartı bulunmaktadır. KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşlar göz önünde bulundurulduklarında sermaye hususunda sahip oldukları gereksinimlerini çoğunlukla öz kaynakları aracılığı ile giderdikleri görülmektedir. Bahsedilen bu durumun temel sebebi paydaşların yönetim kadrosunda sahip oldukları yerlerini sağlama alma arzularıdır. KOBİ'ler finansa dönük olmak kaydıyla şu problemlerle vaziyetlerle yüz yüze kalmaktadırlar. Bunlar, sermaye konusunda yeterli seviyede bulunamama durumu, hammadde sağlama hususunda yaşanan güçlükler, belirli kaynakların sağlanması konusunda yaşanan güçlükler, kuruluşun sahip olduğu sermayenin yeterli seviyede bulunmayışı ve son olarakta finansa dönük olarak gerçekleştirilmekte olan yönetim hususunda karşılaşılmakta olan güçlüklerdir.¹⁰⁷

KOBİ'lerin finansa dönük olarak karşılaştıkları problemlerli durumlar gözden geçirildiğinde, bu problemlerin ciddi anlamda duraklatıcı ve sekteye uğraticı nitelik taşıdıkları saptanabilmektedir. Bu tarzda problemlerin önüne geçmek bu tarzda kuruluşlar açısından oldukça güç bir durum olarak kabul edilmektedir. Bu kuruluşların bu tarzda

¹⁰⁷Mehmet Mutlu, "Basel 2'nin KOBİ'ler Üzerine Etkisi ve KOBİ'lerin Farkındalıkları: Malatya İlinde Bir Araştırma", (İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), Malatya, 2013, s. 13.

sorunlardan bir nebze olsun kurtulabilmeleri adına devlet gerekli teşviklerde bulunmalı ve bunun yanında bankalar bu kuruluşlara kredi verirken uygun koşulları temin etmelidir. Bu tarzda kolaylıkların sağlanması KOBİ'ler açısından olumlu bir sürecin yaşanmasına imkân tanıyabilecektir yorumunda bulunmak mümkündür.

- **Pazarlama-Tedarik Konusunda Karşılaşılan Sorunlar:** Küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlar tarafından pazarın belirli bir bölümünün hedef olarak tespit edilmesi ve bu pazar bölümüne yönelik sunumda bulunma hususunda ihtiyaç duyulan pazarlamaya dönük stratejik hamlelerin saptanması ciddi anlamda zorlu bir süreci beraberinde getirmektedir. Bunun temel sebebi ise pazar hususunda herhangi bir araştırma sürecinin devreye sokulmaması tamamı ile tahmin ve gözlem bağlamında bir sürecin devreye sokulmasıdır. KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşların pazarlama hususunda karşılaştıkları ana sorunlar; faaliyet gösterilecek pazar konusunda yeterli bir araştırma gerçekleştirilmemesi, kısıtlı ölçülere sahip pazarlar da etkinliğe yönelme ve bunun yanında seçeneğin bulunmayışı, pazarlama hususunda kâfi olmayan bir bakış açısının benimsenmesi, pazarlamaya dönük olmak suretiyle gereksinim duyulan birtakım vasıtalarla gereksinim duyulan ölçülerde faydalanamama ve KOBİ'lerin büyük ölçekli kuruluşlara yönelik bir yan sanayi mercii olarak görülmesi ve bu sebeple bu kuruluşa bağımlı bir yönelimde hareket etmek durumunda bulunması olarak kabul edilmektedir. Genel olarak bir yaklaşım geliştirildiğinde, ihracata yönelik aktivitelerin müsebbibinin KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşlar olduğu görüşü ileri sürülmektedir. Bahsedilen ilgili vaziyetin ana sebebi ise bu tarzda kuruluşların iş yapma konusunda benimsedikleri süreçlerin basit bir doğrultuda oluşturulmasıdır. Dış satım hususunda ciddi anlamda kritik ehemmiyet ihtiva etmekte olan problem, üretimi gerçekleştirilen mamullerde kalite hususunda belirli bir denetimin ve standardın oluşturulması ve sürdürülmesidir. Dış satıma yönelik bir yönetim sürecinin hayata geçirilmesi, bu konuda benimsenen fikirlerin hayata geçirilememesinden ileri gelmektedir. KOBİ'lerin faaliyetlerini

sürdürmekte oldukları ülkelerde vuku bulmakta olan, Kamu İktisadi Teşebbüsleri (KİT), ekonomik göstergeler, vergi hususunda belirlenmiş politik unsurlar, mevcut pazar şartları ve daha birçok etkende KOBİ olarak nitelendirilmekte olan küçük ve orta büyüklükteki kuruluşların dış satım aktiviteleri üzerinde etkide bulunabilmektedir. Politik ortamda belirli bir düzenin tesis edilememesi devletlerarası pazarlarda faaliyette bulunma hususunda ciddi anlamda büyük ehemmiyet taşıyan bir engel teşkil etmektedir. Devletler öncülüğünde yapılan düzenlemeler ve kısıtlamalar ile koyulan çeşitli şartlarda dış alım hususunda yaşanması muhtemel süreçlerin önüne set çekmekte ve bu süreçleri oldukça güç bir vaziyete sokmaktadır.¹⁰⁸

KOBİ olarak nitelendirilmekte olan küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşların gerçekleştirmekte oldukları üretimler tüketiciler yönünden verilen siparişlere dönük olarak şekillendirilmekte ve devreye sokulmaktadır. Bu durumda ilgili üretime dönük olarak gereksinim duyulan maddeler ile alınacak çeşitli şeylerin kendilerine verilen siparişler odağında farklılık yaşadığı çıkarımına ulaşabilmeye olanak tanımaktadır. KOBİ'ler tarafından belirli bir madde den yalnızca bir üretim kapsamında faydalanılabilmekte bu durumda geniş bir süreç dâhilinde kullanılması adına madde tedarikine yönelmenin önüne önemli bir engel koymaktadır. KOBİ'lerin sahip oldukları iktisadi durumları da genellikle büyük ölçekli mamul tedarikine girmeye olanak tanımamaktadır. İlgili sebepten ötürü, arzu edilmekte olan maddenin, arzu edilen vakitte ve çoklukta tedarik edilebilmesi hususunda ciddi anlamda güçlükler zuhur etmektedir. İlgili güçlüklerin aşılabilmesinin yolu ise, gereksinim duyulan madde hususunda belirlenen toleransın büyük ölçekli tutulması ve ilgili maddeye ederinden daha büyük oranda bir ödeme yapılmasından geçmektedir. Böyle bir vaziyet halinde ise, küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlarca hem istenilen kalite hususunda hem de yüklenilen giderler hususunda ehemmiyet arz etmekte olan kârdan uzak durumlar ortaya çıkmaktadır.

¹⁰⁸Sakallı, a.g.e., s. 21.

Görüldüğü üzere, KOBİ'ler tarafından pazarlama ve tedarik hususunda da önemli güçlüklerle ve olumsuzluklarla karşılaşmaktadır. KOBİ'lerin bu güçlükleri aşabilmesi adına belirli düzenlemelerde ve basitleştirici uygulamalarda bulunmak ve bu durumları sağlamak büyük önem taşımaktadır. KOBİ'lerin özellikle ithalat ve ihracat hususunda önemli sıkıntılarla yüzleştiği bilinen bir gerçektir. Bunun yanında, KOBİ'ler belirli bir talep anlamında üretime giriştiklerinden tedarik hususunda da sınırlı imkânları bulunmaktadır. Bu konularda topun devletin elinde olduğunu unutmamak gerekmektedir. Devlet tarafından sağlanacak birtakım kolaylık ve teşvikler hem KOBİ'lerin işlerini kolaylaştıracak hem de yeni KOBİ'lerin gelişimine imkân tanıyacaktır. İthalat hususunda kotaların minimuma indirilmesi, ihracat hususunda çeşitli vergilerden muafiyet vs. KOBİ'ler açısından önemli noktada bulunması muhtemel hamleler olarak kabul edilebilir.

Bütün bu bilgilerin paylaşılmasının ardından, ülke ekonomilerinin itici gücü olarak kabul edilmekte olan KOBİ'lerin ciddi anlamda problemlerle yüzleştikleri gerçeği karşımıza çıkmaktadır. Bu problemler KOBİ'lerin gelişimi ve teşviki açısından önemli sorunlar olarak kabul görmekte ve KOBİ'leri oldukça sınırlamaktadır. Bu problemlerin sınırlandırılması ve ortadan kaldırılması hususunda temel görev ise devletlere düşmektedir. KOBİ'ler hususunda özendirici çalışmaların yapılması, desteklerin verilmesi, gerekli teşviklerin sağlanması gerekmektedir. Bu şekilde düzenlemelerin gerçekleştirilmesi KOBİ'lerin gelişimi ve ilerlemesini temin edebilecek ve bu durum da ülke ekonomilerinin de daha büyük bir gelişim sürecine yelken açabilmesine imkân tanıyacaktır. Devletler önderliğinde ülke ekonomisinin parlaması ve gelişmesi adına KOBİ'ler hususunda önemle durulmalı, mevcut problemlerin üzerine gidilmeli ve bu sorunlu durumların üstesinden gelinerek KOBİ'lerin varlığı güvence altına alınmalı, bu yolla ülke ekonomisi, refahı ve kalkınması da temin edilmelidir.

2.6. KOSGEB Kredileri

Türkiye düzleminde ekonomik anlamda refah düzeyinin istenen seviyelere ulaşması ve sosyal anlamda birtakım gereksinimlerin giderilmesi adına KOBİ olarak

nitelendirilmekte olan küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşların aktif hale getirilmesi ve ilgili gereksinimlerin giderilmesi konusunda bu kuruluşların etkin olma durumları ile ekonomik ve sosyal alanda sahip oldukları paylarının yükseltilmesi, pazar koşullarında vuku bulan rekabete yönelik seviyenin ve kuvvetin artırılmasının temin edilmesi, endüstri alanında bütünleşmenin ekonomik ilerlemelere elverişli düzlemde hayata geçirmek amacıyla “**KOSGEB (Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı)**” isimli kuruluşun kurulması sağlanmış ve bu gereksinimler ilgili kuruluş önderliğinde giderilmeye çalışılmıştır.¹⁰⁹

Ülkemiz kapsamında küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşların arkasında duran ve bu kuruluşlara çeşitli yardımlarda bulunan devlet kurumu olarak karşımıza KOSGEB çıkmaktadır. Ülke çapında yaklaşım geliştirildiğinde, 55 adet merkezde aktif olarak çalışma yürütüldüğü tespit edilmiştir.¹¹⁰

Bu başlık kapsamında KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşların arkasında bir güç olarak duran ve bu kuruluşları desteklemekte olan KOSGEB öncülüğünde KOBİ'lere sağlanan kredilere ve desteklere değinilmesi hedeflenmektedir. Bu kredi ve destekler arasında ehemmiyet arz edenlere değinilecek olup, pek çok kredi ve destek uygulamasının varlığından söz edebilmenin olanak dâhilinde olduğunu da belirtmek yerinde bir yaklaşım olacaktır. Bu bağlamda çalışma kapsamında;

- Yeni girişimci desteği,
- KOSGEB danışmanlık desteği,
- Yerel ekonomik araştırma desteği,
- KOSGEB özel eğitim desteği,
- Teknoloji araştırma ve geliştirme ile yenilik desteği ve endüstriyel destek gibi destekler konusunda bilgilendirmelerde bulunulacaktır.

¹⁰⁹Bayburtluoğlu, a.g.e., s. 33.

¹¹⁰A.g.e.

2.6.1. Yeni Girişimci Desteği

KOSGEB öncülüğünde KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşlara yönelik olarak sağlanan desteklerden ilki olarak karşımıza ‘yeni girişimci desteği’ çıkmaktadır. Yeni bir girişim ile birlikte pazara girmek isteyen bireylerin ülke ekonomisine ve kalkınmasına katkıda bulunabilmeleri ve zorlu süreci basit bir şekilde geçebilmeleri adına yeni girişimcilerin belirli desteklere gereksinimleri bulunmaktadır.

KOSGEB tarafından sağlanan bu desteğin temel gayesi; girişim konusunda gerekli desteğin sağlanması, bu bağlamda girişimcilik konusunda istenen yaygınlaşmanın temin edilmesi ve muvaffakiyet ekseninde kuruluşların kurulumunun sağlanmasıdır.¹¹¹

KOSGEB önderliğinde bu konuda sağlanan destek belirli bir süreci beraberinde getirmektedir. Bu bağlamda on aşamalı bir süreçten söz etmek mümkündür.

- Girişimcilik hususunda aday olarak karşılaşılan bireyin gerek duyulan eğitimleri edinmesi ve bu eğitimlerin akabinde verilen sertifikanın sahibi olması gerekmektedir.
- Daha sonra girişimci vasfına sahip bu birey önderliğinde kuruluşun kurulumunun temin edilmesi gerekmektedir.
- Kuruluşun kurulumunun akabinde girişimci vasfını bünyesinde barındırmakta olan birey öncülüğünde KOSGEB tarafından oluşturulan veri tabanına belirli bir kayıt işlemi gerçekleştirilmesi zorunluluğu bulunmaktadır.
- Girişimci vasfına sahip olan birey önderliğinde kurulumu gerçekleştirilen kuruluşa dair olmak üzere küçük ve orta ölçeğe sahip olan kuruluş beyannamesinin, bu kuruluşa ait bilgileri içeren belgenin ve gerek duyulan eklerinin KOSGEB’e ulaştırılması gerekmektedir.

¹¹¹KOSGEB, “Yeni Girişimci Desteği”, (Çevrimiçi) <http://www.kosgeb.gov.tr/istanbulanadolu/tr/content.asp?PID=%7B22DA0F37-207E-4CCB-A5E5-6334628547B9%7D>, (Erişim Tarihi: 14.03.2016).

- Küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşa yönelik hazırlanmış beyannamenin onaylanmasının hemen ardı sıra çevrimiçi ortamda kuruluşun gerçekleştireceği işe yönelik olarak belirli bir planlamanın ve yeni girişim desteği hususunda gerçekleştirilecek başvurunun hazırlanması gerekmektedir.
- Yeni girişimci desteği hususunda gerçekleştirilecek başvurunun belirli bir heyet önderliğinde ön değerlendirmeye tabi tutulması gerekmekte olup, şartları yerine getirdiği kanaatine varılan başvuruların bu destekle görevli kurula ulaştırılması gerekmektedir.
- Yeni girişimci desteği hususunda başvuruyu esas olarak değerlendirme sorumluluğunu bünyesinde taşımakta olan bu kurulun belirli bir oturum gerçekleştirmesi daha sonraki aşamayı teşkil etmektedir.
- Bu oturumun sonucunda girişimci vasfına sahip birey önderliğinde gerçekleştirilen başvurunun onaylanması durumunda kuruluşun bu desteğe yönelik olarak temin edilmekte olan taahhütnameyi edinmesi eşliğinde yeni girişimci desteğinin başlatılması aşamasına gelinmektedir.
- Daha sonraki aşamada KOSGEB'e teslim edilmek suretiyle, mevcut ekleri ile bir bütün olarak ödeme istek formunun oluşturulması gerekmektedir.
- Son aşamada ise, mamullerin gözden geçirilmesi ve saptanmasının akabinde, var olan bütçeler gözden geçirildikten sonra yeni girişimci desteği hususunda gerekli ödemelerin gerçekleştirilmesi ile süreç sonuçlandırılmaktadır.

KOSGEB tarafından sağlanan yeni girişimci desteğinin miktarının tepe kısıtı olarak karşımıza 100.000 TL gibi bir rakam çıkmaktadır. Bu rakamla ilgili ayrıntılara aşağıdaki tablodan ulaşmak olanak dâhilinde bulunmaktadır.¹¹²

¹¹²A.g.k.

