

KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETMELERDE E-TİCARET

Haldun SOYDAL*

ÖZET

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler, içerisinde faaliyet gösterdikleri ekonomilerin hepsinde lokomotif görevi görmektedir. Bu işletmeler istihdam bakımından olduğu kadar ekonomiye katkı açısından çok büyük bir role sahiptir. Şüphesiz, ekonomideki yeni gelişmeler ve ticaret anlayışındaki değişim en çok bu işletmeleri etkilemiştir. Değişen iş yapma şekilleri, sipariş ve tedarik modelleri bu işletmeleri yeniden yapılanmaya itmiş ve bu değişime ayak uyduramayan işletmeler rekabet avantajını kaybetmişlerdir. E-ticaret, uluslar arası pazarlarda geleneksel yönetim anlayışı ile iş yapabilmek için yeterli imkana sahip olmayan KOBİ'lerin rekabet edebilmelerini, etkili ve ucuz bir pazarlama fırsatı sunarak sağlamıştır. Bu çalışmada, öncelikle KOBİ kavramı açıklandıktan sonra, Yeni Ekonomi'nin unsurları olan, internet, intranet, e-ticaret gibi unsurlar ele alınmış ve daha sonra KOBİ'lerde e-ticaret uygulamaları ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, E-Ticaret

ABSTRACT

Small and medium-sized enterprises have a locomotive role in all of the economies which they work in. These enterprises have a great role in both the areas employment and contribution to economy. Certainly, the new developments and changes in trade comprehension effected these enterprises much more. Changes in the work rules, order and procurement models force these enterprises to reengineer and the enterprises which can't do that lost their competitiveness. E-trade, give a chance to competitive by presenting effective and cheap marketing to SME's which don't have the chance to work better by the traditional management model. In this paper, firstly the "SME" term, then the terms of New Economy (internet, intranet, e-trade) explained and lastly the practices in the SME's are examined.

Keywords: SME, E-Trade

GİRİŞ

İçinde bulunduğumuz dönemde, özellikle bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki takip etmesi güç ve hızlı değişim, iş dünyasına yeni kurallar getirmeye başlamıştır. Bu yeni kurullarla birlikte pek çok firma güçlü bir değişim ile karşı karşıya kalmış, bu değişime ayak uydurabilenler ayakta kalırken, uyduramayanlar ise yok olmuştur. Özellikle son on yılda internet günlük yaşantımızın ayrılmaz bir parçası olmuştur. Bilgisayar teknolojileri ve internetin günlük yaşantımızdaki yeri bilgi teknolojileri ya da eğlence ile sınırlı olmaktan çıkış, bunun ötesinde ev ve işyerlerimizdeki davranışlarımızı ve yaşam biçimimizi derinden etkilemeye başlamıştır. İnternet üzerinden alışveriş, bankacılık ve bilginin paylaşımı gibi işlemler artık tek bir ağ üzerinden yapılmaya başlamış ve **sanal kart, sanal para, kredi kartı, internet parası** gibi yeni kavramlar doğmuştur. İşte bu gelişmeler tüm dünyada "**Yeni Ekonomi**" adı verilen bir kavramın ortaya çıkmasına neden olmuştur.

* Arş. Gör., Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

Yeni ekonomi olgusu internet, e-ticaret, m-ticaret, kablosuz iletişim, şirket birleşmeleri, risk sermayesi, dot-comlar, adhokratik örgüt yapıları, iş ekosistemleri gibi bir çok yeni kavramıyla günümüz ekonomik dünyasının bir gerçeğidir.¹

Bu yeni kavramlardan en çok ilgi göreni şüphesiz “**e-ticaret**” olgusudur. Bu yeni ticaret şekli, alışlagelmiş ticaret kavramına çok farklı boyutlar kazandırmıştır. Bu yeni kavram, dünya ekonomilerinde değişmez yapı taşı olan Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeleri de etkisi altına almıştır.

Dünyanın küreselleşmesi ve hızla geliştirilen teknolojik sistemler; iletişim, ulaştırma, haberleşme ve özellikle üretim alanlarında çok büyük yenilikler meydana getirmiş bu da dünya ticareti ve ekonomisine yeni bir rekabet kavramı sağlamıştır. Küresel rekabet olarak ifade edilen bu yeni ortamda, yerel olarak faaliyet gösteren ve tüm dünya ekonomilerinde lokomotif görevi gören Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ) bu hızlı gelişmeler karşısında mücadele ve rekabet etmek zorunda kalmışlardır. Yenileşme ve gelişme faaliyetleri ile beraber tüketici, mal ve hizmetlerden beklentilerini yükseltmiş, bunun sonucu olarak KOBİ’ler de bu değişmeye ayak uydurmak amacıyla yeniden yapılanma gereği duymuşlardır. KOBİ’ler bu yeni ortama uyum sağlayabilecek esnek yapıya sahip olmakla beraber büyük firmalar karşısında rekabet edebilecek yeterli sermayeye sahip değildir.

1. KÜÇÜK VE ORTA BÜYÜKLÜKTEKİ İŞLETMELER

Bütün ekonomilerin temel dinamiğini oluşturmalarına rağmen, bugün Dünya literatüründe üzerinde görüş birliği sağlanmış KOBİ tanımı bulunmamaktadır.²

Genel olarak KOBİ’ler, az sermaye kullanımı yanında daha çok el emeği ile çalışan, çabuk karar verme yeteneğine sahip, düşük düzeyde yönetim giderleri ile çalışan ve ucuz bir üretim gerçekleştiren iktisadi teşebbüsler olarak ifade edilebilir.³

KOBİ’ler, gerek kendi yapıları gerekse faaliyette bulunduğu ülke ekonomilerdeki farklılıklar nedeniyle her ülkede aynı özellikleri taşımadığından, dünya üzerinde genel kabul görmüş bir KOBİ tanımı yapılamamıştır. Her ülke, kendi ekonomik imkânları, istihdam oranları, iş kolu, personel sayısı, sermaye miktarı, makine parkları, ithalat-ihracat rakamları, üretim teknikleri ve kullandıkları teknolojik imkânlar gibi farklı nitel ve nicel unsurları kullanarak tanımla yoluna gitmiştir. Ülkemizde de aynı şeyi ifade etmekle beraber farklı KOBİ tanımlamaları vardır.

