

E-TİCARETE GİRİŞ DERSİ

1. E-Ticarete İlişkin Genel Bilgiler

E-Ticaretin Tanımı

- **Dünya Ticaret Örgütü (WTO)** e-ticareti; “internet üzerinden satılan ve ödenen ürünlerin fiziksel ve sayısal (dijital) olarak teslim edilmesi” şeklinde tanımlamaktadır.
- **Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD)’ye göre** e-ticaret; “sayısallaştırılmış yazılı metin, ses ve görüntünün işlenmesi ve iletilmesine dayanan, kişileri ve kurumları ilgilendiren tüm ticari işlemler”dir.
- **6563 Sayılı Kanuna Göre:** “fiziki olarak karşı karşıya gelmeksizin, elektronik ortamda gerçekleştirilen çevrimiçi iksadi ve cari her türlü faaliyet”

E-ticaret en genel haliyle mal ve hizmetlerin üretim, reklam ve bilgilendirme, tedarik, satış, sigorta, ulaştırma ve ödeme ya da tahsilat işlemlerinin bilgisayar ağları üzerinden yapılması olarak tanımlanabilir.

E-Ticaretin Kapsamı

E ticaret,günümüzde sadece büyük ölçekli firmaların yararlanabileceği bir ticaret yöntemi değil, küçük ölçekli bölgesel ve yerel işletmelerin de dünya ölçeğinde ticaret yapma imkanına kavuşmalarını sağlayan çok önemli bir ticari ve teknolojik gelişimler sürecidir.

E-ticaret'in kapsadığı çeşitli faaliyetleri:

1. Alıcıların ve satıcıların sanal bir piyasada buluşturulması
2. Mal ve hizmetlerin elektronik ortamda el değiştirmesi
3. Tanıtım, reklam ve bilgilendirme faaliyetleri
4. Elektronik banka işlemleri ve transferleri
5. Elektronik ortamda vergilendirme
6. Menkul kıymetlerin elektronik ortamda alınıp satılması
7. Mal ve hizmetlerin alımı ve satımı için anlaşma yapılması

Aşağıdakilerden hangisi e-ticaretin kapsamı içerisinde yer almamaktadır?

A) Mal ve hizmetlerin alımı ve satımı için anlaşma yapılması

B) Menkul kıymetlerin elektronik ortamda alınıp satılması

C) Alıcıların ve satıcıların fiziksel olarak karşı karşıya gelmesi

D) Alıcıların ve satıcıların sanal olarak bir piyasada buluşturulması

E-Ticaretin Tarafları

Geleneksel ticarete olduğu gibi e-ticaret sürecinde de ticari faaliyetinin oluşmasını sağlayan birden fazla taraf bulunmaktadır. Genel olarak baktığımızda e-ticaret faaliyetlerinde:

Alıcılar - Üreticiler - Satıcılar - Nakliye Firmaları – Sigorta Şirketleri - Komisyoncular – Bankalar – Kamu Kurumları

gibi çok çeşitli taraflar farklı amaç ve görevlerle yer almaktadırlar.

Özetle e-ticaret bugün kâr amacı tüm kuruluşları ilgilendiren bir kavram haline gelmiştir.

E-Ticaretin Araçları

E-ticaret sürecinde ticari faaliyetin oluşmasını sağlayan birimler arasında kullanılan her türlü teknolojik ürünü e-ticaret aracı olarak değerlendirmek mümkündür.

Buna göre; **e-ticaretin temel altyapısı olan internet sistemi, alıcılar ve satıcılar ile ilgili tüm diğer taraflar arasında iletişimin sağlandığı bilgisayar, elektronik posta, telefon, sms gibi araçlar ve ödeme ya da tahsilatın yapılmasını sağlayan ödeme ve transfer sistemleri, kredi ve banka kartları, elektronik veri değişim sistemleri** gibi araçların tümü e-ticaretin araçları durumundadır.

E-Ticaretin Gelişimi

E-ticaret faaliyetleri genel olarak internet kullanımının gelişmesiyle paralel gelişim göstermiş olup bu faaliyetler 1990'lı yılların ortalarında daha çok teknoloji şirketleri, finans kurumları ve büyük ölçekli şirketler arasındaki işlemlerde görülebilmekteydi.

İnternet kullanımının yaygınlaşması ve gündelik hayata daha fazla girmeye başlaması pek çok konuda olduğu gibi ticari hayatta da bir takım gelişmelere neden olmuştur.