Tablo 6. Yeni Girişimci Desteği Hususunda Birtakım Rakamsal Değerler

DESTEĞİN ADI	MAKSİMUM DESTEK MİKTARI (TL)	DESTEĞİN ORANSAL DURUMU
Kuruluşun açılış aşamasında makine, donanım vs. desteği	15.000 TL	İSTANBUL (1. KISIM) %60
Kuruluşun kurulması hususunda sağlanan destek	3.000 TL	GİRİŞİMCİ MAHİYETİNE SAHİP KİMSENİN ÖZÜRE SAHİP OLMASI YA DA KADIN OLMASI DURUMUNDA %70
Sabit Yatırım Hususunda Sağlanan Destek	70.000 TL	
Kuruluşun Var Olan Giderlerine Dönük Destek	12.000 TL	

Kaynak: KOSGEB, a.g.k.

Görüldüğü üzere yeni girişimcileri desteklemek adına KOSGEB öncülüğünde ciddi desteklerde bulunmaktadır ve bu desteklerde KOBİ kuruluşlarını özendirme mahiyetini taşımaktadır. KOSGEB öncülüğünde sağlanan bu desteklerin duyurulması ve KOBİ adaylarına ulaştırılması gerekmektedir. Bu sayede ülkemiz kapsamında varlığını idame ettirmekte olan girişimci vasfına sahip bireylerin bu kuruluşları oluşturmasının ve ekonomiye katmasının önü açılmış olacaktır.

2.6.2. KOSGEB Danışmanlık Desteği

KOSGEB öncülüğünde KOBİ'lere dönük olarak sunulan desteklerden bir diğeri olarak karşımıza ‘‘KOSGEB Danışmanlık Desteği’’ çıkmaktadır. Bu destek hususunda gerekli bilgilendirmelere bu alt başlık kapsamında yer verilmesi tasarlanmaktadır.

Bu destek bağlamında KOSGEB öncülüğünde kuruluşlara belirli konularda danışmanlık yöneliminde destek hizmeti sunulmaktadır. Bu konulardan bazılarını kapsamları ile birlikte aşağıdaki tablodan incelemek mümkündür.¹¹³

Tablo 7. KOSGEB Tarafından Sağlanan Danışmanlık Hizmetleri

DANIŞMANLIK HİZMETİ	DANIŞMANLIK HİZMETİNİN KAPSAMI
İşe Yönelik Planların Oluşturulması	Belirli bir işin kurulmasının gerçekleştirilmesi ve ilgili işin ilerlemesinin temin edilmesi
Genel Anlamda Yönetim Danışmanlığı	Yönetim Hususunda Benimsenen Modeller, Vakit ve Değişim Hususunda Yönetim, Stratejik Anlamda Planlar
Pazarlamaya Dönük Danışmanlık	Müşteri İlişkileri, Pazarlama Konusunda Yönetim, Pazarlama Stratejisi vs.
CE'ye Uygun Üretim Danışmanlığı	Belirli standartlar dâhilinde üretimin gerçekleştirilmesi ve ürün tasarlanması

Kaynak: KOSGEB, ‘‘Danışmanlık Desteği’’, (Çevrimiçi) <http://www.kosgeb.gov.tr/istanbulanadolu/tr/content.asp?PID=%7B5779D0EA-49AB-42D0-AACB-D39413A7AA9D%7D>, (Erişim Tarihi: 14.03.2016).

¹¹³KOSGEB, ‘‘Danışmanlık Desteği’’, (Çevrimiçi) <http://www.kosgeb.gov.tr/istanbulanadolu/tr/content.asp?PID=%7B5779D0EA-49AB-42D0-AACB-D39413A7AA9D%7D>, (Erişim Tarihi: 14.03.2016).

Bu alanların yanında, çalışanlar hususunda, bilgisayar teknolojileri hususunda, dış ticaret, finansman ve daha birçok alana yönelik olmak üzere KOSGEB öncülüğünde danışmanlık desteği sağlanmaktadır.¹¹⁴

KOSGEB öncülüğünde sağlanmakta olan danışmanlık hizmeti muhteviyatında, yüksek öğrenim kurumları ile bu kurumların belirli kuruluşlara danışmanlık yapmak amacıyla dizayn edilmiş bölümleri, Türk Standartları Enstitüsü (TSE) tarafından sağlanan danışmanlığa dönük hizmet verebilme konusunda yeterlilik dökümanına sahip kuruluşlar, kurulum sürecinde oluşturulan yasaları dâhilinde danışmanlık hizmetini de içeriğinde barındırmakta olan kamuya yönelik çeşitli kuruluşlar ve kurumlar, çeşitli özel kuruluşlar olan vakıflardan ve kendi yağıyla kavru lan derneklerden danışmanlık hususunda destek alınabilmektedir.¹¹⁵

KOSGEB tarafından danışmanlık hususunda sağlanmakta olan hizmetlerin bir tanesi için maksimum 4.000 TL ve 20 günlük destek sağlanmaktadır, bu değerlerin üzerine çıkma gibi bir durum söz konusu olmamaktadır. Bu danışmanlık hizmeti sürecinde alınabilecek en büyük destek meblağı olarak ise karşımıza 15.000 TL gibi bir tutar çıkmaktadır.¹¹⁶

Bütün bu bilgiler ışığında KOSGEB tarafından KOBİ'lerin belirli konularda yardım alabilmeleri adına gerekli desteklerin sağlandığı ve kaderlerine terk edilmedikleri çıkarımında bulunmak mümkündür. Yeni kurulmuş bir KOBİ kuruluşunun sudan çıkmış balığa dönmemesi adına sağlanan bu destekler, ilk heyecanın atlatılması ve gerekli konularda ihtiyaç duyulan bilgilerin ve edinimlerin sağlanabilmesi açısından büyük önem ihtiva etmektedir. KOBİ'lerin ilgili danışmanlık hizmetinden yararlanabilmeleri onların geleceğe güvenle bakabilmelerine ve gerçekleştirecekleri işlerinde ayaklarını yere daha sağlam basabilmelerine olanak tanıyacaktır. Bu noktada danışmanlık hizmetinin KOBİ'ler açısından olmazsa olmaz bir konumda bulunduğu bilgisini de paylaşmak gerekmektedir.

¹¹⁴A.g.k.

¹¹⁵A.g.k.

¹¹⁶A.g.k.

2.6.3. Yerel Ekonomik Araştırma Desteği

KOSGEB önderliğinde KOBİ'lere dönük olarak sağlanan desteklerden bir diğeri olarak ise karşımıza ‘**yerel ekonomik araştırma desteği**’ çıkmaktadır. Bu başlık kapsamında ilgili destek hususunda gerek duyulan bilgilere yer verilmektedir.

KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşlara yönelik olarak sağlanan bu destek tamamı ile geriye ödeme gerçekleştirilmeyen bir destek hizmetidir ve tepe noktası 15.000 TL olarak belirlenmiştir. Ayrıca, KOSGEB öncülüğünde bu konuda sağlanmakta olan destek %80 gibi bir orana ulaşmaktadır. Mevcut anlamda iktisada dönük vaziyet, doğal olarak nitelendirilen kaynaklar, hali hazırda var olan alt ve üst yapılar, endüstri konusunda çıkarılan çeşitli envanterler ve bu yönelimde hazırlanan raporlar ile gerekli değerlendirmelerin gerçekleştirilmesi ve buradan yola çıkılması suretiyle yatırıma en elverişli bölgelerin saptanması, sosyal anlamda, iktisadi anlamda ve belirli bir kesimde var olan refahın istenilen düzeye ulaştırılması hususunda temeli oluşturacak geleceğe dönük planlamaların oluşturulması adına yerel anlamda belirli bölgelerde gerçekleştirilmek istenen incelemelere yönelik olarak KOSGEB öncülüğünde sağlanan desteğe ‘**yerel ekonomik araştırma desteği**’ adı verilmektedir. Büyük muhteviyata sahip olmayan organize sanayi bölgeleri ile sanayi sitelerinde yönetim görevini üstlenenler, TESK ve TOBB ile bu kuruluşlar bünyesinde faaliyetlerini idame ettirmekte olan çeşitli teşekküller ve son olarakta belirli bir bölgede faaliyetlerini idame ettirme gayretinde bulunmakta olan kooperatifler, dernekler, özel teşebbüsler, birlikler vs. bu destekten etkin olarak faydalanabilmektedirler.¹¹⁷

Bu bilgilerden yola çıkıldığında, belirli bir bölge kapsamında araştırma ve incelemeler yürütmek isteyen ve KOBİ mahiyetine sahip olmak suretiyle faaliyetlerini idame ettirmekte olan kuruluşların bu destekten etkin olarak faydalanabilecekleri çıkarımında bulunabilmek mümkündür. Bu tarzda bir araştırma yeni girişim olanaklarının vuku bulmasını sağlayabilecek olup, bu durumda ülke ve bölge ekonomilerinin kalkınmasına olanak tanıyabilecektir.

¹¹⁷Ankara Ticaret Odası, “KOSGEB Yerel Ekonomik Araştırma Desteği”, (Çevrimiçi) <http://www.atonet.org.tr/yeni/index.php?p=677&l=1>, (Erişim Tarihi: 14.03.2016).

2.6.4. KOSGEB Özel Eğitim Desteği

KOSGEB öncülüğünde KOBİ'lere yönelik olarak sağlanan desteklerden bir diğeri ise '**KOSGEB Özel Eğitim Desteği**'dir. Bu destek ile alakalı bilgilendirmelere bu alt başlık kapsamında değinilmektedir.

Kamunun katılabileceği ve özel anlamda kurumsal kuruluşların kendi içerisinde gerçekleştirilecek olan eğitimlere iştirak edebilme hususunda destek temin edilmektedir. Bu destek belirli konulara yönelik olarak sağlanabilmektedir. Bu konulardan bazıları; insan kaynaklarına dönük yönetim, üretime dönük yönetim, pazarlamaya dönük yönetim, finansa dönük yönetim, teknik ve mesleğe dönük anlamda gerçekleştirilmekte olan eğitim olarak kabul görmektedir. KOSGEB özel eğitim desteğini sağlayabilme potansiyeline sahip kuruluşlardan bir bölümü ise şunlardır; yüksek öğrenim kurumları ve bu kurumların kuruluşlara belirli eğitimler verebilmesi maksadıyla oluşturulmuş bölümleri, yasalar çerçevesinde birtakım kamu kuruluşları ve kurumları, ayrıca bu kuruluşların çeşitli eğitimler sağlamak maksadıyla oluşturulmuş bölümleri ile birtakım mesleğe dönük varlığını idame ettirmekte olan kuruluşlar, Türk Akreditasyon Kurumu ve özel teşebbüsler önderliğinde kurulmuş ve faaliyetlerini sürdürdüğü alanda gerekli onayları bulunan birtakım kuruluşlar ile kurumlardır.¹¹⁸

Kuruluş adına eğitim desteğinden faydalanabilen ve KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşta faaliyetlerini sürdüren kurucu, paydaş ve çalışanlar ilgili eğitimlere katılabilmektedirler. Bu noktada mevcut konular hususunda 1000 TL gibi meblağı aşmayacak oranda destekler sağlanması üzerinde mutabakata varılmaktadır. İlgili destek kapsamında belirli bir konu üzerinde verilmesi planlanan desteklerin en tepe noktası 4000 TL olarak kabul görmektedir. Bu destek programının devamlılığının sağlanması çerçevesinde muhtemel desteğin tepe sınırı olarak karşımıza 10.000 TL'lik bir meblağ çıkmaktadır.¹¹⁹

Görüldüğü üzere, KOSGEB önderliğinde kuruluşlar adına gerekli eğitimlerin alınabilmesi adına belirli oranlarda eğitim desteği sağlanmakta ve bu sayede kuruluşun çalışanlarının bilgilenmesi, işlerinin ehli olmaları ve kalifiye özellikler kazanmaya

¹¹⁸KOSGEB, "Eğitim Desteği", (Çevrimiçi) <http://www.kosgeb.gov.tr/istanbulanadolu/tr/content.asp?PID=%7B886EDE46-2AB6-46E1-BF68-F7C0F77CE878%7D>, (Erişim Tarihi: 14.03.2016).

¹¹⁹A.g.k.

başlamaları hedeflenmektedir çıkarımında bulunulabilir. Bu eğitimlerin birer gelecek güvencesi ve yatırım olduğu ve kesinlikle bu destekten faydalanılması gerektiği gerçeği de göz ardı edilmemelidir.

2.6.5. Teknoloji Araştırma ve Geliştirme, Yenilik ve Endüstriyel Destek

KOBİ'lerde olduğu kadar büyük ölçeğe sahip kuruluşlarda da teknoloji araştırma ve geliştirme, yenilik ve endüstriyel faaliyetler büyük önem arz etmekte olan faaliyetler olarak kabul görmektedir. KOSGEB, KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşlara yönelik olmak üzere teknoloji araştırma ve geliştirme, yenilik ve endüstriyel destek sunmaktadır. Bu destekler ile alakalı bilgilendirmelere literatür bölümünün son ayağında değinilmekte ve konu bu şekilde noktalandırılmaktadır.

Bu bağlamda KOSGEB öncülüğünde sağlanmakta olan teknoloji araştırma ve geliştirme ile yenilik faaliyetlerine yönelik destekleri içermekte olan programın süresi iki yıllık yani 24 aylık bir süreci kapsamaktadır. Bunun yanında endüstriyel anlamda sağlanan desteklere değinmek gerekirse, bu noktada da 1,5 yıl yani 18 aylık bir süreç ile karşılaşmak mümkündür. KOSGEB kapsamında var olan kurullarda gerçekleştirilmekte olan görüşmeler bağlamında bu destek programları adına ek bir yıl yani 12 aylık bir süreç bağlamında artı zaman temin edilebilmektedir.¹²⁰

KOSGEB öncülüğünde verilmekte olan bu desteklerin temel gayeleri;¹²¹

- Teknolojik anlamda gelişmeleri takip etmekte olan ve bilimi temeline oturtan alışılmış düşünceleri aşan ve bu bağlamda icatlara sahip olan girişimci niteliğine sahip bireyler ile KOBİ olarak nitelendirilmekte olan kuruluşların geliştirilmesi,
- Yenilikçi olarak kabul edilmekte olan aktivitelere arka çıkılması,
- Araştırma ve geliştirme hususunda var olan ve sağlanan desteklerin daha geniş bir düzleme yayılmasının sağlanması,

¹²⁰KOSGEB, "AR-GE, İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama Destek Programı", (Çevrimiçi) <http://kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=6&refContent=68>, (Erişim Tarihi: 14.03.2016).

¹²¹A.g.k.

- Adına tekno girişimci denen düşünceleri teknolojik anlamda ileri seviyelere kavuşmakta olan girişimcilerin desteklenmesi,
- Küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlar bağlamında araştırma ve geliştirme hususunda belirli bir bilincin oluşumunun ve yaygın hale getirilmesinin temin edilmesi ve bununla birlikte bu alanda mevcut potansiyelin yükselen bir grafiğe kavuşmasının sağlanması,
- Yenileşme hareketleri ile araştırma ve geliştirme hamlelerinin ortaya çıkarılmasının akabinde elde edilen neticelerin ticari bir boyuta taşınması ve sanayileşme faaliyetlerine dönük olmak kaydıyla çeşitli destek süreçlerine gereksinim hissiyatı geliştirilmesidir.

Görüldüğü üzere bu alanda KOSGEB tarafından sağlanan destekler büyük önem arz etmektedir. Bunun esas sebebi ise günümüz koşullarının bilgi ve bilgisayar çağı olarak lanse ediliyor olmasıdır. Araştırma ve geliştirme, bilgiye ulaşma, onu işleme ve en nihayetinde belirli bir yenilik gerçekleştirip o yeniliği insanlığın hizmetine sunma anlamlarını da bünyesinde barındırmaktadır. Bu sebeple KOSGEB öncülüğünde sağlanmakta olan destekler arasında en büyük öneme sahip olanlardan bir tanesi olarak karşımıza bu destekler çıkmaktadır. Günümüz koşullarında gelişmenin ve ilerlemenin en önemli yapıtaşı olarak karşımıza araştırma-geliştirme faaliyetleri ile bu faaliyetler ile yakından alakası bulunan yenilik faaliyetleri çıkmaktadır. Bunlara ek olarak, endüstriyel sahada gerçekleştirilmekte olan çeşitli uygulamaların da ciddi derecede büyük ehemmiyet ihtiva etmekte olduğu sonucuna ulaşılabilmektedir. KOBİ'lerin gelişimi ve ilerlemesi tamamı ile düzenli ve sistematik AR-GE ve yenileşme faaliyetlerine bağlıdır çıkarımında bulunabilmemiz olanak kapsamında bulunmaktadır.