Ülkemizde KOBİ ile ilgili tanım, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB) tarafından yapılmıştır. Bu tanıma göre, “imalat sanayi sektöründe 1-50 arası işçi çalıştıran sanayi işletmeleri küçük

¹ Bahadır Akın, Yeni Ekonomi, Çizgi Kitabevi, Konya, 2001, s. 4

² Tahir Akgemci, KOBİ’lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, KOSGEB yayını, 2001, s.8

³ İlhan Uludağ, Vildan Serin, Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler. İstanbul: İTO Yay. No. 1990/25, İstanbul, 1990

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde E-Ticaret

sanayi işletmelerini, 51-150 arası işçi çalıştıran sanayi işletmeleri de orta ölçekli sanayi işletmelerini ifade eder.”

Devlet İstatistik Enstitüsü (DİE) tarafından yapılan KOBİ tanımında da Türkiye’de yapılan tüm tanımlarda olduğu gibi temel kriter olarak çalışan sayısını kullanılmaktadır. DİE’nin KOBİ tanımında OECD tarafından yapılan tanıma benzer dördü bir sınıflandırma kullanılmaktadır. Bu tanım aynı zamanda Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) tarafından da kabul görmektedir. Buna göre:⁴

- 1-9 arası personel çalıştıran işletmeler çok küçük işletme,
- 10-49 arası personel çalıştıran işletmeler küçük işletme,
- 50-99 arası personel çalıştıran işletmeler orta ölçekli işletme,
- 100’den fazla arası personel çalıştıran işletmeler büyük işletmeler olarak kabul edilmektedir.

Dış ticaret müsteşarlığının KOBİ tanımlamasında, işletmede çalışan sayısı ile sabit yatırım tutarını kriter olarak kullanılmaktadır. Buna göre, 1-200 arası çalışanı bulunan ve sabit yatırım tutarı 2 milyon Dolar’a kadar olan işletmeler Küçük ve Orta ölçekli işletmeler olarak kabul edilmektedir.⁵

KOBİ tanımlamasına ilişkin dünyada üzerinde görüş birliğine varılmış ortak bir ifade bulunmamaktadır. KOBİ tanımları ülkelerin gelişmişlik düzeylerine göre çeşitlilik göstermektedir. Farklı ölçekteki ekonomilere sahip ülkelerde personel sayıları bakımından farklı birer KOBİ tanımı yapılmıştır.

Tablo 1. Bazı Ülkelerdeki Personel Sayısına Göre KOBİ Tanımları

Ölçek	Küçük	Orta	Büyük
Ülke			
Türkiye	1-50 kişi	51-150 kişi	+150 kişi
ABD	1-499 kişi	500-1499 kişi	+1500 kişi
Almanya	1-49 kişi	50-250 kişi	+250 kişi
Fransa	1-99 kişi	100-250 kişi	+250 kişi
İtalya	1-99 kişi	100-250 kişi	+250 kişi
Malezya	1-49 kişi	50-199 kişi	+200 kişi

Ülkelerin lokomotifi konumunda olan bu işletmelerin desteklenmesi ve geliştirilmesi amacıyla bir tanımlama yapmak gereklidir. Ancak daha öncede değinildiği gibi bazı nitel ve nicel değişkenler, ortak bir tanımlama yapılmasını zorlaştırmaktadır. Bu değişkenler aşağıdaki gibi sıralanabilir;

- Personel sayısı,
- Sermaye miktarı,
- Teknolojik imkânlar,
- Ülke ekonomileri,
- Pazar yapısı,

⁴ Rıfat İraz, Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ’ler, Çizgi Kitabevi, Konya, 2005 s.227

⁵ <http://www.iesob.org/kobi.asp>, 22.04.2005.

- İş kolu,
- Nihai mal ve hizmet yapısı,
- Üretim tekniği

OECD'nin küçük ve orta ölçekli sanayi konusunda kabul ettiği sınıflandırmada, sadece işletmelerde çalışan işçi sayısı esas alınmaktadır.⁶ Tanımlamada;

- 1-4 işçi çalıştıran işletme; mikro,
- 5-19 işçi çalıştıran işletme; çok küçük işletme,
- 20-99 işçi çalıştıran işletme; küçük işletme,
- 100-499 işçi çalıştıran işletme ise; Orta Ölçekli işletme olarak belirtilmiştir.

Tablo 2. 1 Ocak 2005 Tarihinden İtibaren Geçerli Olan AB KOBİ tanımlaması

İşletme Kategorisi	İşçi Sayısı	Yıllık Satış Cirosu	Bilanço Değeri (Net)
Orta Ölçekli	<250	\$ 50 Milyon Euro (1996'da: 40 milyon)	\$ 43 Milyon Euro (1996'da: 27 milyon)
Küçük	<50	\$ 10 Milyon Euro (1996'da: 7 milyon)	\$ 10 Milyon Euro (1996'da: 5 milyon)
Mikro	< 10	\$ 2 Milyon Euro (1996, tanımlanmamış)	\$ 2 Milyon Euro (1996: tanımlanmamış)

(Kaynak: EV Commission Recommendation, 11'/03/652, Brussels 8 May 2003. 'den aktaran Rıfat İraz)

AB'nin yapmış olduğu tanıma göre, 250 kişiden daha az çalışanı olan işletmeler KOBİ olarak kabul edilmektedir. Orta büyüklükteki işletmeler, 50-250 kişi arasında çalışanı olan ve yıllık cirosu 40 Milyon Euro'un altında olan işletmeler olarak tanımlanmaktadır. 50 kişiden az çalışanı, 7 Milyon Euro'yu aşmayan yıllık satış tutarı veya 5 Milyon Euro'nun altında bir yıllık bilanço değeri olan işletmeler ise küçük işletme olarak kabul edilmektedir. 10 kişiden daha az çalışanı olan işletmeler ise çok küçük işletme olarak tanımlanmıştır.⁷ Yukarıdaki tablo, AB'nin 1 Ocak 2005 tarihinden itibaren geçerli olan KOBİ sınıflandırmasını yansıtmaktadır.