E-ticaret klasik ticari faaliyetlerin tamamen dışında ve bu faaliyetlerden bağımsız bir kavram olarak değil geleneksel ticaretin gelişen teknolojik imkanlardan yararlanılarak daha kolay yapılabilmesi ve mal ve hizmetlerin küresel çapta tanıtılıp pazarlanabilmesi olarak düşünülmelidir. Özellikle son yıllarda bilgi teknolojilerinde meydana gelen hızlı gelişmelere ilave olarak teknolojik araçların toplumun hemen hemen tüm kesimlerince kullanılmaya başlamasıyla e-ticaretin önemi çok daha fazla artış göstermiştir.

Elektronik ortamda gerçekleştirilmesi nedeniyle 1992 yılında merkez bankası ile bankalar arasında kullanılmaya başlanan elektronik fon transferi (eft) işlemleri Türkiye’de ilk e-ticaret uygulamaları olarak tanımlanabilir. 2018 yılı verilerine göreyse Türkiye’de e-ticaret işlem hacminin 60 Milyar Türk Lirasına ulaşması e-ticaretin gelişimini ortaya koymaktadır. Önümüzdeki iki yıl içinde Dünya genelindeki e-ticaret işlem hacminin ise 5 Trilyon Dolar’a yaklaşması beklenmektedir.

E-Ticaretin Özellikleri, Etkileri ve Geleneksel Ticaretten Farkları

a. E-Ticaretin Başlıca Özellikleri

- Taraflar arasında internet ortamında etkileşimli olarak gerçekleşir.
- Küçük ölçekte üretim veya ticaret yapan işletmelerin ürün veya hizmetlerini sınırlı bir coğrafi alanda değil Dünya çapında sergilemesine olanak sunar.
- E-ticaret faaliyetleri 7 gün 24 saat esasına dayanmakta olup bu yönüyle zaman kısıtına ilişkin sorunları ortadan kaldırır.
- Müşterilerin beğenileri, tercihleri, ödeme yöntemleri gibi bilgiler raporlanabilir ve bu yollar firmalara müşteriler ile etkileşimin korunması ile ürün geliştirme ve çeşitlendirme süreçlerinde önemli avantajlar sağlar.

b. E-Ticaretin İktisadi Hayata Başlıca Etkileri

1. E-ticaret, küçük ölçekli firmaların büyük firmalarla rekabet edebilmesine olanak sağlar.
2. E-ticaret, işletmelerin üretim, tanıtım, pazarlama gibi maliyetlerini azaltır.
3. E-ticaret, küçük ölçekli işletmelerin de yeni pazarlara ulaşabilmesini sağlar.
4. E-ticaret, tüketiciler açısından ürün çeşitliliğinin artmasını sağlar.
5. E-ticaret, firma sahibi ve yöneticilerinin bilgi ve verilere istenilen her an ulaşılabilmesini mümkün kılar.
6. Ticaretin elektronik ortamda tamamlanmasıyla depolama ve lojistik yönetiminde etkinlik sağlanır.
7. E-ticaret işlemleri sayesinde bankacılık ve sigortacılığa ilişkin işlemlerin hızla tamamlanması sağlanır.
8. Tüketiciler çok çeşitli ürünlere uygun fiyata, kıyaslama imkanı ile hızla ve zaman harcamaksızın ulaşabilirler.

c. E-Ticaretin Geleneksel Ticaretten Farkları

E-Ticaretin geleneksel ticaretten başlıca farkları genel olarak ticari sürecin her safhasında ortaya çıkmaktadır. Örneğin geleneksel yöntemlerle ürünlerini tanıtan bir firma bu faaliyetini yürütürken potansiyel müşterilerle birebir görüşme, medya yoluyla reklam yayınlama, katalog bastırma gibi işlemleri yerine getirmek zorundadır. E-ticaret kullanıcısı bir firmaysa bu işlemlerin tümünü bir internet sayfası aracılığıyla tamamlayıp çok daha fazla sayıda potansiyel müşterinin beğenisine sunabilir.

Geleneksel yöntemlerle ticaret yapan bir firma teklif ve sipariş almayla, siparişi onaylama süreçlerini birebir görüşme yoluyla ve yazılı usulde tamamlamak durumundayken e-ticaret yapan bir firma bu işlemleri elektronik ortamda tamamlayabilir.