Görüldüğü üzere KOSGEB önderliğinde KOBİ olarak nitelendirilmekte olan küçük ve orta ölçeğe sahip kuruluşlara dönük birtakım destekler sağlanmaktadır. Bu desteklerin KOBİ'leri rahatlatmak, onları girişime teşvik etmek ve başlangıç stresinden kurtulmaları adına sağlandığını belirtmekte yarar vardır. Bu noktada, ülke ekonomisi açısından önemli oldukları ve bunun da bu desteklerde belirli bir payı bulunduğu yorumunda bulunabilmemiz mümkündür. Bu desteklerin iyi bir şekilde anlaşılması ve özümsemesi KOBİ süreçlerinin somutlaştırılması ve daha anlaşılır kılınması açısından büyük önem taşımaktadır.

KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşlar ülke ekonomilerinin itici gücü olarak kabul görmektedir. Büyük ölçüğe sahip kuruluşların yönelmedikleri ve atıl kalan pazar bölümleri ve gereksinimlere odaklanmakta olan KOBİ'ler pazar koşullarında önem ihtiva eden boşluklar doldurmaktadırlar. Ayrıca, ülke ekonomisinin gelişimi, ilerlemesi ve istenen düzeylere ulaşması da KOBİ'ler aracılığıyla gerçekleştirilebilmektedir. KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşlar kapsamında bürokratik engellerin minimum seviyede bulunması, çalışanlar arasında sıkı ilişkilerin vuku bulması ve çeşitli desteklere sahip olmaları dolayısıyla önemli bir noktada bulunmaktadır. Son döneme damga vurmakta olan KOBİ'lerin gelecek içinde umut vaat ettiğini belirtmek gerekmektedir.

KOBİ'ler bir ülkenin ekonomisinin aynası görevini üstlenmektedirler. Bir ülkenin KOBİ'leri ne denli büyük bir gelişim yaşamışlarsa, ülkede o denli büyük bir gelişme ve ilerleme ile kalkınmaya yelken açacaktır çıkarımında bulunabilmek olanak dâhilinde bulunmaktadır.

Bir ülkenin KOBİ'leri, o ülkenin paha biçilmez değerleridir.

3. ELEKTRONİK TİCARETİN KÜÇÜK ÖLÇEKLİ İŞLETMELER ÜZERİNDEKİ ETKİSİ

Çalışmanın son bölümü olarak kabul edilen bu bölümde çalışma kapsamında gerçekleştirilen saha araştırmasından elde edilen verilere değinilmektedir. Önceki bölümlerde verilen teorik bilgilerin pratik bir çizgiye oturtulduğu bu bölüm araştırma açısından büyük önem taşımaktadır. Bu bağlamda öncelikle araştırmanın konusunun 30 adet gıda sektöründeki KOBİ'ler olduğunu belirtmek gerekir. İlerleyen bölümlerde araştırmanın evreni ve örnekleme, kısıtlarına, araştırmada yararlanılan veri toplama yöntemine değinilmekte ve hemen akabinde araştırma kısmına yer verilmektedir. Araştırma kapsamında 30 adet KOBİ işletmesi ile derinlemesine mülakat gerçekleştirilmiş ve sorulan sorulara farklı cevap veren 15 tanesi bu çalışmada yer almıştır.

Türkiye'de gıda sektörü Cumhuriyet tarihine dayanmaktadır. Bu dönemlerde öncelikle büyük ölçekli işletmeler kurulmuş ve daha sonra gıda sektöründe küçük ölçekli dediğimiz KOBİ'ler de varlığını sürdürmeye başlamıştır. 1980'den sonra açık piyasa ekonomisine geçilmesiyle sektörde ürün çeşitliliği daha da artmıştır. Özelleştirmeye birlikte uluslar arası sermaye ön plana çıkmış ve Türkiye'de gıda sektörüyle ilgili kuruluşlar yabancı şirketlerle ortaklık kurarak önemli gelişmeler göstermiştir.

Ülkemizde KOBİ'ler ekonomik açıdan çok önemli olduğu için, gıda sektöründeki KOBİ'lere devlet tarafından yardım edilmiş ve teşvik verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Bu araştırmanın evrenini, E-Ticaret alanında faaliyet gösteren ve KOBİ olarak nitelendirilen kuruluşların yöneticilerinin tamamı oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise, E-Ticaret alanında faaliyet gösteren ve KOBİ olarak tanımlanan 15 kuruluşun yöneticisi oluşturmaktadır. Bu araştırmanın kapsamında yararlanılmakta olan

örneklem yönteminin “amaçlı örnekleme yöntemi” olduğu bilgisini de paylaşmak gerekmektedir.

Amaçlı örnekleme yöntemi, gerçekleştirilen çalışmanın amacı yönünde belirli bir evreni temsil etme yetkisine sahip örneğin göz önünde bulundurulmaması ve ortaya konulan belirli bir amaca paralel olarak ilgili evrenin yalnız bir alt kısmını ya da birden daha fazla alt kısmını örnek olarak tercih etme tarzında belirlemekte olan bir örnekleme yöntemi olarak kabul edilmektedir. Bu yöntem çerçevesinde, evrende mevcut olarak var olan soruna en efektif cevap verebilecek bir kısmın gözleme konu edilmesi durumu söz konusudur.¹²²

3.2. Araştırmanın Kısıtları

Bu araştırma E-Ticaret alanında faaliyet gösteren ve KOBİ olarak tanımlanan 30 firmanın yöneticisi ile gerçekleştirilmiştir ve bu sebeple araştırma sonucunda elde edilen verilerin E-Ticaret alanında faaliyet gösteren ve KOBİ olarak tanımlanan firmaların tümünü içeren bir niteliğe sahip olmadığını belirtmek gerekmektedir. Buna ek olarak, E-Ticaret alanında faaliyet gösteren ve KOBİ olarak tanımlanan küçük ölçekli birçok firmanın var olması, ancak bu firmaların tamamının soruları yanıtlamaya yanaşmaması da çalışmanın diğer bir kısıtlılığı olarak kabul edilmektedir. İlerleyen dönemde soruları yanıtlamaktan kaçınan kuruluşlarında soruları yanıtlamaya ikna edilmesi araştırmadan daha geçerli sonuçlar elde edilebilmesine olanak tanıyacaktı.

3.3. Araştırmada Yararlanılan Veri Toplama Araçları

Bu çalışmanın ilk iki bölümü kapsamında literatür taraması gerçekleştirilmiştir. Literatür taraması bağlamında kitap, tez, makale ve internet kaynakları gibi ikincil veri kaynaklarından faydalanılmıştır. Literatür bölümünün hazırlanmasının hemen akabinde ise E-Ticaret alanında faaliyetlerini yönlendiren ve KOBİ olarak tanımlanan 30 firmanın KOBİ yöneticisi ile derinlemesine mülakat görüşmesi yapılmış olup, en detaylı cevaplayan 15 tanesinin yanıtları bu araştırmada paylaşılmıştır. Derinlemesine mülakat

¹²²Asım Saldamlı, **Bilimsel Araştırma ve Sunum Teknikleri**, 1. Baskı, Ankara: Detay Yayıncılık, 2013, s. 37.

sonucunda elde edilen birincil verilerden ise çalışmanın üçüncü bölümü kapsamında faydalanılmıştır.

Derinlemesine mülakat kapsamında 30 adet KOBİ yöneticisine 17 adet soru yöneltilmiştir. Bu sorulara ek olarak, yöneticiyi tanıyabilmek ve hakkında fikir sahibi olabilmek adına 5 adet kişisel soru yöneltilmesi kararlaştırılmıştır. Gerçekleştirilen mülakat görüşmesi esnasında cevaplayıcıya sorular tek tek okunmuş ve her cevap kağıda yazı yoluyla geçirilmiştir. Her bir görüşme yaklaşık olarak bir buçuk saatlik bir sürece yayılmış olup gereksinim duyulan cevaplar elde edilmiştir. Ancak, mülakatın ardından oluşabilecek soru işaretlerini giderebilmek adına cevaplayıcının iletişim bilgileri istenmiş ve cevapların çalışmaya dâhil edilmesi esnasında eksik kaldığı düşünülen ayrıntılar cevaplayıcıya mail yolu ile ulaşılması suretiyle elde edilmiştir.

Derinlemesine mülakat yöntemi ve çalışma kapsamında uygulanan türü hakkında bilgi verilmesi hem mülakatın ne olduğunun anlaşılması hem de sürecin ne şekilde işlediğinin anlamlandırılabilmesi açısından büyük önem taşımaktadır.

Derinlemesine mülakat temel olarak, birden fazla insan arasında önceden belirlenmiş bir amaca paralel olarak gerçekleştirilen tartışma süreci olarak kabul edilmektedir. Derinlemesine mülakat esnasında, sorulan sorulara verilen yanıtların kayıt altına alınabilmesi adına kalem ve kağıt vasıtası ile notlar alınabilmesinin yanı sıra, mülakatın gerçekleştirildiği bireyin rızası dâhilinde görüntü ya da ses cihazı da mülakata katılabilir.¹²³

Çalışma kapsamında gerçekleştirilen derinlemesine mülakat görüşmesi öncesinde her bir ayrıntı dikkate alınmak suretiyle bir ön çalışma gerçekleştirilmiş ve üzerinde durulacak konular, sorulması planlanan sorular ve takip edilecek yöntemler hakkında oldukça geniş bir düşünce sistemi benimsenmiştir. Bu sebepten ötürü çalışmanın **‘yapılandırılmış mülakat’** türüne dâhil olduğunu belirtmek gerekmektedir.¹²⁴

¹²³Saldamlı, a.g.e., s. 47.

¹²⁴Rabia Merve İçme, “KOBİ Bankacılığı’nda Stratejik Pazarlama Yönetimi ve Bir Uygulama”, (İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi), İstanbul 2015, s. 137.

Yapılandırılmış mülakatta, hazırlanmış olan sorulara yüz yüze cevap aranmaktadır. Önceden belirlenmiş olan sorular, her adaya aynı şekilde yöneltilir. Sorulan sorulara verilen cevaplar not edilir. Bu tür mülakatta görüşmeyi yapan, soru soran kişinin tarafsız kalması gerekir.

Araştırma kapsamında yapılandırılmış mülakat tekniği kullanıldığı için görüşme öncesinde, sorulması gereken sorularla ilgili olan konular belirlenmiştir. Ve buna göre cevaplayıcılara açık uçlu sorular sorulmuştur., Verilen cevaplar yoruma dayalı olduğu için araştırma nitel olma özelliğini taşımaktadır.

3.4. Derinlemesine Mülakat Görüşmesinde Yöneltilen Sorulara Cevaplayıcılar Tarafından Verilen Yanıtlar

Bu başlık kapsamında derinlemesine mülakat görüşmesi için araştırmacı tarafından hazırlanmış ve cevaplayıcılara yönlendirilmiş sorulara, 30 firma arasından seçilmiş 15 küçük işletmenin yöneticileri tarafından verilmiş cevaplara ayrıntılı bir şekilde, yer verilmektedir. Söz konusu 15 firma harflendirilerek verdiği cevaplar tablo ile belirtilmiş olup , ekler kısmında bu 15 firmanın isimleri açıklanmıştır.

Tablo 8. Bir KOBİ olarak KOBİ dendiğinde aklınıza gelen ilk üç şeyi belirtiniz?

A	Küçük ve orta ölçeğe sahip işletmeler ile banka ve ticaret geliri
B	Ticaret, büyümeye çalışmak ve istihdam yaratmak
C	İşletmeyi alırken, satarken ve kiralarken vergi vermek
D	Küçük esnaf, küçük şirket ve ticaret
E	KDV-SSK ve stopaj
F	Küçük, büyüme ayağında olan, piyasaya yeni giren şirketler
G	Küçük ve orta ölçekli işletmeler, aile şirketleri ve şahıs şirketleridir.
H	Kendi işim olması, kazanç ve kazandırmak
I	Ticaret, tüketim, kazanç
İ	İşçi, vergi vermek, ödemeler, kalan kar
J	Küçük şirket, esnaf, bağımsız iş hayatı
K	Ticaret yapmak, çok çalışmak, sürekli gelişmek

L	Sorumluluk, aile şirketi, kar elde etmek
M	Küçük işletme, güvenilirlik, düşük maliyetle fazla kar sağlamak
N	Küçük şirket, daha az risk, çok kar

Cevaplayıcılar tarafından genel anlamda bir kişiye KOBİ görüşü sorulduğunda bu cevaplara paralel cevaplar alınabileceği konusunda görüş ileri sürülmüştür. Bu üç noktanın açılımı da yine cevaplayıcı önderliğinde gerçekleştirilmiştir. KOBİ işletmelerinin kısaltılmış bir form olarak karşımıza çıktığını ve bu işletmelerin açılımı olan küçük ve orta ölçeğe sahip işletme görüşünün akla gelebilecek ilk şey olduğunu belirtmişlerdir. Daha sonra ikinci sırada akla gelecek noktanın bankalar olduğu görüşünü ileri sürmesinin sebebini şu şekilde açıklamışlardır; Özellikle günümüzde ticarete dönük olarak faaliyette bulunan küçük ve orta ölçeğe sahip işletmelerin birtakım desteklere ihtiyaç duyduğu ve bu desteği sağlayan kuruluşlarında finansal kuruluşlar özellikle bankalar olduğu yadsınmamalıdır. Bu noktada son dönemde oldukça revaçta olan KOBİ Bankacılığı da önemli bir destek mekanizması olarak kabul görmektedir ve KOBİ deyince akla gelmesi oldukça olağan bir durumdur. KOBİ işletmelerinin her şeyden önce bir ticari müessese oldukları unutulmamalıdır bu sebeple akla gelebilecek ilk üç şeyin temel niteliğe sahip olduğunu belirtmek yerinde bir yaklaşım olacaktır.

Görüldüğü gibi cevaplayıcılar önderliğinde bu soruya verilen cevaplar tamamen kavramlar arasında bir köprü olduğunu göstermektedir. Bu üç noktada birbiriyle bağlantılıdır ve birbirinden bağımsız olarak nitelendirilmeleri neredeyse olanaksızdır. KOBİ deyince küçük ve orta ölçekli işletme, küçük ve orta ölçekli işletme deyince ticaret ve ticaret deyince bankaların işe karışması olağan bir durum olarak kabul edilmelidir.

Tablo 9. KOBİ olmak sizin için ne anlam ifade ediyor? KOBİ olmak sizin için bir fırsat teşkil ediyor mu?

A	Ticaret'in orta noktasında var olan bir zincir görevi görmeyi ifade ediyor.
B	İşimiz boyutu ve sektördeki yerimiz sebebi ile KOBİ'yiz ve her türlü fırsatı bize uygun ise değerlendirmeye çalışıyoruz.
C	Vergi anlamı ifade ettiği için fırsat teşkil ettiğini düşünmüyorum.
D	Yetenekli girişimciler olarak iş fırsatını ifade ediyor.