ABD'de resmi bir KOBİ tanımlaması yoktur. Kuruluşların tanımında kullanılan nicel ölçüyü ise çalışan işçi sayısı ve satış tutarı oluşturmaktadır. Aşağıdaki tabloda işletme ölçeğine göre çalışan sayısı gösterilmektedir.⁸

⁶ Tamer Müftüoğlu, Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler: Sorunlar Öneriler, s. 121

⁷ İraz, a.g.e., s. 222

⁸ Adnan Çelik, Tahir Akgemci, Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler, Nobel Yay., Konya, 1998, s. 66

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde E-Ticaret

Tablo 3. ABD’de İşletme Ölçeğine Göre Çalışan Sayıları

ÖLÇEK	ÇALIŞAN KİŞİ SAYISI
Küçük İşletmeler	1-99 veya 499
Orta İşletmeler	500-995 veya 500-1499
Büyük İşletmeler	1500 kişiden fazla

(Kaynak: Adnan Çelik, Tahir Akgemci, Girişimcilik Kültürü ve KOBİ’ler , Nobel Yay., Konya, 1998, s. 65)

ABD 'de Amerikan Kongresinin 1953 tarihli Küçük İşletme Kanunu; küçük işletmeyi sahipliği ve yönetimi bağımsız olan ve faaliyet gösterdiği alanda hakim gücü bulunmayan işletme olarak tanımlanmaktadır. Bu tanım aşağıdaki dört unsuru içermektedir.

- İşletmenin sahibi aynı zamanda işletmenin yöneticisi olmakta ve yönetim bağımsız bir yapı sergilemektedir,
- Sermaye sahibi bir ya da birkaç kişi ile sınırlı kalmaktadır,
- İşletmenin faaliyet alanı yöresel niteliktedir,
- İşletme bulunduğu sektördeki büyük rakipleri ile karşılaştırıldığında küçük olduğu gözlenmektedir.⁹

Japonya' da Küçük ve Orta Boy İşletmeler tanımlanırken, çalışan işgören sayısı ve sermaye miktarları dikkate alınmıştır. Ölçeğe göre daha ayrıntılı bir tanımda, imalat sanayi sektöründe 5' den az işgören çalıştıran işletmeler mikro, 20' den az işgören çalıştıran işletmeler çok küçük, 20 ile 299 işgören çalıştıran işletmeler ise Küçük ve Orta Boy İşletme olarak kabul edilmektedir. imalat sanayindeki Küçük ve Orta Boy İşletmelerin sermayesi, 100 Milyon Yen'den fazla olmamaktadır. Aşağıdaki tabloda, Japonya' da sektör bazında Küçük ve Orta Boy İşletme tanımları yapılmaktadır.¹⁰

Tablo 4. Japonya’daki KOBİ Tanımı

Sektör	Çalışan İşçi Sayısı	Sermaye
Sanayi ve madencilik	300 işçiden az	100 milyon Yen'den az
Toptan Ticaret	100 işçiden az	30 milyon Yen'den az
Perakende ticaret ve hizmet	50 işçiden az	10 milyon Yen' den az

(Kaynak: Adnan Çelik, Tahir Akgemci, Girişimcilik Kültürü ve KOBİ’ler , Nobel Yay., Konya, 1998, s. 68)

Bu değişkenler ayrı ayrı incelemeye tabi tutulduğunda, gerçekten ortak bir tanım yapılmasının zor olduğu ortaya çıkacaktır. Örneğin gelişmiş ülke ve ekonomi olarak ifade edilen ABD ile gelişmekte olan ülke kapsamında olan ülkemizde faaliyet gösteren KOBİ’lerin aynı teknolojik imkânlarla sahip olduğunu belirtmek gerçekçi bir yaklaşım olmayacaktır. Her iki ülkenin

⁹ Müftüoğlu, a.g.e., s.120

¹⁰ Çelik, Akgemci, a.g.e., s. 69

ekonomisi ele alındığında, Türkiye’de faaliyet gösteren işletmelerin sermaye tutarlarının ve kredi temin imkânlarının düşüklüğü göz önüne çarpacaktır. Üretim tekniği açısından yapılacak incelemede, 758,5 milyon işgücü olan ve dolayısıyla emek yoğun üretim tekniği kullanımını daha çok tercih edilen Çin Halk Cumhuriyeti ile dünyanın en gelişmiş ekonomilerine ve sermaye yoğun üretim tekniği öncüsü Almanya için aynı KOBİ tanımına gitmek çok gerçekçi olmayacaktır.

1.1. KOBİ’lerin Önemi

Bugün dünyanın her yerindeki hükümetler, KOBİ’lerin öneminin ve bunların ekonomik büyüme, sosyal birleşme, istihdam, bölgesel ve yerel kalkınmaya sağladığı katkıların farkına varmışlardır. KOBİ’ler OECD ekonomilerinde işletmelerin %95’ inden fazlasını ve istihdamın da %60-70’ini oluşturmakta ve yeni işlerin büyük kısmını yaratmaktadır. Küreselleşme ve teknolojik değişim pek çok faaliyette ölçek ekonomisinin önemini azaltırken, daha küçük firmaların potansiyel katkılarını güçlendirmektedir. Bununla beraber, KOBİ’lerin karşılaştığı geleneksel sorunların pek çoğu (finansman eksikliği, teknoloji kullanmada yaşanan güçlükler, sınırlı yönetim kabiliyetleri, düşük üretkenlik ve yönetmelik yükleri) küreselleşmiş ortamda çok daha ağırlaşmaya başlamaktadır. Ekonomilerin tamamı küçük işletme sektörünün daha dinamik olmasından kazanç sağlama potansiyeline sahip olduğundan ve KOBİ’lerin belli güçlü ve zayıf noktaları bulunduğundan KOBİ’lere ilişkin politika çerçeveleri ve hükümetin rolü küreselleşmenin faydalarından yararlanma ve baskılarına adapte olacak şekilde değişmelidir.¹¹

Bunun yanı sıra Türkiye’de ve dünyada istihdam, üretim, yatırım ve ihracatta en fazla paya sahip olan KOBİ’lerin önemi aşağıda maddeler halinde sıralanmıştır.¹²

- KOBİ’ler sıkıntılı dönemlerde ekonomik ve Sosyal tahribatı azaltabilme gücüne sahiptir,
- İşletmelerin küçük ve orta ölçekli olmaları, spesifik bir üretim dalında uzmanlaşmaya yol açması nedeniyle kaynak verimliliğinde artış sağlanmaktadır,
- İşsizliği azaltarak sosyo ekonomik katkıda bulunmaktadır,
- İşyeri sayısı, istihdam ve yatırımlardaki önemli payı ile ekonominin temel unsurlarındandır,
- KOBİ’lerin diğer katkısı buluşların hızla hayata geçirilme koşullarına sahip olmalarıdır.

Gerek ekonomideki ağırlıkları, gerek emek-yoğun nitelikte üretim yapmaları ve ülke çapında sanatkar niteliğindeki kişilerin işlerini geliştirerek küçük ve orta ölçekli sanayici durumuna dönüşmesiyle yaratılan istihdam, küçük ve orta ölçekli işletmelerin ekonomik ve sosyal açıdan önem taşımasının bir diğer

¹¹ İraz, a.g.e., s. 229

¹² <http://www.iesob.org/kobi.asp>

nedenini oluşturmaktadır. KOBİ'lerde çalışan işçi sayısı yanında, bu işletmelerin genellikle sahibi ve yöneticisi durumundaki girişimciler ve aileleri dikkate alındığında, geçimini bu işletmelerde sağlayan nüfusun yoğunluğu ortaya çıkmaktadır. Bu haliyle KOBİ'ler gelir dağılımında denge unsuru olmakta ve kuvvetli bir orta sınıfın oluşturulmasına katkıda bulunmaktadır.¹³

1.2. KOBİ'lerin Sağladıkları Faydalar

KOBİ'lerin sağladıkları yararlar genel olarak aşağıdaki biçimde sıralanabilir.¹⁴

- Ticari rekabetin ekonomik sistem olarak benimsendiği toplumlarda sistemin ağırlıklı işleyişi ile KOBİ'lerin sistem içindeki varlıkları ve güçleri arasında yakın bir ilişki vardır.
- Emek yoğun teknoloji ile çalışma ve kaynak kullanımında etkili olma özelliğine bağlı olarak istihdam yaratıp, işsizliğin azaltılmasına katkıda bulunurlar.
- Daha çabuk karar verme olanaklarına sahip oldukları gibi, daha az yönetim ve genel işletme gideriyle çalıştıklarından hızlı ve ucuz üretimde bulunabilirler. Büyük ölçekli işletmelerin ürettiği aynı mal ve hizmetleri üretip, onları rekabetçi ortama çekerek ekonomiye canlılık kazandırabilirler.
- Özel beceri ve teknik isteyen kimi malları üreterek, ihtiyaçları giderebilirler.
- Esneklik ve yenilikleri teşvik ederler.
- Büyük ölçekli işletmelerin kullandıkları girdileri ve çeşitli ara mallarını üreterek onların gelişimini tamamlayıp, ekonomide “yan sanayi” oluşturabilirler. Bu kapsamda gerek büyük ölçekli işletmelerin, gerekse bölge sanayisinin tamir, bakım sorunlarını çözerler.
- Genelde bölge sanayisinin gelişmesini başlatmaktadırlar.
- Daha çok emek yoğun olmaları nedeniyle bölgesel istihdam olanaklarının artırılmasına önemli katkıda bulunarak küçük şehirlerden büyük şehir merkezlerine insan göçünün engellenmesine ve bölgenin potansiyeli içinde kalkınmasına temel oluşturabilirler.
- Kişisel inisiyatiflerin ortaya çıkmasında önemli rol oynadıkları gibi, istihdam ve eğitimdeki payları da büyüktür. Bu işletmeler birçok kalifiye elamanın teknik eğitimlerini aldıkları ilk kuruluşlar durumundadırlar.
- Toplumda gelirin gerek fonksiyonel gerekse bölgesel düzeyde dağılımını olumlu yönde etkileyebilirler. Gelir dağılımını olumlu kılıp, sermayenin büyük sanayi işletmelerinde ve az kişinin elinde toplanmasını önleyici etkileri vardır. Ayrıca, küçük birikimler ve aile birikimlerinin doğrudan yatırımlara yansıtılabilmesinde önemli işlevler üstlenirler.

¹³ Çelik, Akgemci, a.g.e, s. 92

¹⁴ H. Çetin Bedestenci, Adnan Çelik, Muhsin Kar, Küçük ve Orta Boy İşletmeler Açısından Entelektüel Sermayenin Önemi, http://www.ceterisparibus.net/kongre/kocaeli_1.htm

- KOBİ'lerde işçi-işveren ilişkilerinin daha yakın ve olumlu bir ortam içinde geliştiği gözlemlenmektedir. Bu da sosyal paydaşlığı kuvvetlendirmektedir.
- Savaş ekonomisinde büyük endüstrilerin zedelenmesi durumunda, küçük işletmeler önemli işlevleri yerine getirmektedirler. Bu durumlarda KOBİ'ler üretime devam edip, küçük ölçüde de olsa, gereksinimleri karşılamaya devam etmektedirler.