E	Fırsat teşkil etmektedir.
F	KOBİ olmak tek kelimeyle sürekli büyümeyi ifade ediyor. Bu durum da tabiki bir fırsat teşkil ediyor.
G	KOBİ olmak kendi işinin patronu olmak demek. Özgürlüğü ifade ediyor. Ama geliştirebilir olduğu sürece bir fırsattır.
H	Kimsenin emri altında çalışmamayı ifade ediyor. Fırsat olarak çok kazandırıyor.
I	Kazanmayı, kazandırmayı ve çok çalışmayı ifade ediyor.
İ	İşçilikten daha iyi para kazanıldığını düşünüyorum.
J	KOBİ olmak benim için tamamen özgür olmayı ifade ediyor. Kimsenin emri ve baskısı altında olmadan rahatça kendi işimi yapabiliyorum. Bu durum da tabiki fırsat teşkil ediyor. Çünkü iş hayatında kafanızın rahat olması çok önemlidir. Böyle olduğu zaman başarılı bir iş hayatınız olur.
K	Çok çalıştığımız sürece sürekli bir gelişme içinde olursunuz ve büyümeye gidirsiniz. İşte KOBİ olarak da biz ticaret yaparak çok çalıştığımızı inanıyoruz ve sürekli büyümeyi hedefliyoruz. KOBİ olmak bizim için bir fırsat teşkil ediyor.
L	Aile şirketi olmayı, ortak olmayı ifade ediyor. Çünkü KOBİ'lerde işinizi oğlunuza, kızınıza, eşinize, vs. bırakırsınız. KOBİ, küçük işletmeler olabilir ama kesinlikle büyük sorumluluk gerektirir. Bu yüzden büyük fırsatlar teşkil eder.
M	Tüketici grubuna yönelmemi sağlıyor ve bu da daha fazla kar sağlamamı kolaylaştırıyor.
N	Daha az risk alarak, daha çok satış yapabilmeyi ifade ediyor.

KOBİ'lerin özellikle ülke ekonomileri ile ticaretinin bel kemiği durumunda buldukları ve ticari anlamda ülkenin istenen bir konumda bulunmasının KOBİ'ler ile doğrudan ilintili olduğu çıkarımında bulunmuştur. Buna göre, KOBİ'ler ticari etkinliklere yön veren ve bu etkinliklerin gerçekleştirilmesinde önemli bir konumda bulunan işletmelerdir ve KOBİ kuruluşlarının buldukları konum, yapılarında barındırdıkları esneklik, sağlam iş ilişkileri, sağlanan kaliteli hizmetlerle ticaret'in hayat suyu görevini üstlendikleri çıkarımında bulunmaktadır. Ticari etkinliklerin büyük bir bölümünün KOBİ'ler öncülüğünde gerçekleştirildiği aşikârdır. Çünkü günümüzde ticari ortamın yükü büyük işletmelerin azalması ile yapısal anlamda daha esnek ve hızlı olabilmeye yeteneğine sahip KOBİ'lere kaymıştır. KOBİ'ler ticari anlamda üstlendikleri bu zincir görevi ile oldukça önemli bir görevi yerine getirmekte ve ülkenin iktisadına da oldukça önemli katkılarda bulunmaktadır.

KOBİ olmanın kendisi için bir fırsat teşkil ettiği görüşünü savunmakta olan cevaplayıcılar bu fırsatı da açık bir şekilde belirtmek gerektiği görüşünü savunmuştur. Bu görüşe göre, fırsatı doğuran KOBİ işletmeleri öncülüğünde müşterilere ve

işletmelere yönelik olarak gerçekleştirilen hizmetlerin iyi bir şekilde ve olumlu bağlamda pazarlanması KOBİ işletmeleri açısından önemli bir fırsat olarak kabul görmektedir. Kaliteli hizmet ve iyi pazarlama gerçekleştirilmesinin müşterilerin (birey ya da kurumsal) sadakatinin temin edilmesine olanak tanıyacağı görüşünü savunmak mümkündür. Bu durumda da sadık müşteri kitleleri ile KOBİ'lerin devamlılığı, tercih edilirliliği sağlanabilecektir. .

Tablo 10. KOBİ'lerin ülke ekonomisini kalkındırması konusundaki görüşleriniz nelerdir?

A	KOBİ'ler ülkelerin ekonomik anlamdaki temel yapıtaşlarıdır. Mikro ekonominin dengede olmasına katkı sağlamaktadırlar.
B	Ticarette ve ekonomide asıl döngüyü sağlayanlar KOBİ'lerdir. Çünkü en çok alım ve satım veya tüketim KOBİ'lerde olmaktadır. Yani bir sirkülasyon vardır.
C	Kendi açımızdan KDV dezavantaj olsa bile, ülke ekonomisine katkı sağlıyor.
D	Sürekli bir ticaret halinde olduğu için tabiki de ülke ekonomisine katkıda bulunuyor.
E	Ülkemizdeki KOBİ faaliyetlerinin ülke ekonomisinde ve kalkınma konusunda çok faydalı olduğu görüşündeyim.
F	Vergi sayesinde ekonomiye katkı sağladığını düşünüyorum.
G	KDV, vergi ve ticaret açısından ekonomiye katkıda bulunuyor.
H	Vergi verilmesi ve işçi istihdamı açısından ekonomiyi olumlu yönde etkiliyor.
I	KOBİ'ler kazanç elde edince zincirleme olarak ülke ekonomisi kalkındırıyor.
İ	Kazancımızın %20'si devlete gittiği için ekonomiye katkısı büyüktür.
J	Vergi ve KDV açısından ekonomiye katkısı büyüktür.
K	Sonuçta ticaret yapıyorsunuz, satışlar oluyor ve bunların üzerinden vergi ödeniyor. Bu durum da ekonomiyi olumlu etkiliyor.
L	İstihdam yaratıldığı için ülke ekonomisine katkısı büyüktür.
M	KOBİ'ler ülke ekonomisinin büyük bir payını ve bölümünü oluşturdukları için gerek ürün çeşitliliği gerekse değişik tüketici gruplarına yönelmeleri açısından önem teşkil ediyor.
N	Tabiki de ülke ekonomisine katkısı büyüktür ve önemli bir rol oynamaktadır.

Cevaplayıcılar, KOBİ kuruluşlarının ekonomik kalkınma konusunda önemli bir pozisyonda bulunmakta olduğunu ve bunun yanında, ülkeye döviz girişini sağladıklarını ve bu yolla ekonomik anlamda kalkınmaya önemli katkılar sağladıklarını belirtmektedir. KOBİ kuruluşlarını, ekonominin itici gücü olarak kabul etmektedirler.

Büyük ölçekli işletmelerin minimuma indiği günümüzde ticari alanda hegemonya KOBİ'lerin eline geçmiştir. Devlet öncülüğünde KOBİ'lere ve KOBİ adaylarına sağlanan çeşitli hizmetler, destekler, teşvikler, KOBİ'lerin oldukça çoğalmasına sebep olmuştur ve KOBİ'ler ülke ekonomisine özellikle son dönemde hızlı bir giriş yapmışlardır. KOBİ'lerin gelişmeleri, kapasitelerini, çalışma sonucunda elde ettikleri çıktılarını artırmaları ve bunun sonucunda üretilen bu çıktılarını ticari anlamda dışarıya satmaları ülkeye döviz girişini temin etmekte, bu durumda kalkınma konusunda oldukça önemli bir pozisyonda bulduklarının göstergesi olarak kabul görmektedir. Gözden kaçırılmaması gereken asıl önemli nokta ise KOBİ'lerin işsizlik sorununa önemli katkılar sağlamalarıdır. Ülkelerde işsizlik probleminin ortadan kaldırılması ekonomik anlamda refahı temin eden en önemli etkenler arasında gösterilmektedir. Cevaplayıcılar genel olarak KOBİ'lerin ülke ekonomisinde bir denge unsuru rolü üstlendikleri ve bununla birlikte ekonominin temel yapıtaşları olarak kabul gördükleri üzerinde durmaktadır.

Tablo 11. KOBİ'lerin genel olarak sahip oldukları avantaj ve dezavantajlar nelerdir, bunların sebeplerini açıklayınız?

A	KOBİ'lerin ne kadar avantajı olduğu, sahip olduğu dezavantajlarına bağlıdır.
B	Önemli olan dezavantajın nasıl avantaja çevrileceğidir.
C	Büyük avantaj kendi işimiz olmasıdır, çünkü özgürlüğü ifade ediyor. Dezavantajı ise vergi ve KDV verilmesidir.
D	Küçük bütçeli olmaları en büyük avantajıdır. Dezavantajı ise rekabet ve tanıtım yapmaktır. Çünkü tanıtım pazarlama demektir ve bütçe gerektirir. Rekabet için de aynı şekilde pazarlama faaliyetlerinin çok başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesi gerekir.
E	Avantaj olarak daha basit yönetilmeleri söylenebilir. Dezavantaj olarak ise faaliyet alanlarına göre lokal çalışmakta olan işletmeler, fazla risk almaktadırlar. Ayrıca ekonomik güçlerinin az olması ve haksız rekabet de dezavantajların arasında yer almaktadır.
F	Avantajı küçük oldukları için daha az risk almaları olabilir. Dezavantajı ise vergi vermeleridir.
G	Kendi işiniz olduğu için ve küçük olduğu için kontrol edilebilmesi daha kolaydır. KDV ve vergi ise dezavantaj olarak söylenebilir.
H	Banka kredileri, bağkur avantajları arasında sayılabilir. Ayrıca kimseden emir almadan çalışmak da bir avantajdır. Küçük olduğu için prestij sorunu yaşayabilir olması dezavantajı olabilir.
I	Tek avantajı çok çalışarak bunun karşılığında çok kazanmaktır.
İ	Avantajı her şeyin bizim elimizde olması. Yani çok çalışınca çok, az çalışınca az kazanmak. Dezavantaj olarak vergiyi söyleyebiliriz.

J	Kendi işinin patronu olmak en büyük avantajıdır. Dezavantajı ise, küçük işletme olduğunuz için sürekli kendinizi yenilemeniz gerekiyor.
K	Dezavantajı tabiki de vergi vermektir. Avantajı ise kontrolün sizde olmasıdır.
L	Avantajı küçük olduğu için yönetilebilmesi daha kolaydır. Dezavantajı KDV ve vergi olabilir.
M	Çeşitli ürün satışlarından dolayı daha fazla kar sağlamak avantajımız olabilir. Dezavantaj çalışanlarımızın az olması olabilir. Ayrıca dağıtım noktalarının kısıtlı olması da dezavantaj olabilir.
N	Dezavantaj vergi vermektir.. Avantaj ise özgür olabilmenizdir.

Sonuç olarak var olan pazar koşullarının esas hâkimleri KOBİ olarak kabul edilen işletmeler olsa bile pazara temel anlamda yön veren ve buna ek olarak ülke ekonomisine de yön veren kuruluşlar büyük ölçekli kuruluşlardır ve bu kuruluşlara ek olarak merkezi yapılanma yani devletinde pazar koşulları ile ülke ekonomisine yön verdiğini belirtmek gerekmektedir. KOBİ'lerin ayakta kalması ve kalkınması adına belirli yatırımlara ihtiyaçları bulunmaktadır. KOBİ'lere yönelik yatırımları hayata geçiren mekanizma ise devlet mekanizması olarak kabul görmektedir. Bu noktada söylenebilecek temel deyiş, KOBİ'lerin ne kadar avantajı olduğu, sahip olduğu dezavantajlarına bağlı olmaktadır.

Tablo 12. Sizce KOBİ'ler sektör bazında ne gibi problemlerle yüz yüze kalmaktadır ve çözüm için neler yapılması gerekmektedir?

A	Problemlerin temelinde ekonomi vardır.. Bu problemlerden minimum oranda etkilenebilmenin yolu ise, süreçlerde etkin olarak var olan elemanların olabildiğince sağlam bir zeminde gerçekleştirdikleri işlerine yön vermeleridir.
B	KOBİ'ler kendi içlerinde doğru yönetilmez ve büyümezlerse, günümüzü takip etmezlerse oldukları yerde kalmanın yanı sıra işlerinden de olabilirler.
C	En büyük problem vergi oranının fazla olmasıdır. Bunun çözülmesi için devlet desteğinin olması gerekir. Ayrıca KDV vermek de problemler arasında sayılabilir. Bu noktada da çözüm olarak yine devlet desteğinin olması gerekiyor.
D	Tanıtım yaparken yani pazarlama faaliyetlerinde pek çok problemler ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Bunun çözümü için, bütçenin önemli bir kısmının tanıtım, yani pazarlamanın 4 p'sinden biri olan tutundurma faaliyetlerine ayrılması gerekir.
E	Vergisi düzenli ödeyen ve diğer tüm kurallara KOBİ'lere devlet tarafından teşvik sağlanmalıdır. Örneğin kredi istendiğinde vergisini düzenli ödeyen KOBİ'lere bile yardımcı olunmamaktadır..
F	Yeni açıldığı ve büyümekte olduğu için piyasada hemen tanınmamış oluyor. Piyasada yer etmek için çabalıyor KOBİ'ler. Yani kalıcı olma sorunu vardır.
G	Küçük firmalar olduğumuz için büyük tedarikçilerle çalışamama sorunuyla karşı karşıya kalıyoruz.
H	Vergi problemiyle karşı karşıya kalmaktadırlar. Aynı zamanda işçi bulma sorunu da problemler arasında sayılabilir.

I	Kredilerle ilgili olarak olumsuzluklar yaşanabiliyor. Çoğu zaman KOBİ olduğumuz için olumsuz yanıtla karşılaşabiliyoruz. Çözüm olarak devletin desteğini artması gerekir. Aynı zamanda bankaların faiz oranlarını aşağıya çekmesi de bir çözüm olabilir.
İ	Problem olarak satışlardaki komisyon oranı söylenebilir.
J	Kredi ve vergi yükünün fazla olması problemler arasında sayılabilir. Mali yükün azaltılması için devlet desteğinin olması ile gerçekleşebilir.
K	Yüksek vergi ödemek en büyük problemimizdir.
L	Eğitimsiz personel en önemli sorundur. Bunun için mesleki eğitimi destekleyen bir eğitim sisteminin kurulması gerekmektedir.
M	Küçük olduğumuz için tanılrlığın ve bilirnirliğin az olması problemiyle karşı karşıya kalmaktayız. Bu sorun ürün çeşitliliğini arttırarak çözümlenebilir. Çünkü o zaman daha geniş tüketici kitlesine hitap edersiniz.
N	Banka kredisi alırken güven kavramı sorun olabilmektedir. Bunun için de devlet desteğinin olması tam olması gerekmektedir.

KOBİ'ler temel anlamda var olan problemlerin göbeğinde yer alan kuruluşlar olarak kabul edilmektedirler. Bunun sebebi ise, ekonomik anlamda meydana gelen değişimlerden ve sıkıntılı süreçlerden ilk önce etkilenecek kurumların KOBİ'ler olmasından ileri gelmektedir. Ekonomik anlamda yaşanan buhranlar ve çeşitli olumsuz durumlar KOBİ'ler üzerinde etkileme gücüne sahip olsa bile özellikle istihdam konusunda bu dönemlerde işten çıkarma vs. gibi olumsuz durumların en düşük miktarda gerçekleştirildiği kuruluşlar olarak karşımıza KOBİ'ler çıkmaktadır. Büyük ölçekli işletmeler sahip oldukları hiyerarşik yapıları ile bu süreçlerde oldukça büyük sıkıntılarla yüzleşmek durumunda kalmaktadırlar ve birçok kalifiye elemanını işten çıkarmak durumunda kalmaktadırlar. Ülkenin ekonomik gidişatının sağlam bir temele oturtulması, devlet mekanizmasının güçlü ve sağlam bir zemine sahip olması, işletmelerin oldukça sağlam bir zeminde hayat seyirlerini sürdürmesi ve tüketicilere sağlanan hizmeti, belirli bir kalite ile daha güçlü konuma getirme yetisine sahip işletmeciler vasıtası ile problemlerin üstesinden gelinebilmektedir.

Tablo 13. Elektronik ticaret'in gelişimi ve KOBİ'lere sağladığı katkılar hususunda görüşleriniz nelerdir?