2. İNTERNET

İnternet; “dünya üzerindeki milyonlarca kişinin sürekli iletişim içinde bulunduğu bir bilgisayar ağı ve sistemi” ya da “belirli araştırma enstitüleri, özel ve kamusal nitelikli kurum ve kuruluşlar, üniversiteler arası bilgi paylaşımını sağlayan, bireylerin ve kurumların veri bankalarına katkı yapmalarını veri bankalarından yararlanmalarını olası kılan, kamusal altyapı gerektiren bütünlüklü bilgi ağları” biçiminde tanımlanabilir. İnternet başka bir deyişle, farklı lokasyonlarda bulunan bireyler, organizasyonlar ve toplumlar arasında kurulan elektronik bir etkileşim, paylaşma, bildirişme ve dayanışma ortamıdır.¹⁵

İnternet, çok sayıda bilgisayar sistemini TCP/IP¹⁶ protokolü ile birbirine bağlayan, dünya çapında kullanılan bir ağıdır. Askeri amaçlar için geliştirilen, akademik amaçlarla kullanılan ve daha sonra genel kullanıma açılan İnternet, günümüzde bilgiye hızlı, kolay, ucuz, güvenli ulaşmanın ve bilgiyi paylaşmanın başlıca yoludur. Öncelikli olarak elektronik posta ile kişiler arası iletişim ve ürünlerin tanıtımında kullanılan İnternet yaklaşık 150 ülkede kullanılan, yüz milyonları aşan kullanıcısı ve her endüstride görülen hızlı büyümesi ile dünyanın en büyük iletişim ağı olmuştur.¹⁷

İnternet'in en önemli özelliği birebir iletişim kurulmasını sağlamasıdır. İnternet ile tek taraflı bilgi vermek yerine, kullanıcının taleplerine göre yönlendirilen bir bilgi akışı gündeme gelmiştir. Birden fazla bilgisayarda bulunan bilginin tek bir kullanıcının hizmetine sunan internet, ayrıca görüntü, ses ve bilgi alışverişini de sağlamaktadır. Bu yönüyle diğer kitle iletişim araçlarından ayrılan İnternet, "interaktif" kelimesini hayata geçirmektedir.¹⁸

İnternetin son 5 yıl içinde çok hızlı bir şekilde yayılmasının nedeni World Wide Web'in ortaya çıkmasıdır. Daha Önceleri genellikle akademik ve araştırma amaçlı kullanılan internet WEB'in ortaya çıkmasıyla geniş kitlelere yayılma imkanı bulmuştur. İnternetin eskiden beri yaygın olarak kullanılan elektronik posta, FTP (Dosya transferi), Telnet, gopher gibi uygulamaları artık çok daha

¹⁵ Adem Öğüt, Bilgi Çağında Yönetim, 2. Baskı, Nobel Yayın, Ankara, 2003, s. 47

¹⁶ (Transmission Control protocol/İnternet Protocol) standart İnternet protokolüdür. Bilgisayarlar ile veri iletme/alma birimleri arasında düzeni sağlayan, böylece bir yerden diğerine veri iletişimini olanaklı kılan çok sayıdaki veri iletişim protokolüne verilen genel addır.

¹⁷ Hasan Kürşat Güleş, Hasan Bülbül, Yenilikçilik, 1. Baskı, Nobel Yayın, Ankara, 2004, s. 243

¹⁸ Ali Çelebi, Küçük ve Orta Boy İşletmelerde Elektronik Ticaret Uygulamaları, S.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans, Konya, 2002, s. 2

kolay bir şekilde WEB Üzerinden yapılabilmektedir. Bu Özellik, interneti tüm diğer bilişim teknolojisi konularından ayrı bir yere koymaktadır. İnternet, tek başına bilgi çağını dönüştürebilecek ve geliştirecek güçte bir araçtır. Bu farkın temel nedeni internetin sadece bir multimedya ortamından ziyade yeni bir piyasa olarak ortaya çıkmasıdır. Bu nedenle, geleceğe dönük rekabette işletme yöneticileri hem örgüt içinde hem de çevrelerinde interneti temel alan bir yaklaşım benimsemek durumundadırlar.¹⁹

Günümüzde küresel işletmecilikle birlikte işletmeler arasında iletişimin boyutları önemli ölçüde artmıştır. Bu iletişimin en önemli araçlarından birisi internet'tir. İnternet'in kişiler ve ülkeler arasında kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte sadece işletmelere özgü bir İnternet üzerinde çalışmalar yoğunlaşmıştır. Bu noktada işletmeler arasında iletişimi sağlayan özel bir İnternet şekli olan Intranet kavramı ön plana çıkmıştır. Intranet öz olarak, İnternet teknolojisinin şirket içerisinde kullanılmasıdır.

Intranet, şirket çalışanları ve bölümlerini İnternet yazılımları ve standartları kullanarak birbirine bağlayan özel bir bilgisayar iletişim ağıdır. İtranet Web sitelerini diğer bilgisayar sitelerinden farklı kılan, bir koruma sistemi aracılığıyla istenmeyen kişilerin veya kullanıcıların siteye erişiminin engellenmesidir.²⁰

2.1. İnternette İş Yapma Nedenleri

İnternet, işletmeler açısından elektronik iş ilişkilerinin yürütülebilmesi için gerekli iletişim olanaklarına sahiptir. İnternet'te elektronik posta yoluyla çok hızlı haberleşme yapılabilmekte, arandığı bir konuda iş yapan firmalara web arama araçları kullanarak erişilebilmektedir. Ayrıca, internet üzerinde sunulan tartışma ortamları yoluyla bağımsız çalışma grupları oluşturulabilmektedir. İletişimde bilgilerin güvenliği de, çeşitli güvenli haberleşme protokolleri ve güvenlik sistemleri kullanarak sağlanabilmektedir.

İnternet kullanımının yaygınlaşması ve web'in bilgi aktarmada kullanılan ortak bir ara birim olmasıyla, erişilebilecek insan kitlesi ticaret yapmaya değer boyutlara ulaşmıştır. İnternet, kendi ticari yöntemlerini kendisi oluşturmaktadır. Altyapı internet protokolleriyle sağlanırken; reklam, satış öncesi ve sonrası servis, ödeme yapılması vb gibi olanaklar klasik anlamdan daha farklı boyutlara gelmektedir.²¹

Kredi kartları, akıllı kart uygulamaları, elektronik fon transferi gibi kavramlar iş çevrelerinde uzun zamandır bilinmekte ve kullanılmaktadır. Günlük hayatta da, para akışının önemli bir kısmı kredi kartları yoluyla yapılmaktadır. Günümüzde ise bu kavramlar internet ortamına aktarılmaktadır. İnternet'in sunduğu en önemli teknolojik girdi ise world wide web (www, web) dir. Web, bilgisayar okuryazarı olan ve internet kullanan herkesin kullanabildiği standart bir bilgiye erişim ortamı sunmaktadır. İnternet güvenli veri iletimi ile

¹⁹ Akın, a.g.e., s. 49

²⁰ Mahmut Tekin, Hasan Kürşat Güleş, Tom Burgess, Değişen Dünyada Teknoloji Yönetimi, Konya, 2000, s. 190

²¹ www.kobinet.org.tr, 2002

birleştirildiğinde, elektronik ticaret için gereken çok kullanışlı ve ucuz bir ortamı ortaya çıkmaktadır. İnternet, elektronik ticaret söz konusu olduğunda, (i) kolay pazar bulma (ii) hızlı bilgi erişimi (iii) geniş ölçekli pazarlar (iv) kolay, hızlı ve ucuz iletişim (v) yeni iş olanakları (vi) kolay destek olanakları gibi konuları özellikle ön plana çıkarmaktadır.²²

Ticaret ve iş ilişkilerinde elektronik ortamların ve özellikle internet teknolojilerinin kullanılmasıyla;²³

- Mevcut iş olanakları büyüyecektir,
- Halen pazarlanan ürünlerin satışı daha kolaylaşacak ve reklam, ürün tanıtım, satış öncesi ve sonrası destek ve benzeri kanallar tamamen elektronik ortamda daha efektif kullanılacaktır.
- Otomatik bilgi dağıtım sistemi yardımıyla, müşterilere ve daha geniş kitlelere kolayca ulaşılacaktır.
- Global olarak, iş dünyasıyla olan etkileşim artacaktır.
- İş verimlilik analizleri ve planlamalar daha kolay yapılacaktır.
- Uluslararası pazarlara kolayca ulaşabilme olanağı olacaktır.

3. ELEKTRONİK TİCARET

Bilgisayar ve iletişim teknolojileri alanında meydana gelen gelişmelerin bir sonucu olarak ticari faaliyetlerin yerine getirilmesinde kapsamlı ve köklü değişiklikler olmuştur. Son zamanlarda üzerinde durulan konulardan birisi de elektronik ticaret uygulamasıdır. En basit şekliyle elektronik ticaret, ticari faaliyetlerin geleneksel dağıtım kanallarından bilgisayar ve iletişim teknolojilerindeki gelişmelerin bir ürünü olan yeni (elektronik) dağıtım kanallarına kaydırılmasıdır. Böylece elektronik ticaret uygulamasında ürün ve hizmet alımında sipariş verme işlemi, müşterilerin bizzat mağazaya gitmeleri veya telefon ve faks kullanmaları yerine, kiralık hatlar veya internet aracılığı ile gerçekleştirilmektedir. Özellikle İnternet'in giderek yaygınlaşması sonucu şirketlerin internet üzerinden tanıtım amaçlı Web sayfaları açmaları ve reklam faaliyetlerinde bulunmaları ticari faaliyetlerin internet üzerinden gerçekleştirilmesini gündeme getirmiştir. Ancak, bir işletmenin elektronik posta kullanması veya bir Web sayfası oluşturması elektronik ticaret yaptığı anlamına gelmez. Çünkü, elektronik ticarete *anahtar unsur* ticari işlemlerin elektronik olarak gerçekleştirilmesidir. Nitekim, Laudon ve Laudon, elektronik ticareti "nihai müşterilere mal ve hizmetlerin satışının veya işletmeler arasında mal ve hizmet alım ve satımının bilgisayarlaştırılmış ticari işlemler vasıtasıyla elektronik olarak gerçekleştirilmesi" şeklinde tanımlamaktadırlar. Bu tanımdan da anlaşılacağı gibi elektronik ticaret, nihai tüketicilere ürün ve hizmet satışı ile işletmeler arası ticari faaliyetleri kapsamaktadır. Bu çerçevede kimi yazarlar, nihai müşterilere yönelik ticari faaliyetleri elektronik ticaret, buna karşılık

²² www.kobinet.org.tr, 2002

²³ S. B. Hasıoğlu, Elektronik Ticaret ve Uygulamaları, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 1999 s. 45

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde E-Ticaret

işletmeler arası uygulamaları ise elektronik işletmecilik olarak adlandırmaktadırlar.²⁴

Elektronik ticaretin geleneksel ticarete göre belirgin farkları daha çok iletişim ve onay işlemlerinde ortaya çıkmaktadır. Veri aktarımının sağlanması için geleneksel yöntemde de bir çok yol vardır. Ancak bunların hepsi e-posta ve diğer veri aktarım yöntemlerinden daha hızlı olamaz. Tablo 3.1.'de satın alma işlemleri yapan bir işletmenin geleneksel ve elektronik ortamlarda yapacağı ticaret karşılaştırılarak gösterilmiştir. Geleneksel ticaret ifadesiyle elektronik ticaretin sağladığı olanaklardan faydalanmadan yapılan ticaret kastedilmektedir.²⁵

Tablo 5. Geleneksel Ticaret – Elektronik Ticaret Karşılaştırması

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

(Kaynak: www.rtasarim.com/eticaret.asp)

4. E-TİCARET VE KOBİLER

1994 Yılında 24 Milyon, 1996' da 40-50 Milyon, 1997' de ortalama 124 Milyon olan internet kullanıcı sayısının, 2000 yılında yaklaşık 250 milyon olabileceğine ilişkin görüşler vardır. İnternetteki iş hacminin ise, 200 milyar dolara ulaşabileceğine ilişkin tahminler ileri sürülmektedir. Bu gelişmeler

²⁴ Tekin, a.g.e., s. 179

²⁵ M. Tekin, H.K. Güleş, Adem Ögüt, Teknoloji Yönetimi, Nobel Yay., Ankara, 2003, s. 296

karşısında nasıl ki, büyük işletmeler duyarsız kalamayacaklarsa; KOBİ yönetimleri de internet olgusunu kabul edeceklerdir.