A	KOBİ'ler elektronik ticaret vasıtası ile gerçekleştirdikleri kaliteli ve iyi işleri bağlamında müşterilerinin memnuniyetlerini ve sadakatlerini temin etme imkânına kavuşmuşlardır. Bu imkânlar dâhilinde KOBİ'lerin sahip oldukları kazanımlar yükselmekte ve sahip oldukları gelişimleri de hız kazanmaktadır.
B	Elektronik ticaret doğru ürünlerle ve sistemlerle yapılır ise, uygulanması herkes için kolay ve en rahat sistemdir.
C	KOBİ'lere sağladığı en büyük katkısı daha çok satış yapabilmesidir. Elektronik ticaret sayesinde tek bir tıkla tüm yerlere ulaşabilirsiniz. Ama internet olmadan satış yapabileceğiniz ağ çok daralmaktadır.
D	Elektronik ticaret KOBİ'ler için bir fırsattır. Normalde tanıtıma daha çok bütçe ayrılması gerekirken, elektronik ticaret sayesinde küçük bütçeler ile ürün ve firma tanıtımı yapılabilir.
E	Elektronik ticaret sayesinde daha geniş kitlelere ulaşabilmektedir.
F	Elektronik fatura kolaylığı sağlamaktadır. Müşteriler internet aracılığıyla faturalarını görebilmektedirler. Ve tabiki satışlar daha çok olmaktadır.
G	Elektronik ticaret ile satışlar artmaktadır. Çünkü tanıtım alanınız genişlemektedir.
H	Elektronik ticaretin sağladığı en önemli katkı kendi ürünümüzü tanıtılabilmemizdir.
I	Elektronik ticaret kesinlikle daha ekonomiktir.
İ	Elektronik ticaret sayesinde satışlar artmaktadır. Bu da daha çok kazanç anlamına gelmektedir.
J	Hedef kitleniniz genişlemesine yardımcı olur.
K	Karın artmasına katkı sağlamaktadır.
L	Reklam ve tanıtım faaliyetlerine çok büyük katkısı vardır. Sonuçta siz bir çok kişiye ulaşarak adınızı duyuruyorsunuz.
M	Elektronik ticaretin gelişimiyle KOBİ'ler daha fazla oranda ürünlerini satabilmektedirler.
N	İnternet siparişi yoluyla daha fazla tüketiciye ulaşp, bunun sonucunda daha çok kar elde etmekteyiz.

Cevaplayıcılardan alınan bilgiler ışığında, elektronik ticaret'in KOBİ'ler açısından oldukça önemli katkıların oluşumuna ortam hazırladığı net bir şekilde anlaşılmaktadır.

Elektronik ticaret genel anlamda KOBİ'lere yönelik önem ihtiva eden katkılar sağlamaktadır. Bu noktada elektronik ticareti temel alan işletmeler tüketici kitlelerine yönelik olarak özellikle hizmet ve ulaşım noktasında önem taşıyan bir ağ görevi üstlenmişlerdir. Elektronik ticaret esnasında işletmelerin üstlendiği bu ağ görevinin

temelde bir devrim olarak nitelendirilmesi yerinde bir yaklaşım olacaktır. Elektronik ticaret KOBİ'ler öncülüğünde gerçekleştirilen ticari faaliyetlerden elde edilen ciroların ve kazanımların artış eğilimine geçmesine ve bununla birlikte sağlanan hizmetlerin de belirli bir çeşitlilik arz etmesine katkıda bulunmuştur. KOBİ'lerin elektronik ticaret gerçekleştirmeye başlamaları var olan fiziki mekan maliyetlerinin azalmasına, stokların istenen seviyelerde tutulabilmesine, ürün ve hizmetlerin daha hızlı ve etkin bir bağlamda tüketici kitleleri ile buluşturulabilmesine olanak tanımıştır.

Tablo 14. Bir KOBİ işletmesi olarak elektronik ticaret konusunda ne gibi politikalar benimsemektesiniz?

A	Kendi web sitemizi oluşturmak istiyoruz.
B	Kendi ürünlerimizin satışını yapabileceğimiz bir internet sitesi kurmak için çalışıyoruz.
C	Elektronik ticaret sayesinde dağıtım ağını genişletmek.
D	Politikamız, büyük internet siteleriyle çalışıp, reklam yaparken bütçemizi minimuma indirmektir.
E	Politika olarak yani belli bir düzene, kurala uygun benimsemiş olduğunuz bir strateji yoktur.
F	Daha çok müşteriye hitap etmek ve daha hızlı olabilmek politikamız olabilir.
G	Bizce bir firmanın politikası arasında kendi web sitesinin olması şartı yer almaktadır.
H	Politikamız firmamızın reklamını düzenli yapmak olabilir.
I	Elektronik ticaret sayesinde reklama daha az ücret ödemek.
İ	Müşterilerimize ulaşip onları elektronik ticarete yönlendirmek. Yani tüm müşterilerimizi elektronik ticarete teşvik etmek.
J	Belirlediğimiz bir politika olduğunu düşünmüyorum. Şu an sadece elektronik ticaret sayesinde satış yapıyoruz.
K	Daha fazla kişiye ulaşarak, daha çok satış yapmak politikamız olabilir.
L	Kesinlikle kendi web sitemizi kurmayı planlıyoruz ve şu an yapım aşamasındadır.
M	Elektronik ticaretteki her türlü yeniliği takip ediyoruz.
N	İnternet ağıımızı genişletiyoruz, sipariş ağıımızı da genişletiyoruz.

Bir KOBİ işletmesi olarak elektronik ticaret konusunda öncelikle kendi web tasarımlarını gerçekleştirdikleri ve daha sonra müşterilerinin kendilerine ulaşabilmeleri adına bir web sayfası oluşturdukları bilgisine ulaşılmıştır. Bunun hemen akabinde sosyal medya hesaplarına yönelerek daha büyük bir müşteri kitlesine ulaşmayı ve buna

ek olarak daha büyük bir portföye ulaşmayı hedefledikleri bilgisi cevaplayıcılar tarafından paylaşılmıştır. Bu noktada cevaplayıcılar önderliğinde elektronik ticaretin rekabet hususunda beliren sınırları ortadan kaldırdığı ve günden güne daha olumlu ve kaliteli hizmetlerin müşteri kitleleri ile ulaştırılabilmesine ve bu sistemin özendirilmesine imkân tanıdığı görüşü ileri sürülmüştür. Elektronik ticaret var olan bütün sınırların ortadan kalkmasına, tek bir tık ile kolaylıkla istenilen ürünlere ulaşılabilmesine, karşılaştırmalar gerçekleştirilebilmesine olanak tanımaktadır. Bu sebeple oluşturulan web sayfasının gereksinimlere cevap verebilecek bir formata sahip olması ve yormaması büyük önem taşımaktadır. Bütün bu bilgiler ışığında, elektronik ticaretin KOBİ'ler açısından büyük önem taşıdığı ve doğru bir politika yöneliminde istenilen kazanımların elde edilebilmesinin bu tarz bir ticari etkinlikle mümkün olabileceği sonucuna rahatlıkla ulaşılabilmektedir.

Tablo 15. Elektronik Ticaret gerçekleştiren KOBİ'lerin sahip oldukları avantaj ve dezavantajlar nelerdir?

A	Kuruluşun kemik olarak nitelendirilen sadık bir müşteri portföyüne sahip olması konusunda, var olan ürün yelpazesini genişletebilme ve büyütebilme konusunda, kuruluşun belirli bir kurumsallaşma düzeyine ulaşması konusunda ve müşteri kitlelerine sağlanmakta olan hizmetlerin sahip olduğu kalite seviyesinin yükseltilmesi konusunda önem taşıyan avantajları bünyesinde barındırmaktadır.
B	En büyük avantaj artı sağlamasıdır ve günden güne yaygınlaşmasıdır. Daha fazla insana ulaşabilmekte ve marka değerini güçlendirmektedir.
C	Dezavantaj olarak bazı durumlarda konudan sapmalar olabiliyor. Örneğin geçmiş zamanda internet üzerinde verilen siparişte sigara istenmiştir. Ve bu adrese gidilmemiştir. Yani internette yer alan 'Not Kısmı' bazen sorun olabiliyor. Sonuçta siz müşteriyi görmüyorsunuz, sesini duymuyorsunuz, vs.
D	Avantajı tüm dünyaya ulaşma olanağının yüksek olmasıdır. Ve internet sayesinde daha küçük bütçeler ile pazarlama faaliyetlerinin yapılabilmesidir.
E	Dezavantajı özellikle kendi web sitesi olmayanlar için yüksek oranda komisyon ödemesidir. Avantaj olarak ise tüm dünyaya ulaşabilmesi olabilir.
F	Bazen adres düzgün yazılmayabiliyor. Bu da dezavantaj oluyor.
G	Avantajı ulaşamadığınız müşterilere ulaşabilmenizdir. Dezavantajı ise, örneğin biz yemek sepetine bağlı olduğumuz için belli bir ücret ödemek zorunda kalmamızdır.
H	Dezavantaj olarak komisyon verilmesi ve bunun çözümü olarak komisyon oranlarının düşmesi söylenebilir.
I	Avantaj herkese ulaşabilmeniz, dezavantaj ise kendi web sitesi olmayanlar için bağlı olduğu web sitesine belli oranda komisyon ödemek zorunda kalmasıdır.
İ	Elektronik ticaret sayesinde daha çok kazanç elde edilmesi avantajıdır. Aynı zamanda pek çok müşteriye ulaşabiliyorsunuz.

J	Dezavantajı Yemek Sepeti'ne komisyon ödenmesidir.
K	Avantajı ulaşamayacağınız müşterilere ulaşabilmenizdir. Dezavantajı yok diye düşünüyorum. Kendi web sitemiz olmadığı için komisyon ödenmesi olabilir.
L	Avantajı pazarlama faaliyetlerini çaba harcamadan gerçekleştirip, daha çok satış yapabilmektir. Dezavantajı ise herhangi olumsuz bir durumda kolay duyurulabilir olmasıdır.
M	Avantajı elektronik ticaret sayesinde siparişte hız kazanmaktır.
N	Çok daha fazla tüketiciye ulaşabilmeniz elektronik ticaretin avantajıdır. Dezavantajı ise, internet ortamında oluşabilecek sipariş karışıklığıdır.

KOBİ işletmelerinin elektronik ticaret gerçekleştirmesi sonucunda birçok avantaj ile karşı karşıya kaldıklarını belirtmek gerekmektedir. Bu avantajları artırmak mümkündür ancak çalışma açısından bu avantajların paylaşılması yeterli görülmektedir. KOBİ işletmelerinin elektronik ticaret gerçekleştirmesi birtakım dezavantajlı durumları da beraberinde getirmektedir. Öncelikle butik işletme kültürünün önemli oranda zedelenmesine ve azalmasına yol açmaktadır. Rekabet şartlarının olumlu anlamda seyrettiği kimi dönemlerde bile kimi zaman işletmenin payı küçülebilmekte ve haksız olarak nitelendirilen bir rekabet ortamının ortaya çıkmasına sebebiyet verebilmektedir. Bunun temel sebebi reklam konusunda ortaya çıkan maliyetlerdir ve bu noktada bir felsefeden bahsetmek gerekirse; **“Güçlü olan kazanır.”** felsefesinden bahsedilebilmektedir. Cevaplayıcılardan elde edilen bilgilere odaklanıldığında, KOBİ'lerin elektronik ticaret'e yönelim göstermesinin oldukça büyük avantajlarının bulunduğu görülmektedir ancak bununla birlikte dezavantajlarında önemli olduğu ve göz ardı edilmemesi gerektiği bir gerçek olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 16. Bir KOBİ işletmesi olarak elektronik ticaret'e yönelik olarak ekibinizi hangi kriterler ışığında oluşturmaktasınız?

A	E-ticaret hakkında bilgi sahibi bir ekip olması gerekir.
B	Şu an yapım aşamasındayız fakat daha anlaşılabilir ve kolay ulaşılabilir olmasına özen gösteriyoruz.
C	İş ahlakına uygun ve insan ilişkilerinde başarılı kişilerle çalışmayı tercih ediyoruz.
D	Bunlar çok yeni sistemler olduğu için danışmanlık alıyoruz.
E	Daha çok tavsiye yani tanıdık aracılığıyla oluşturmaya özen gösteriyorum.
F	Düzenli, tertipli, çalışkan, dürüst ve kibar insanlar olmasına dikkat ediyorum.
G	Bir ekibim var ama elektronik ticarete yönelik olarak oluşturmuyorum.
H	İletişimi kuvvetli ve görünümüne özen gösteren prezantabl insanlarla çalışmayı tercih ediyoruz.
I	Biz satış kabiliyeti olan personel ile çalışmayı tercih ediyoruz.
İ	Düzenli ve çalışkan insanlarla çalışmayı tercih ediyoruz.
J	Elektronik ticarete yönelik ekibin konusunda bilgili insanlardan oluşması gerekmektedir.
K	Elektronik ticarete yönelik ekibim yok. Çalıştığım insanların çalışkan, dürüst, müşteri ve sorun çözme odaklı olmalarına dikkat ediyorum.
L	Elektronik ticarete yönelik olarak özel bir ekibim yok; olsa elektronik ticaret konusunda bilgi sahibi insanlarla çalışmayı tercih ederim.
M	Elektronik ticaret ekibi ile ilgili olarak bilgisayar konusunda bilgili ve eğitilmiş bir ekip ile çalışmak isterim.
N	Elektronik ticaret hakkında her türlü bilgi sahibi bir ekiple çalışmak isterim.

Cevaplayıcıların genel olarak bu konuda verdiği cevap oldukça öz ve net bir kapsam sunmaktadır. Bu bağlamda, KOBİ işletmesinin elektronik ticaret'e yönelik olarak oluşturacağı ekibin kurumsal ağ mekanizması vasıtası ile oluşturulması gerekmektedir. Bunun sebebi ise, ürün, hizmet, dağıtım ve müşteri kitlelerinin bu ağ kapsamında bulunmasından ileri gelmektedir. Kurumsal ağ mekanizması ticari süreçlerin tüm elemanlarını bir araya getirmekte ve bu süreçlerin temel olarak var olması kaçınılmaz olmaktadır. Bu bağlamda elektronik ticaret'e dönük ekiplerinde bu ağ kapsamında oluşturulması gerekmektedir.

Tablo 17. Elektronik Ticaret KOBİ'ler açısından ne gibi fırsatların oluşumuna katkıda bulunmaktadır?

A	Kesinlikle büyümemize imkan sağlamaktadır.
B	Mağazamıza gelemeyen ve şehir dışında olan müşterilerimize ulaşmamızı sağlamaktadır. Ve tabiki de ciromuza katkıda bulunmaktadır. Çünkü restoranlar her zaman konumlarından, havadan, ülkedeki politik olaylar gibi unsurlardan etkilenirler.
C	Daha çok satış yaparak toplam cironun artmasına katkıda bulunmaktadır.
D	İş geliştirme fırsatı sağlamaktadır. Elektronik ticaret sayesinde herkese ulaşarak kendi firmanızın prestij kazanmasını sağlayabilirsiniz.
E	Müşteri potansiyeli yaratmaktadır.
F	Daha fazla kazanç, piyasada hızlı yer etme imkanı ve tanınma fırsatı sunmaktadır.
G	Ulaşamadığımız birisine ulaşma fırsatı sunmaktadır.
H	Karlılık açısından fırsat yaratmaktadır. Çünkü elektronik ticaret daha çok ürün satarak daha çok ciro elde edebilme fırsatı yaratmaktadır.
I	Herkese, her yere ulaşma şansı tanımaktadır.
İ	Tanıtıma çok büyük katkıda bulunmaktadır. Daha az para vererek ürünlerimizi pazarlama imkanı bulabiliyoruz.
J	Satışlarınız yüksek olursa isminizin duyulması açısından bir fırsat teşkil edebilir.
K	Kolay tanıtım, kolay satış, kolay reklam fırsatı sunuyor.
L	Satışlar arttığı için yüksek oranda büyüme fırsatı yaratmaktadır.
M	İşletmenin yurt dışında da tanınmasını sağlar.
N	KOBİ'ler yeni iş fırsatı yakalama şansı bulabilirler.

Bu konuda öncelikle fırsat bütünlüğüne odaklanmak gerekmektedir. Fırsat bütünlüğü aracılığı ile temin edilen kolaylıklar ile zorlukların neler olduğu ortaya çıkarılmalıdır. Bu noktada KOBİ'nin istekleri ön plana çıkmaktadır. KOBİ olarak tanımlanan ve elektronik ticaret etkinlikleri gerçekleştiren firma tarafından kurumsal bir yapıya mı sahip olunmak istendiği ya da butik tarzda bir yapı çerçevesinde aynı yapı ve stoklara sahip konumda mı bulunulmak istendiğine karar verilmesi gerekmektedir. Bu noktada devreye Elektronik Ticaret Kurulu yani kısa adı ile ETK girmektedir. Elektronik Ticaret Kurulu adı geçen bu yol ayrımında sunduğu fırsatlar ile yol gösterici bir rol üstlenmektedir. Ayrıca, büyüme ölçekli bir strateji benimsenmesi açısından KOBİ'lere destek olma sorumluluğunu da yine ETK üstlenmektedir.