Pazar payının artırılması, KOBİ'ler için gittikçe zorlaşmaktadır. Bu işletmeler açısından yeni dağıtım kanalları oluşturmak ve yeni pazarlarda genişlemek hem zor, hem de pahalı bir iştir. Küreselleşmenin bir sonucu olarak pek çok KOBİ'nin özellikle de dağıtımıcılar ile çalışanların, nihai tüketicilerle ilişkisi gittikçe güçleşmektedir. Bu kapsamda, Türk KOBİ'leri hızla internet örgütlenmesi içinde yerlerini alıp, pazar paylarını artırmak zorundadırlar. Ayrıca, internetin küçük çaplı bir uygulaması olan ve Tep/ıp protokolü ile çalışan intranette yararlı olarak kullanılabilir. KOBİ yönetimlerinin bir iç web köşesi (Internal Web Side) oluşturmaları sonucunda işgörenler işletme içi duyuruları kolayca görebileceklerdir. Buna ek olarak, örgüt içi iletişim ve karar alma işlevlerinde de etkinlik sağlanabilecektir.²⁶

İnternetin ticari boyutunun, Ülkelerin sınırlarından bağımsız ve bürokratik işlemlerden uzak olarak dünya çapında ortak ve ucuz bir pazar oluşturması nedeniyle, KOBİ'lerin de internet yardımıyla tanıtılması önem kazanmıştır. Özellikle KOBİ'ler, dış ticaret işlemlerinin güçlük taşıması, yeterince pazarlama deneyimlerinin olmaması ve yetişmiş elemana sahip bulunmaması nedeniyle Ürünlerini yurtdışına kolayca pazarlayamamaktadır. Bu noktada internet, işlevsel olarak kullanılabilir. Şöyle ki, her işletme, internet aracılığıyla ürünlerini, çok ucuz bir şekilde dünya pazarına sunabilmektedir. Dünyanın herhangi bir yerinden Türkiye'ye internet aracılığı ile girilip aranan ürünün ismi yazıldığında, ürünü hangi işletmenin ürettiği, özellikleri ve resmi, ekranda görülebilmektedir. Bu nedenle, Türkiye'den ithalat yapmak isteyen bir işletme kolaylıkla, aradığı ürünü üreten fabrika veya işletmeye ulaşabilmektedir. İnternet bu işlevi ile üreticiyi, pazarlamacıyı ve potansiyel müşteriyi bir anda karşı karşıya getiren bir iş ortamı olabilmektedir.²⁷

4.1. E-Ticaret ve KOBİ'lere Sağladığı Faydalar

E-ticaret, işletmeler arası ticaretle maliyetlerin azaltılması ve verimliliğin artırılmasında önemli rol oynamaktadır. Örneğin, kasa, stok kontrolü vb. faaliyetlerinde barkod okuyucu kullanan ve işlemlerini elektronik ortamda gerçekleştiren bir işletme, bilgisayar aracılığı ile, envanterdeki ürünlerin takibini yapmakta, satış eğilimini izlemekte ve eş zamanlı olarak müşteri siparişlerini gönderebilmektedir. Satış mağazaları da, yeni siparişlerini bilgisayar ağı üzerinden üretici işletmeye otomatik olarak gönderebilmektedir. Bilgisayara aracılığı ile sipariş formunu alan üretici işletme, söz konusu bilgileri otomatik olarak satış, üretim, dağıtım ve muhasebe bölümüne göndermektedir. Bilgisayarların otomatik olarak gerçekleştirdiği işlemler sonucunda bir çok faaliyet için personel gereksinimi asgari düzeye ineceğinden dolayı, personel giderlerinde önemli ölçüde tasarruf sağlanabilecektir. Bilgisayarların hassas işlem

²⁶ Çelik, Akgemci, a.g.e., s. 177

²⁷ Çelik, Akgemci, a.g.e., s. 179

Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde E-Ticaret

yapmaları nedeni ile işletmeler arası siparişlerde ortaya çıkan sorunların da azalabileceği öngörülmektedir.²⁸

Bilgisayar destekli titiz ve zamanındaki siparişler ile depo için ihtiyaç duyulan alanda da azalma olmaktadır. Ayrıca, satın alınan mallardaki eğilimlerin izlenmesi ile, tüketicinin ilgisini çekebilecek yeni ürünlerin seçimi ve siparişi konusunda karar verilmesinde kolaylıklar sağlanabilmektedir. Bu yararlarla ek olarak;

- KOBİ'lere büyük işletmelere eşit şartlarda rekabet etme imkanı,
- Reklam, nakliyat, ürün tasarımı ve üretim maliyetlerinde azalma,
- Pazar raporları ve stratejik planlama konularında ilerleme,
- Etkin pazarlama,
- Eşit şartlarda yeni pazarlara ulaşım,
- Ürün ve hizmet tasarımına müşterinin dahil edilmesi, sayılabilir.

Esnek yapılarından dolayı müşteri beklentilerine daha hızlı uyum sağlayabilen KOBİ'lerin, büyük işletmelere oranla e-ticarette daha avantajlı konumda oldukları düşünülmektedir. Dinamik yapıya sahip olan KOBİ'lerin büyük işletmelerle arasındaki en büyük dezavantajı olan uzak coğrafyalardaki pazar ve müşteriye erişememe sorunu da ortadan kalkmaktadır.