Temel anlamda sağlanan en önemli fırsat, KOBİ'lerin ölçek anlamında büyümesine imkân sağlanmasıdır. Bu konuda sorumluluğu ETK'nın üstlendiği görülmekte olup, fırsat bütünlüğü ilkesinin temele alınması gerektiği aşikârdır.

Tablo 18. Elektronik Ticaret'in bir KOBİ işletmesi olarak bulunduğunuz sektör içindeki payı nedir?

A	%50
B	%10'dan az
C	%5
D	Payımız düşüktür. Bunun sebebi ise dayanaklı ürün satmamamızdır.
E	%10
F	%6-7
G	%60
H	%50
I	%40
İ	%30
J	%5-10.
K	%4-5
L	%35-40
M	%35-40
N	%20

Elektronik ticaret, bu araştırmanın gerçekleştirildiği firmaların bulunduğu sektör (gıda) içerisinde giderek büyüme gösteren bir paya sahip olmaktadır. Cevaplayıcılar kendi firmalarını göz önünde bulundurduğunda, genel olarak bu payın %50 olduğu bilgisini paylaşmaktadır. Kimi zaman belirli bir müşteri ile yüz yüze kalınmaksızın da o müşterinin ayağına adeta kapımızdaymış gibi hizmet götürmek olanaklıdır. Ancak bu konuda belirli bir denge oluşturulması ve bu dengeden sapılmaması oldukça büyük önem taşımaktadır. Gıda sektöründeki bu firmaların, elektronik ticaret'in payının %50 gibi bir orana ulaştığı görülmektedir. İlerleyen dönemde bu oranın artış gösterme eğiliminde olacağı görüşü de cevaplayıcılar önderliğinde paylaşılan bir diğer görüş olarak karşımıza çıkmaktadır.

Tablo 19. Elektronik ticaret hususunda KOBİ olarak tanımlanan diğer rakiplerinizi arasında konumunuz nedir ve elektronik ticaret size rekabet üstünlüğü konusunda katkıda bulunmakta mıdır?

A	Ekler ve pasta sektöründe faaliyetlerini idame ettirmekte olan bu firmanın iki şubesinin bulunduğunu belirtmek gerekmektedir. Araştırmanın gerçekleştirildiği bu firmanın payının bulunduğu bölge göz önünde bulundurulduğunda %20 gibi bir orana tekabül ettiği bilgisi cevaplayıcı tarafından paylaşılmıştır. Bu paya dönük olarak dönemsel anlamda birtakım farklılaşmalar meydana gelebilmektedir. Bulunulan sektör göz önünde bulundurulduğunda pasta ve ekler sektörünün hiçte azımsanmayacak bir oranının (1/5) bu firmanın tekelinde bulunduğu sonucuna ulaşılmaktadır.
B	Firma bu soruya cevap vermek istememiştir.
C	Biz sadece kendi firmamızın satışları ve daha ileriye gitme durumuyla ilgileniyoruz. Ama elektronik ticaret elbette ki diğer firmalardan daha iyi kullanıldığı sürece rekabet etme konusunda başarı sağlayacaktır.
D	Biz rekabet üstünlüğü olarak müşteri memnuniyetine önem veriyoruz. Elektronik ticarete üstünlük müşteri memnuniyetidir. Ürünün tüketiciye zamanında ve sağlam bir şekilde ulaştırılması gerekir.
E	Pek çok sushi firması olduğu için rekabet etmek oldukça zor oluyor.
F	Sıradan döner olmadığımız için ve elektronik ticaret sayesinde de satış yapabildiğimiz için bu yönümüzü duyurabiliyoruz. Bu da rakiplerimizle olan rekabet üstünlüğünde avantaj sağlıyor tabiki.
G	Sadece kendi büyümemize özen gösterip, kendi pazarımızı oluşturmaya çalışıyoruz çünkü pizza sektörü olarak bakarsak çok büyük firma var. Kendimizi onlarla kıyaslamak anlamsız olur.
H	Şu an rakiplerimiz arasındaki konumunuz çok iyi durumda değil ama her geçen gün daha iyi hale gelmektedir.
I	Tüketicimize doğru zamanda doğru ürünü ulaştırarak rekabet etmeye çalışıyoruz.
İ	Elektronik ticareti ancak rakiplerinizden daha iyi kullanarak üstün olursunuz. Şu anda rakipler arasındaki konumuz çok parlak değil. Çünkü aynı işi yapan pek çok firma mevcuttur.
J	Yemek sepetine bağlı olduğunuz için elektronik ticaret konusunda çok fazla rekabet ettiğimiz düşünmüyorum.
K	Şu ana kadar rakipler açısından durum değerlendirmesi yapılmamıştır.
L	Kendi web sitesi olan rakiplerimize göre değerlendirdiğimizde durumumuz çok iyi değildir. Çünkü özgür olmuyorsunuz. Bağlı olduğunuz sitenin şartlarına bağlı kalıyorsunuz. Kendi web sitemiz olduğu takdirde rekabet üstünlüğü konusunda avantaj sağlayacağını düşünüyorum.
M	Rakipler de elektronik ticareti kullandığından konumum hemen hemen aynıdır.
N	Çok fazla rekabet üstünlüğü sağlamamaktadır.

Elektronik ticaret rekabet üstünlüğü hususunda firmaya önemli katkılarda bulunmaktadır. Öncelikle bu sektörde elektronik ticaret gerçekleştirmeksizin, klasik yöntemlerle çalışmalarını yürüten firmalara oranla firmanın önemli oranda bir maliyet ve zaman kazanımına sahip olduğu belirtilmelidir. Diğer yandan, daha etkin bir ticari yönelime olanak sağlaması da firmanın rakipleri karşısında üstün bir konuma sahip olmasına imkân tanımaktadır. Ayrıca, daha geniş kitlelere ulaşabilme ve günden güne müşteri kitlesini büyütme olanağı sayesinde rakiplerine oranla daha fazla tanınma gibi bir şansa da sahip olmaktadır. Bütün bu olanaklar firmanın rekabet üstünlüğü elde edebilmesini ve rakiplerini geride bırakabilmesini sağlamaktadır. İlerleyen dönemde elektronik ticaret gerçekleştiren KOBİ'lerin sayısının artması ile rekabet koşulları değişkenliğe uğrayabilecek ve bu konuda temel alınan noktalarda farklılaşabilecektir. KOBİ olarak tanımlanan firmalarda elektronik ticaret uygulamalarına girişilmesinin önem taşıyan rekabete dönük avantajların elde edilmesine imkân tanıdığı açıktır.

Tablo 20. Bir KOBİ işletmesi olarak elektronik ticaret konusunda hedefleriniz, stratejileriniz nelerdir? İlerleyen dönemde bulunmak istediğiniz nokta neresidir?

A	Elektronik ticaret gerçekleştiren bir kuruluş olarak bu kuruluşun hedefleri, var olan pazar payını büyütme ve geliştirmek, ayrıca bölgesel bazda büyüyen bir grafik sergilemektir. Stratejisi ise, iyi bir hizmet ve kaliteli ürün sunumu gerçekleştirmek prensibi doğrultusunda benimsenen hedeflere ulaşmaktır. Kurumsal anlamda bulunmak istedikleri nokta ise, bölgesel anlamda paylarını %70 seviyelerine çıkarmaktır.
B	Uzun yıllardır kendi işimizin esası şarküteridir. Şehir içi-şehir dışı, yurt içi-yurt dışından özel müşterilerimiz bulunmaktadır. Amacımız müşterilerin gelemedikleri zamanlarda kendilerine ulaşabilmektir. Aynı zamanda daha çok müşteri elde edebilmektir.
C	Müşterimize mutfağı açık mekan sunmak istiyoruz. Müşteriyi önemsiyoruz ve onların mutfağımızı görerek kendilerini güvende hissetmelerini amaçlıyoruz.
D	Tüm ülke genelinde tanıtılıp satışların daha da artırılmasıdır.
E	Kendi web sitemizi kurmak şu anki hedefimiz.
F	Hedefimiz önce Türkiye'ye sonra tüm dünyaya tanınmak, daha çok müşteriye hizmet etmek.
G	Daha fazla şube açmak yani büyümek.
H	Elektronik ticaret ile kendimizi tüm dünyaya tanıtıp daha çok kazanç elde etmektir.
I	Elektronik ticaret konusundaki hedefimiz, ilerde tamamen elektronik ticaret aracılığıyla satış yapılmasıdır.
İ	Hedefimiz kendi web sitemizi kurarak satışları arttırmaktır.

J	Elektronik ticaret sayesinde daha çok satış yapmaktır.
K	Daha çok şube açarak, elektronik ticaret sayesinde karımızı arttırmak stratejimizdir.
L	Elektronik ticaret hakkında daha çok bilgi sahibi olup, buna göre ayrı bir ekip oluşturarak, kendi web sitemizi kurmak hedefimizdir. Böylelikle daha çok müşteriye ulaşmayı hedefliyoruz. Çünkü büyümek istiyoruz.
M	İnternet ağını genişleterek daha fazla noktalara sipariş göndermektir.
N	Güvenilir bir KOBİ olmak ve daha fazla tüketiciye ulaşmak elektronik ticaret konusundaki hedefimizdir.

Gıda sektöründe faaliyetlerini sürdüren bu kuruluşun ilerleyen dönemde elektronik ticaret konusunda sahip olduğu pazarını büyütmek ve geliştirmek adına çeşitli hamleler gerçekleştireceği ve bu hamleler doğrultusunda ileri sürdüğü hedeflere ulaşma yolunda önemli adımlar atacağı cevaplayıcılar önderliğinde paylaşılmaktadır. Bu adımların belirlenmiş olduğu ancak kurumsal anlamda değerli bilgiler olmasından ötürü dışarı ile şu anlık paylaşımının mümkün olmadığı bilgisini de paylaşmak gerekmektedir. Stratejiler ise tamamı ile var olan hedeflere en etkin şekilde ulaşma amacını taşımaktadırlar. Kalite bu noktada temel olarak ele alınan öncüdür. Gıda sektöründe kendi içlerindeki rakiplere oranla daha kaliteli hizmetler sunmak ve iyi ürünleri müşteriler ile buluşturmak hem ortaya konan hedeflere ulaşmayı kolaylaştıracaktır hem de rekabet üstünlüğü ayağında önemli katkılar sağlayacaktır. Günümüzde %20 gibi bir bölgesel pazar payını bünyesinde idame ettiren firmanın %50'lik bir artış hedeflediği görülmektedir. %20'de önemli bir pay olsa bile firmanın esas amacının içerisinde bulunduğu sektörün dinamosu olduğu çıkarımında bulunulabilmektedir. Bütün bu bilgiler incelendiğinde, hedef ve stratejilerin tamamı ile birbiri ile bağlantılı olduğu ve buna ek olarak gelecekte bulunulmak istenen konumunda hedef ve stratejilerle yakından ilgili olduğu sonucuna ulaşmak mümkündür.

**Tablo 21. Elektronik Ticaret'in toplam ticaret hacminiz içerisindeki payı nedir?
(Tahmini Rakam-Yüzde)**

A	%50
B	Şu an herhangi bir verimiz yoktur.
C	%5 ten az.
D	%55
E	%50
F	%50
G	%50
H	%35
I	%25
İ	%30
J	%20-25
K	%10-12
L	%10
M	%10
N	%20-30

Tablo 22. Sektörel bazda gerçekleştirdiğiniz elektronik ticaret hususunda karşılaştığınız sorunlar ve uyguladığınız çözüm yolları hakkında bilgi veriniz?

A	Ticaret konusunda yüz yüze kalınan problemlerin, butikte ve kapıda gerçekleştirilen etkinliklerde müşteriler ile yaşanan problemlerden çok fazla büyük bir fark göstermediği üzerinde durulmaktadır.
B	Şu ana kadar karşılaşılan herhangi bir sorun olmamıştır.
C	İnternet sitesinde yer alan not kısmı sorunuyla karşılaşılmıştır. Müşteri oradan sigara siparişi vermiştir. Not kısmı bu gibi durumlarda problem olmaktadır. Sadece seçme şıkkı olarak sipariş alınabilir.
D	İlk dönemde çikolata sepetinden gelen bir siparişi parayı almadan ulaştırma yoluna gidilmişti ve parayı alamadığımız için 1800 TL gibi büyük bir zarara uğramıştık. Daha sonraki dönemde çözüm yolu olarak n11 ile anlaşma yolunu seçtik ve önce parayı alıp, daha sonra siparişi ulaştırma yolunu seçerek bu soruna çare bulduk.
E	Şu ana kadar karşılaştığımız bir sorun olmadı.
F	Derdini anlatamayan müşteriler oluyor. İnternet ortamı olduğu için yüz yüze görüşme olmuyor. Çözüm olarak kendi web sitesi oluşturulsa, istenilen özelliklere göre dizayn edilir.
G	Biz yemek sepeti aracılığıyla elektronik ticaret yapıyoruz. İnternet çökebiliyor ya da internet sitesinde sorun olabiliyor. Bu gibi durumlarda firma desteklenmiyor. Yani aksi bir durumda yemek sepeti firmayı desteklemiyor.
H	Kendi web sitemiz olmadığı için çok özgür olduğumuzu düşünmüyorum.
I	Şu ana kadar karşılaştığımız bir sorun olmadı.
İ	Bazen tüketiciler elektronik ortamda ikna olmayabiliyor. Ürünü yakından görmek, dokunmak, vs. isteyebiliyor.
J	Puanlama sisteminin olması bizim açımızdan sorun teşkil ediyor. Mesela geçmişte müşterimizin istediği bir tatlıdan kalmamıştı. Biz de başka ürün götürmüştük. Fakat müşterimiz internetten kötü not vererek bizim prestijimizi olumsuz etkilemiştir. Yani sizin bir şeyleri anlatma ve açıklama şansınız olmamaktadır.
K	Şu ana kadar karşılaşılan bir sorun olmamıştır.
L	Şu ana kadar karşılaşılan bir sorun olmamıştır.
M	Çalışanların elektronik ticaret ile konularda yetersiz kalması sorun olabiliyor. Bunun için eğitim verilmesi gerekebilir.
N	İnternet bağlantısının gitmesi gibi problemler olabiliyor. Bu gibi durumlarda çözüm olarak siparişlerimizi telefon ile alıyoruz.

Karşılaşılan sorunlarla ilgili olarak temel felsefenin iyi ve kaliteli hizmet sağlamak olduğunu belirtmek büyük önem taşımaktadır. İyi ve kaliteli hizmet ilkesini edinen bir kuruluşun her şartta bunun karşılığını alacağını belirtmek yerinde bir yaklaşım olacaktır. Bazen kurumsal anlamda kendini ifade edememe ve bununla birlikte

gerçekleştirilen ticari etkinliği duyguları saf dışı bırakmak suretiyle gerçekleştirme birtakım dezavantajlara sebebiyet verebilmektedir. Ancak işletme öncülüğünde bu algının düzeltilmesi ve belirli bir farkındalık oluşturulabilmesi olanak dâhilinde bulunmaktadır.

Bu sorunlara dönük olarak çeşitli örneklerle zenginleştirme yoluna gidilebilmektedir. Yaşanılan bir sorun olarak D firmasında, Denizli'den gelen bir siparişi ulaştırmaya çalışan firma oradaki kargonun bayram tatili sebebiyle kapalı olmasından ötürü siparişi ulaştıramamış ve bu yüzden 2000 TL gibi bir zarara girmiştir. Bu sorunun çözümü ise, küçük bile olsa kendi dağıtım ağını kendisinin oluşturmasının en kesin çözüm olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, sözleşme konusunda da birtakım sorunlar çıkabilmektedir. Bu sorunların temeli ürünlerin yaşam süreçlerinden ya da kullanılma amaçlarından ileri gelmektedir.