E-Ticaretin işletmeler arası ticaret ve müşterilere doğrudan satış şeklinde ortaya çıktığını düşünürsek, küçük işletmelerin her iki halde de kendilerine e-ticarette yer bulabilecekleri görülecektir. Yerel olarak faaliyet gösteren bir işletme, ürünlerini internet aracılığıyla farklı bölgelerdeki müşterilere ulaştırma şansını elde edecektir. Bu amaçla oluşturulacak bir web sitesinin başarılı olabilmesi için bazı koşullara dikkat edilmesi ve soruların cevaplanması gereklidir.

5. SONUÇ

Geçtiğimiz yüzyılın son çeyreğinden itibaren bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen hızlı değişimler küreselleşen ekonomik piyasalarda rekabeti niteliksel ve niceliksel olarak artırmakla kalmamış yeni rekabet stratejilerinin geliştirilmesini bir zorunluluk haline getirmiştir. İnternet ve elektronik ticarete dayalı Yeni Ekonomi olarak adlandırılan bu sistemde, işletmelerin ticari faaliyetlerini internete dayalı bir yapıya geçirmeleri artık lüks olmaktan çıkmış bir zorunluluk haline almıştır. Günümüzde bilişim teknolojileri kullanımı ve elektronik ticaret uygulamalarının sanayi işletmelerinde rekabet üstünlüğü sağlamadaki önemini ortaya koymak ve elektronik ticaret uygulamalarını inceleme amacını güden bu çalışmada, kuramsal bazda yapılan incelemelerden piyasalarda rekabetin gittikçe yoğunlaştığı ve elektronik ticaretin yeni bir iş yapma şekli olarak karşımıza çıktığı görülmektedir. Küreselleşen pazarlarda rekabet üstünlüğü sağlamak ve müşterilere istedikleri ürünleri en uygun zaman, yer, kalite ve fiyatta sunmada elektronik ticaret işletmelere önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadır. Bu bağlamda kuramsal incelemeler ve araştırma

²⁸ Aktaran, Çavuş, a.g. yüksek lisans tezi, s. 73

kapsamındaki işletmelerden elde edilen bulgular ışığında elektronik ticaretin işletmelerin iş yapma şekillerini etkileyen, pazarın kurallarını değiştirebilen ve işletmelerin rekabet gücünü artıran yeni bir iş şekli olduğu görülmektedir

Dünya üzerindeki tüm ekonomilerin temel yapı taşlarını oluşturan, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, e-ticaret ile birlikte çok önemli bir fırsat yakalamışlardır. E-ticaret, globalleşmenin küçük işletmelerin karşısına koyduğu setleri kaldırmaya yardımcı olabilecek bir unsurdur. Azalan maliyetler, bu işletmelere rekabet avantajı sağlayacaktır. Yerel bazda hizmet gösteren küçük işletmeler, yeni ve eskisinden çok daha büyük bir pazar imkanı elde etmişlerdir. İşletmelere bundan sonra düşen görev; bu imkanı kullanmaya çalışmaktır.

Ayrıca, KOBİ'lerin bilişim ve teknoloji konusunda daha fazla bilgilendirilmeleri gerektiği, bu amaçla bilgilendirilme programları düzenlenmesi, işletmelerde yaygın olan internet kullanımının daha fazla amacına yöneltilmesi, e-ticaretin işletmelere benimsetilmesi ve bu bağlamda yapılacak çalışmaların bir an önce hayata geçirilmesi önerilebilir.

KAYNAKÇA

AKGEMCİ, Tahir; **“KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler”**, KOSGEB Yayını, 2001.

AKIN, Bahadır; **“Yeni Ekonomi”**, Çizgi Kitabevi, Konya, 2001.

BEDESTENCİ, H., Çetin; ÇELİK, Adnan; KAR, Muhsin; **“Küçük ve Orta Boy İşletmeler Açısından Entelektüel Sermayenin Önemi”**, http://www.ceterisparibus.net/kongre/kocaeli_1.htm

ÇELEBİ, Ali; **“Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinde Elektronik Ticaret Uygulamaları”**, S.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Konya, 2002.

ÇELİK, Adnan; AKGEMCİ, Tahir; **“Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler”**, Nobel Yayınları, Ankara, 1998.

GÜLEŞ, Hasan Kürşat; BÜLBÜL, Hasan; **“Yenilikçilik”**, Nobel Yayınları, Ankara, 2004.

HAŞILOĞLU, S. B.; **“Elektronik Ticaret ve Stratejileri”**, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 1999.

<http://www.iesob.org/kobi.asp>, 22.04.2005.

<http://www.kobinet.org.tr>, 21.05.2002

<http://www.rtasarim.com/eticaret.asp>

İRİZ, Rıfat; **“Girişimcilik ve KOBİ'ler”**, Çizgi Kitabevi, Konya, 2005.

MÜFTÜOĞLU, Tamer; **“Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler: Sorunlar Öneriler”**, II. Baskı, S. Yayınları, Ankara, 1991.

ÖĞÜT, Adem; **“Bilgi Çağında Yönetim”**, 2. Baskı, Nobel Yayınları, Ankara, 2003.

TEKİN, Mahmut; GÜLEŞ, Hasan Kürşat; BURGESS, Tom; **“Değişen Dünyada Teknoloji Yönetimi”**, Konya, 2000.

TEKİN, Mahmut; GÜLEŞ, Hasan Kürşat; ÖĞÜT, Adem; **“Teknoloji Yönetimi”**, Yenilenmiş 2. Baskı, Nobel Yayınları, Ankara, 2003.

ULUDAĞ, İlhan; SERİN Vildan; **“Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler”**, İstanbul: İTO Yay. No. 1990/25, İstanbul, 1990.