Tablo 23. Ticari faaliyetleriniz kapsamında KOSGEB öncülüğünde sağlanan desteklerden faydalanıyor musunuz? Hangilerinden ne şekilde faydalanmaktasınız?

A	KOSGEB desteklerinden faydalanmıyoruz.
B	KOSGEB desteklerinden faydalanmıyoruz.
C	KOSGEB desteklerinden faydalanmıyoruz.
D	KOSGEB desteklerinden faydalanmıyoruz.
E	KOSGEB desteklerinden faydalanmıyoruz.
F	KOSGEB desteklerinden faydalanmıyoruz.
G	KOSGEB desteklerinden faydalanmıyoruz.
H	KOSGEB desteklerinden faydalanmıyoruz.
I	KOSGEB desteklerinden faydalanmıyoruz.
İ	KOSGEB desteklerinden faydalanmıyoruz.
J	KOSGEB desteklerinden faydalanmıyoruz.
K	KOSGEB desteklerinden faydalanmıyoruz.
L	KOSGEB desteklerinden faydalanmıyoruz.
M	KOSGEB desteklerinden faydalanmıyoruz.
N	KOSGEB desteklerinden faydalanmıyoruz.

Firmaların KOSGEB öncülüğünde sağlanan desteklerden faydalanmadığı bilgisine ulaşılmıştır. Ancak, bu noktada faydalanmadıkları gelecekte de faydalanmayacakları anlamına gelmemektedir. İlerleyen dönemde KOSGEB'in sağladığı destek projelerinde aktif olarak var olmak istedikleri belirtilmektedir. Firmanın amacı, profesyonel anlamda bir KOBİ dosyası oluşturmak suretiyle işletmenin gelişimine katkı sağlayacak çeşitli teşvikler elde edebilmek olarak aktarılmaktadır. Bu konuda merkezi yönetim mekanizmasının yani devletin günümüzde gereken tüm destekleri temin ettiği görüşü firmanın yöneticisi önderliğinde paylaşılmaktadır. Devlet tarafından KOBİ'lere dönük olarak sağlanan KOSGEB destekleri ve bunun dışındaki birçok teşvik bu kuruluşların kendilerini geliştirmeleri ve hedeflerine ulaşabilmeleri konusunda önemli bir konumda yer almaktadır. Bu destekler vasıtası ile KOBİ'ler kısa zamanda amaçlarını gerçekleştirebilmekte ve önemli gelişimlere yelken açabilmektedirler.

Görüldüğü üzere, bu firmalarda aktif olarak bir KOSGEB desteğinden faydalanılmamaktadır. Ancak, yöneticinin arzusu gelecek dönemde bu desteklerden faydalanmak ve firmanın gelişim sürecini hızlandırmaktır.

Tablo 24. Bir KOBİ işletmesi olarak gelecek dönemden beklentileriniz nelerdir?

A	Ülkemizin ekonomik anlamda yaşadığı dalgalanmaların son bulması ve belirli bir istikrar, düzen çerçevesinde işleyişini sürdürmesi ve dönemsel anlamda yaşanan düşüşlerin azalması beklentisi içerisinde bulunmaktadır. Buna ek olarak, gerçekleştirilen ve gerçekleştirilmesi olası zamların minimum oranlarda gerçekleştirilmesi ve rekabete dönük süreçlerin dürüst ve adil bir düzlemde gerçekleştirilmesi beklentisi bulunmaktadır. Ekonominin en ufak bir darbeye bile sallanmaması ve tüketici kitlelerinin sahip oldukları alım güçlerinin yükseliş eğilimine geçmesi arzusu içerisinde bulunma durumu söz konusudur
B	Sağlıklı büyümek ve markayı doğru temsil etmektir.
C	Önümüzdeki yıl fuara katılarak kendimizi tanıtmaya gelecek dönemdeki hedefimizdir. Aynı zamanda yeni ürünler sunarak, bayilik vermek istiyoruz. Yani büyüme hedefimiz var.
D	Daha çok gelişmek, büyümek ve adımımızı daha çok duyurmak gelecekte beklenmektedir.
E	Büyümek.
F	Kendi mutfağımızı tanıtmak.
G	Daha çok şube açmak.
H	Yemek sepetinden tamamen bağımsız olarak kendi web sitemizi kurup daha özgün olabilmek.

I	Daha çok şube açıp, daha çok satış yaparak karlılığımız arttırmak.
İ	Her geçen gün büyümeyi hedefliyoruz. Ve gelecek dönemde rakiplerimizin önüne geçmek en büyük hedefimizdir.
J	Adımızı daha çok kişiye duyurmak istiyoruz.
K	Büyümeyi hedefliyoruz.
L	Daha fazla satış yaparak, daha çok büyüyerek karımızı arttırmak gelecek dönemden beklentimizdir.
M	İşletmemizin büyümesi, ekonomi alanında görülür bir pay alması gelecek dönemden beklentimiz olabilir.
N	Büyük işletmelerle işbirliği yapmak ve yeni iş fırsatları yaratmak.

Cevaplayıcıların verdiği bilgilerden yola çıkarak, ticari anlamda süreçlerin olabildiğince basitleştirilmesi, ekonomik anlamda belirli bir stabilitenin sağlanması ve tüketici kitlelerince gerçekleştirilen alımların sayı bazında artış göstermesi beklentisi ortaya çıkmaktadır. Alımlarda yaşanan artışın firmanın süreçlerinde de olumlu bir gelişime yol açacağı ve cirosunun yükselişe geçeceği yorumunda bulunabilmek mümkündür.

Tablo 25. Cevaplayıcılara Yönlendirilen Kişisel Sorular

	1-Yaşınız-Cinsiyetiniz	2-Medeni Durumunuz	3-Eğitim Durumunuz	4-Aylık Ortalama Geliriniz	5-Firmanızdaki Pozisyonunuz
A	35-Erkek	Evli	Yüksek Lisans	3500-4000 TL	Kurucu yönetici
B	30-Bayan	Bekar	Önlisans	5000 TL	Kurucu yönetici
C	Erkek-39	Dul	Lise	-	Kurucu yönetici
D	52-Bayan	Evli	Lise	3000 TL	Kurucu yönetici
E	37-Erkek	Evli	Üniversite	-	Kurucu yönetici
F	29-Erkek	Bekar	Üniversite	4000-5000 TL	Kurucu yönetici
G	50-Erkek	Evli	Yüksekokul	-	Kurucu yönetici
H	47-Bayan	Evli	Üniversite	45000 TL	Kurucu yönetici
I	32-Erkek	Bekar	Lise	5000-6000 TL	Kurucu yönetici
İ	24-Erkek	Evli	Üniversite	5000-6000 TL	Kurucu yönetici
J	55-Erkek	Evli	Üniversite	-	Kurucu yönetici
K	49-Erkek	Evli	Üniversite	-	Kurucu yönetici
L	47-Erkek	Evli	Üniversite	65000-7000 TL	Kurucu yönetici
M	40-Erkek	Evli	Üniversite	65000-7000 TL	Kurucu yönetici
N	42-Erkek	Evli	Üniversite	65000-7000 TL	Kurucu yönetici

Derinlemesine mülakat sonucunda sorulan sorulara ve elde edilen verilere ayrıntılı bir bakış açısı yöneliminde değinilmiş olup, çalışma burada noktalandırılmıştır.

BULGULAR VE YORUMLAR

Gerçekleştirilen mülakat çalışmasından elde edilen veriler ışığında elektronik ticaret'in KOBİ'ler üzerinde itici bir güce sahip olduğu neticesine ulaşılmıştır. Özellikle pazar payını artırması, maliyetleri aşağı çekmesi, satış hacmini yükseltmesi ve lojistik süreçleri hızlandırarak müşteri memnuniyetini artırması, daha geniş kitlelere ulaşılabilmesine olanak tanınması sebebiyle Elektronik ticaretin KOBİ'ler nezdinde yadsınamaz bir güç olduğu ve olacağı görüşü açıktır.

Yapılan mülakatlar sonucunda elektronik ticaretin küçük KOBİ'lere ivme kazandırdığı ancak ulaştırma ve kargo sürecinde ciddi sıkıntıların yaşandığı bulgularına ulaşılmıştır. Özellikle süreli ürünlerde küçük ölçekli taşımalarda kargo şirketlerinin, gerekli hassasiyeti göstermemesi sebebiyle, ileride gıda sektöründeki KOBİ'lerin farklı çözüm arayışlarına girmeleri ihtimali önemli bir bulgudur. Aksi takdirde bu durum müşteri ve zaman kaybına ve mali zarara uğrama açısından büyük bir risk oluşturmaktadır.

Çalışma bağlamında birtakım öneriler getirmek yerinde bir yaklaşım olacaktır. Derinlemesine mülakat yöntemi nesnellik ve geçerlilik anlamında önemli verilere ve bilgilere ulaşılmasına imkân tanımaktadır. Öncelikle bu tarzda bir çalışmanın çoğaltılarak daha çok firmanın yöneticileri ile gerçekleştirilmesi araştırmaya hem daha fazla derinlik kazandıracak hem de daha çeşitli verilerin elde edilebilmesine imkan tanıyacaktır. Mülakat sorularının birleştirilmesi sonucunda elde edilecek uzayda örneklem sayısal verilere dönüştürülerek daha nesnel sonuçlara ulaşılması sağlanabilecek ve kafalarda oluşması olası soru işaretlerinin ortadan kalkmasına olanak tanınabilecektir.

SONUÇ

Son dönemde hızlı bir gelişim ve dönüşüm yaşamak suretiyle globalleşme akımlarının etkisi altında kalan Dünya’ımızda ticari anlamda gerçekleştirilen etkinliklerinde belirli bir değişim ve dönüşüme uğraması kaçınılmaz bir durum olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışma kapsamında ayrıtıllarıyla üzerinde durulan elektronik ticaret kavramı özellikle son 20 yıla damgasını vuran bir kavram ve ticari faaliyet yöntemi olarak kabul edilmektedir. Geçmiş dönemde klasik yöntemlerle gerçekleştirilen ticari etkinliklerin oldukça büyük maliyetlere ve zamana mal olması insanların arayış içerisine girmesine sebebiyet vermiştir ve bu noktada elektronik ortamın sağladığı avantajlı süreçler gözden kaçmamıştır. Ticari etkinliklerin elektronik ortama entegre edilmesi konusunda gayretlere girişilmiştir.

Elektronik ortamda gerçekleştirilen ticari etkinlikler süreci kolaylaştırmakta, mevcut maliyetler ile zaman kayıplarını önemli oranda azaltmakta ve konforlu bir yöntem olarak Dünya genelinde özümsemektedir. Elektronik ortamda gerçekleştirilen ticarete dönük etkinlikler hem müşteriler açısından hem de kurumsal yapılanmalar açısından önemli kazanımlara yol açmaktadır. Kurumsal yapılanmalar tarafından gereksiz maliyetlerden kurtulma imkânı elde edilebilmekte (özellikle stok ve fiziki mekân), müşteriler açısından ise zaman, fiyat ve teslimat hususunda önemli kolaylıklar elde edilebilmektedir.

Elektronik ticaret olmadan sadece belli bir müşteri portföyüne sahip KOBİ’ler, elektronik ticaret sayesinde daha geniş kitlelere ulaşabilmişlerdir Bu da müşteri memnuniyeti açısından son derece önem taşımaktadır. Aynı zamanda pazarlama faaliyetlerine de katkı sağlamaktadır. Özellikle tutundurma adı altında reklam maliyetlerinin önemli oranda azalmasına sebep olduğunu belirtmek doğru bir yaklaşım olacaktır.

Elektronik ticaret sayesinde KOBİ’lerde kurumsal anlamda süreç daha etkin bir noktaya taşınmıştır. Kurumsal anlamda etkinlik ise KOBİ’lerin verimlilik ve karlılığını

artırarak büyümelerine, ciroların artmasına ve buna bağı olarak da sağlanan hizmetlerin çeşitlilik göstermesine olanak sağlamıştır.

KOBİ'lerin önündeki en büyük problemin lojistik hizmetler olduğu görülmektedir ve bu konuda daha birçok araştırmanın yapılması gerekliliğı açıktır. Çünkü lojistik, ürün ve hizmetlerin daha hızlı bir bağlamda tüketiciye ulaşabilmelerine yardımcı olmaktadır.



EKLER

EK-1: Derinlemesine Mülakat Görüşmesine Yönelik Olarak Araştırmacı Tarafından Hazırlanan ve Cevaplayıcıya Yönlendirilen Sorular

- 1-) Bir KOBİ olarak KOBİ dendiğinde aklınıza gelen ilk üç şeyi belirtiniz?
- 2-) KOBİ olmak sizin için ne anlam ifade ediyor? KOBİ olmak sizin için bir fırsat teşkil ediyor mu?
- 3-) KOBİ'lerin ülke ekonomisini kalkındırması konusundaki görüşleriniz nelerdir?
- 4-) KOBİ'lerin genel olarak sahip oldukları avantaj ve dezavantajlar nelerdir, bunların sebeplerini açıklayınız?
- 5-) Sizce KOBİ'ler sektör bazında ne gibi problemlerle yüz yüze kalmaktadır ve çözüm için neler yapılması gerekmektedir?
- 6-) Elektronik ticaret'in gelişimi ve KOBİ'lere sağladığı katkılar hususunda görüşleriniz nelerdir?
- 7-) Bir KOBİ işletmesi olarak elektronik ticaret konusunda ne gibi politikalar benimsemektesiniz?
- 8-) Elektronik ticaret gerçekleştiren KOBİ'lerin sahip oldukları avantaj ve dezavantajlar nelerdir?
- 9-) Bir KOBİ işletmesi olarak elektronik ticaret'e yönelik olarak ekibinizi hangi kriterler ışığında oluşturmaktasınız?
- 10-) Elektronik ticaret KOBİ'ler açısından ne gibi fırsatların oluşumuna katkıda bulunmaktadır?

- 11-) Elektronik ticaret'in bir KOBİ işletmesi olarak bulunduğunuz sektör içindeki payı nedir?
- 12-) Elektronik ticaret hususunda KOBİ olarak tanımlanan diğer rakipleriniz arasında konumunuz nedir ve elektronik ticaret size rekabet üstünlüğü konusunda katkıda bulunmakta mıdır?
- 13-) Bir KOBİ işletmesi olarak elektronik ticaret konusunda hedefleriniz, stratejileriniz nelerdir? İlerleyen dönemde bulunmak istediğiniz nokta neresidir?
- 14-) Elektronik ticaret'in toplam ticaret hacminiz içindeki payı nedir? (Tahmini Rakam-Yüzde)
- 15-) Sektörel bazda gerçekleştirdiğiniz elektronik ticaret hususunda karşılaştığınız sorunlar ve uyguladığınız çözüm yolları hakkında bilgi veriniz?
- 16-) Ticari faaliyetleriniz kapsamında KOSGEB öncülüğünde sağlanan desteklerden faydalanyor musunuz? Hangilerinden ne şekilde faydalanmaktasınız?
- 17-) Bir KOBİ işletmesi olarak gelecek dönemden beklentileriniz nelerdir?

Cevaplayıcıya Yönlendirilen Kişisel Sorular

- 1-) Yaşınız-Cinsiyetiniz?
- 2-) Medeni Durumunuz?
- 3-) Eğitim Durumunuz?
- 4-) Aylık Ortalama Geliriniz?
- 5-) Kuruluşunuzdaki Pozisyonunuz?

EK-2: Derinlemesine Mülakat Görüşmesine Yönelik Olarak Araştırmacı Tarafından Görüşülen Firmalar

- A:** Ekler Dükkanı
- B:** Namlı Gurme
- C:** Turuncu Marmaris Büfe
- D:** Bonaise
- E:** China Big/Box Sushi
- F:** Antakya Döneri
- G:** Pizzeria Ulus
- H:** Wonderbox
- I:** Sarıyer Marmaris
- İ:** Wonderland
- J:** Köfteci Şaban Usta
- K:** 01/ADANA/34 Dürüm Evi
- L:** Limma Brasserie&Restaurant
- M:** Pilavcızade'm
- N:** Tonton Baba

KAYNAKÇA

Akgemci, Tahir. **KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler**. Ankara: BSM Matbaacılık. 2001.

Saldamlı, Asım. **Bilimsel Araştırma ve Sunum Teknikleri**. 1. Baskı. Ankara: Detay Yayıncılık. 2013.

Bozkurt, Veysel. **Elektronik Ticaret**. 1. Baskı. İstanbul: Alfa Yayınları. 2000.

Bulmuş, İsmail, Ertan Oktay ve Mete Törüner. **Küçük Sanayi İşletmelerimizin Konumu Önemi ve AT'a Girerken Karşılaşılabilecek Sorunlar ile Çözüm Yolları**. 1. Baskı. Ankara: Milli Prodüktivite Merkezi Yayınları. 1990.

Canbaz, Serdar. **Elektronik Ticaret**. 2. Baskı. Ankara: Paradigma Kitabevi. 2013.

Canpolat, Önder. **E-Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler**. Yayın No: 89. Ankara: T.C. Sanayi Bakanlığı Yayınları. 2001.

Çelik, Adnan ve Tahir Akgemci. **Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler**. 2. Baskı. Ankara: Gazi Kitabevi. 2007.

Dinçer, Ömer. **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**. 4. Baskı. İstanbul: Timaş Yayınevi. 1994.

Dolanbay, Coşkun. **E-Ticaret Strateji ve Yöntemleri**. 1. Baskı. Ankara: Sistem Yayınları. 2000.

Erdağ, Nevzat ve Emel Batuman. **Elektronik Ticaret El Kitabı**. 1. Baskı. İstanbul: Arıkan Kitabevi. 2006.

Güney, Alptekin. **Banka İşlemleri**. 2. Baskı. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş. 2008.

Koç, İdil. **Türk Kobileri Bugünü ve Geleceği**. 2. Baskı. İstanbul: Arıkan Basım Yayım Dağıtım. 2008.

Koçel, Tamer. **İşletme Yöneticiliği**. 3. Baskı. İstanbul: Alkım Yayınevi. 1993.

Korkmaz, Nuray. **İşletme Yönetiminde Yeni Eğilimler Dizisi Sorularla E-Ticaret, E-İş**. 1. Baskı. İstanbul: Mega Ajans Reklamcılık. 2004.

Korkmaz, Nuray. **Sorularla İnternet ve E-Ticaret Rehberi**. Yayın No: 37. İstanbul: İstanbul Ticaret Odası Yayınları. 2002.

Küçük, Orhan. **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi**. 2. Baskı. Ankara: Seçkin Yayıncılık. 2005.

Mankan, Esra. **Yönetim ve Liderlik Seti E-Ticaret**. 2. Baskı. İzmir: İlya Yayınevi. 2012.

Müftüoğlu, Tamer ve Tülin Durukan. **Girişimcilik ve Kobiler**. 1. Baskı. Ankara: Gazi Kitabevi. 2004.

Müftüoğlu, Tamer. **Türkiye’de KOBİ’ler: Sorunlar-Öneriler**. 5. Baskı. Ankara: Turhan Kitabevi. 2002.

Özmen, Şule. **Ağ Ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu: E-Ticaret**. 1. Baskı. İstanbul: İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları. 2003.

Sarıaslan, Halil. **Türkiye Ekonomisinde Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler: İmalat Sanayi İşletmelerinde Sorunlar ve Yeni Stratejiler**. 1. Baskı. Ankara: TOBB Yayınları. 1996.

Uludağ, İlhan ve Vildan Serin. **Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler**. 1. Baskı. İstanbul: İTO Yayınları. 1990.

Aksu, Müge. ‘‘Küresel Ekonomik Krizin KOBİ’ler Üzerindeki Etkileri: Eskoop Sanayi Sitesi’ndeki KOBİ’ler Üzerine Bir Araştırma’’. (Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Finans ve Bankacılık Programı Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul. 2012.

Altuntaş, Caner. ‘‘Elektronik Ticaretin Muhasebeleştirilmesi ve Vergilendirilmesi Sorunları, Bir Uygulama’’. (İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul. 2011.

Atıcı, Gonca Büyür. ‘‘Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ’LERİN) Ekonomik Gelişime Etkileri, Finansman Kaynakları ve KOBİ’lerin Büyümesini Sağlayan Faktörlere İlişkin Bir Karşılaştırma’’. (İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul. 2006.

Bağcı, Erdem. ‘‘Finansal Krizler Karşısında KOBİ’lerin Durumu: Türkiye’de Şubat 2001’de Yaşanan Finansal Krize Karşı KOBİ’lerin Aldığı Tedbirler’’. (Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul. 2009.

Başcan, Çağatay. ‘‘Firmaların Sanallaşma Sürecinde Elektronik Ticaretin Rolü’’. (İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul. 2012.

Bayburtluoğlu, Andaç. ‘‘KOBİ Bankacılığı’nda Kredi Yönetimi ve Türkiye’de KOBİ Bankacılığı’’. (Haliç Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul. 2011.

Baydar, Vedat. ‘‘E-Ticaret Kavramı ve E-Ticareti Etkileyen Faktörlerin Panel Veri Analizi’’. (Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Ekonometri Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Isparta. 2010.

Beybur, Mustafa. ‘‘Girişimcilik-KOBİ İlişkisi Bağlamında Banka Kredilerinin Girişimcilik (KOBİ) Sektörü Üzerindeki Etkileri’’. (Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Maliye ve Ekonomi Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Diyarbakır. 2008.

Coşkun, Aykan. ‘‘Leasing’in KOBİ’lere Getirdiği Kolaylıklar ve Sincan-Etimesgut-Yenikent Sanayici ve İş Adamları Derneği’ne (SİSİAD) Üye KOBİ’lerin İncelenmesi’’. (Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Finans Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara. 2008.

Cura, Gülşen. ‘‘KOBİ’lerin Finansal Kaynaklara Ulaşım Olanakları ve Finansal Yapıları: Çaycuma’daki KOBİ’ler Üzerine Alan Çalışması’’. (Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Zonguldak. 2006.

Çarlıoğlu, Ayhan. ‘‘Elektronik Ticaret ve KOBİ’lerin İhracatında E-Ticaretin Önemi, Türkiye Örneği’’. (Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir. 2009.

Çelenk, Nazan. ‘‘Bankacılık Sektöründe KOBİ’ler ve Bir KOBİ Kredi Analizi Örneği’’. (Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul. 2008.

Doğaner, Murat. ‘‘Elektronik Ticaret Türkiye’de Elektronik Ticaretin Gelişimi ve İşletmeden Tüketicieye Elektronik Ticaret Üzerine Bir Araştırma’’. (Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Konya. 2007.

Esat, Demet Nimet. ‘‘Elektronik Ticaret ve İşletmeler Arası Elektronik Ticaret Uygulamaları Üzerine Bir Araştırma’’. (Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli. 2004.

Gazioğulları, Adem. ‘‘Elektronik Ticaret ve Elektronik Ticaretin Gümrük Mevzuatı Bakımından Değerlendirilmesi’’. (Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Özel Hukuk Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Mersin. 2014.

Gedik, Hasan. ‘‘KOBİ’lerde E-Pazarlamanın Önemi: Konya KOBİ’lerinde E-Pazarlama Uygulamaları’’. (Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi). Sivas. 2009.

Gezgin, Osman. ‘‘E-Ticaret, E-Devlet İlişkisi ve Türkiye’de Elektronik Ticaret’’. (Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kütahya. 2009.

Gökgül, Mustafa. ‘‘Türkiye’de Elektronik Ticaret ve İşletmelere, Tüketicilere Sağladığı Avantajlar, Dezavantajlar’’. (T.C. Kültür Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul. 2014.

Kardeş, Devrim. ‘‘21. Yüzyılda KOBİ’ler ve KOBİ’lerin İşe Alım Süreçlerinin Değerlendirilmesi’’. (Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir. 2010.

Keklikoğlu, Tuba Esra. ‘‘Elektronik Ticarete Bankaların Karşılaştıkları Sorunlar ve Bir Uygulama’’. (Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İşletme Eğitimi Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara. 2010.

Kelen, Özcan. ‘‘TMS 12 Gelir Vergileri Standardı Açısından Elektronik Ticaretin Muhasebesi’’. (İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Muhasebe ve Denetim Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul. 2015.

Kilimlioğlu, Senem. ‘‘KOBİ’lerin Risk Sermayesi Finansman Modelinden Yararlanma Olanakları ve Beklenen Faydalar (Eskişehir İl Merkezindeki KOBİ’ler Örneği)’’. (Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Eskişehir. 2006.

Koçer, Mustafa. ‘‘Elektronik Ticaretin Pazarlama Stratejilerine Etkileri’’. (İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul. 2012.

Koral, Yunus Emre. ‘‘Elektronik Ticaretin Lojistik Hizmet Kalitesine Etkisi’’. (Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul. 2009.

Mutlu, Mehmet. ‘‘Basel 2’nin KOBİ’ler Üzerine Etkisi ve KOBİ’lerin Farkındalıkları: Malatya İlinde Bir Araştırma’’. (İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Malatya. 2013.

Nebipaşagil, Elif. ‘‘Elektronik Ticaret ve Güven Sorunsalı’’. (T.C. İstanbul Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İletişim Bilimleri Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul. 2009.

Onur, Murat. ‘‘Tedarik Süreçlerine E-Ticaret Entegrasyonu ve Sonuçları’’. (Gazi Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Makine Eğitimi Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara. 2010.

Özgan, Burcu Beste Erdoğan. ‘‘Yeni Ekonomi Kapsamında Entegrasyona Geçiş Sürecinde E-Ticaret, Bir Türkiye Örneği’’. (Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Doktora Tezi). İstanbul. 2010.

Perks, Özlem. “Elektronik Ticaret ve KOBİ'lere Öneriler”. (İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul. 2009.

Sakallı, Berrin Güralp. “KOBİ'lerin Finansman Sorunları ve Halka Açılma, Halka Açılan KOBİ'lerin Finansal Göstergelerindeki Gelişmeler Üzerine İMKB'de Bir Uygulama”. (İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Para, Sermaye Piyasaları ve Finansal Kurumlar Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul. 2011.

Subaşı, Hasan Hüseyin. “Elektronik Ticaret ve Güven: Bir Araştırma”. (Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara. 2012.

Şetvan, Cemil. “KOBİ'lerin Elektronik Ticarete Geçişleri ve Yaşadıkları Problemler”. (Kadir Has Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul. 2008.

Türköz, Perihan. “KOBİ'lerin Finansman Sorunları ve Bankaların KOBİ'lere Yaklaşımı: Isparta Alan Araştırması”. (Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Isparta. 2008.

Uluçay, Utku. “Dünya'da ve Türkiye'de E-Ticaret: Tüketicilerin İnternet Üzerinden Alışveriş Alışkanlıkları Üzerine Bir Uygulama”. (Atılım Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara. 2012.

Yılmaz, Aslı. “Elektronik Ticarete Güven ve Sadakate Etki Eden Faktörler: Bir Uygulama”. (Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Gebze. 2014.

Yılmaz, Musa. “Bankacılık Sektörü ve E-Ticaret: Şekerbank Örneği”. (Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü İşletme Eğitimi Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Ankara. 2013.

Yılmaz, Tahsin. “Elektronik Ticaretin İstihdama Etkileri”. (Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Anabilim Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Çanakkale. 2008.

Çoban, Bilal, Sebahattin Devecioğlu ve Yunus Emre Karakaya. “Spor Sektöründe E-Ticaret”. **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**. C. 8. S. 1 (2011). ss. 1099-1120.

Elibol, Halil ve Burcu Kesici. “Çağdaş İşletmecilik Açısından Elektronik Ticaret”. **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. S. 11 (2004). ss. 303-331.

Coşkun, Neslihan. “Elektronik Ticaretin Gelişiminde Temel Dinamikler ve Gelişimi Önündeki Engeller”. **Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. C. 13. S. 2 (2004). ss. 243-258.

Öğütçen, Yalçın. “İnternet Ortamında Elektronik Ticaret”. **İGEME’den Bakış Dergisi**. S. 18 (2001). ss. 47-63.

Özel, Hasan Alp. “E-Ticaret ve Türkiye’nin Bilgi Toplumundaki Yeri”. **Akademik Bakış Dergisi**. S. 38 (Eylül-Ekim 2013). ss. 1-17.

Narin, Müslüme ve Sevim Akdemir. “Türkiye’de KOBİ’lere Sağlanan Destekler”. **Gazi Üniversitesi İktisat Bölümü Ekonomik Yaklaşım Dergisi**. C. 16. S. 55 (2006). ss. 43-68.

Yılmaz, Beytullah. “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Toplumda Üstlendikleri Roller Bakımından Analizi”. **Dış Ticaret Dergisi**. S. 30 (2004). ss. 141-179.

Aksoy, Ufuk Alpşahin ve Adem Çabuk. “KOBİ’lerdeki Toplam Kalite Yönetimi Uygulamalarının Kurumsallaşma Üzerindeki Etkileri”. **Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. C. 9. S. 16 (Aralık 2006). ss. 39-57.

“2015-2018 KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı –KSEP-“. Ankara. 2015. (Çevrimiçi)file:///C:/Users/Dell/Downloads/KOB%C4%B0%20Stratejisi%20ve%20Eylem%20Plan%C4%B1%20(2015-2018)%20(2).pdf (Erişim Tarihi: 10.02.2016).

“İnternette Kartla Yapılan Ödemelerin Toplamı 40 Milyar TL’ye Ulaştı”. (Çevrimiçi)<http://webrazzi.com/2014/12/03/turkiyede-internette-kartla-yapilan-odemelerin-toplami-40-milyar-tye-ulasti-odeme-sistemleri-14/> (Erişim Tarihi: 18.02.2016).

“Monitise Türkiye’nin 2015 Yılı Mobil Bankacılık İstatistiklerini Yayınladı”. (Çevrimiçi) <http://webrazzi.com/2015/10/27/monitise-turkiyenin-2015-yili-mobil-bankacilik-istatistiklerini-yayinladi-infografik/> (Erişim Tarihi: 18.02.2016).

Anbar, Adem. “Veri Transferi ve İşlem Güvenliğinin Sağlanmasında Kullanılan Şifreleme Yöntemleri ve Sayısal İmza”. **İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi**. C. 6. S. 2 (2004). (Çevrimiçi) <http://www.isgucdergi.org/?p=article&id=223&cilt=6&sayi=2&yil=2004> (Erişim Tarihi: 08.02.2016).

Ankara Ticaret Odası. “KOSGEB Yerel Ekonomik Araştırma Desteği”. (Çevrimiçi) <http://www.atonet.org.tr/yeni/index.php?p=677&l=1> (Erişim Tarihi: 14.03.2016).

KOSGEB, “Danışmanlık Desteği”, (Çevrimiçi) <http://www.kosgeb.gov.tr/istanbulanadolu/tr/content.asp?PID=%7B5779D0EA-49AB-42D0-AACB-D39413A7AA9D%7D>, (Erişim Tarihi: 14.03.2016).

KOSGEB. “AR-GE, İnovasyon ve Endüstriyel Uygulama Destek Programı”. (Çevrimiçi) <http://kosgeb.gov.tr/Pages/UI/Destekler.aspx?ref=6&refContent=68> (Erişim Tarihi: 14.03.2016).

KOSGEB. ‘‘Eğitim Desteği’’. (Çevrimiçi)
<http://www.kosgeb.gov.tr/istanbulanadolu/tr/content.asp?PID=%7B886EDE46-2AB6-46E1-BF68-F7C0F77CE878%7D> (Erişim Tarihi: 14.03.2016).

KOSGEB. ‘‘Yeni Girişimci Desteği’’. (Çevrimiçi)
<http://www.kosgeb.gov.tr/istanbulanadolu/tr/content.asp?PID=%7B22DA0F37-207E-4CCB-A5E5-6334628547B9%7D> (Erişim Tarihi: 14.03.2016).