Geleneksel yöntemlerle ticaret yapan bir firma stok kontrolü, sevkiyata başlama ve faturalandırma gibi işlemlerde de yazılı formlar vasıtasıyla bu işlemleri yürütebilirken, bir e-ticaret firması söz konusu işlemleri elektronik veri tabanı, online veri tabanı ve e-posta araçları vasıtasıyla tamamlayabilir.

Ürün ve hizmetlere ilişkin bedellerin tahsili aşamasında da e-ticaret yapan bir firma bu işlemleri internet bankacılığı eft gibi araçlarla tamamlayarak zaman yönetiminde etkinliği sağlamış olur.

Ürün Teslim Yönetimi Bakımından E-Ticaret

Ürün teslim yöntemine göre e-ticareti iki grupta değerlendirmek mümkündür.

Dolaylı E-Ticaret: Elektronik yollarla sipariş edilen ürünlerin ulaşım imkanları kullanılarak ve taşımacılık hizmeti sağlayan firmalar aracılığıyla fiziki olarak teslim edilmesidir.

Doğrudan E-Ticaret: Ürünlerin siparişi, teslimi ve ödemelerinin tamamen elektronik ortamda, ulaşım imkanlarından ve taşımacılık faaliyetlerinden bağımsız olarak gerçekleştirilmesi olup bu tür ürünler genellikle yazılım, rapor, işlenmiş bilgi, görsel tasarım ürünleri gibi ürünlerden oluşmaktadır.

Ticari Faaliyete Taraf Olanlar Bakımından E-Ticaret

1. İşletmeler arasındaki e-ticaret (B2B): Bu tür e-ticaret; satış yapan işletme ile temin ettiği ürünleri satışa sunacak başka bir işletme arasındaki ticari faaliyettir. Toptancı niteliğindeki firmaların üye olduğu bir elektronik platformdan, tüketicilere satış yapmak üzere ürün satın alan bir işletmenin gerçekleştirmiş olduğu faaliyet buna örnek olarak verilebilir.

2. İşletmelerle tüketiciler arasındaki e-ticaret (B2C): Bu ticaret türünde işletmenin hedefi nihai tüketici olup elektronik ortamda tanıtılan muhtelif ürünler alternatifli ödeme yöntemleri ile satışa sunulurak taşımacılık firmaları aracılığıyla alıcının adresine teslim edilmektedir. Bireysel tüketici olarak internet üzerinden yapılan alışverişlerimizi bu kısımda düşünmek mümkündür.

3. İşletmelerle devlet arasındaki ticaret (B2G): Bu tür e-ticaret; firmalar ile kamu kurum ve kuruluşları arasındaki vergi, gümrük işlemleri gibi yükümlülükler ile gerekli izinlerin elektronik platformlarda izlenmesi, kamunun mal ve hizmet alımı taleplerinin duyurulması ve diğer bazı ticari işlemlerin yerine getirilmesi gibi faaliyetleri kapsar.

4. Tüketicilerle Devlet arasındaki e-ticaret (C2G): Devletin belirli hizmetleri bireylere elektronik platformda sunması ile bu hizmetlerin alınmasında sıra beklemenin ortadan kalkması, kırtasiyeliğin azalması ve işlemlerin daha şeffaf hale gelmesinin sağlanması bu kapsamda yer alır. Devlet hizmetlerinin elektronikleşmesi ve e-devlet uygulamaları buna örnek gösterilebilir.

Aşağıdakilerden hangisi Ticari Faaliyete Taraf Olanlar Bakımından E-Ticaret kapsamı içerisinde yer almaz?

A) İşletmeler Arasındaki E-Ticaret
B) Tüketiciler ile Devlet Arasındaki E-Ticaret
C) İşletmeler ile Tüketiciler Arasındaki E-Ticaret
D) Devletler Arasındaki E-Ticaret

2. E-Ticarete Süreçleri

E-Ticaret İşlemlerinin Gerçekleştirilebileceği Elektronik Ortamlar

Geleneksel ticari faaliyetler ürün ve hizmet arz edenlerle bu ürün ve hizmetleri talep edenlerin bir piyasada karşı karşıya gelmesiyle gerçekleşmektedir. E ticarete ise bu süreç daha farklı işlemektedir. E-ticaret sürecinde ürün ve hizmetler belirlenen bedeller karşılığında pazarlanırken satıcı ve alıcıların sanal ve en geniş piyasa olarak değerlendirebileceğimiz internet ortamında bir araya gelmeleri esastır.

a. E-ticaret sitesi oluşturulması

Firmalar ürün ve hizmetlerini burada pazarlayabilirler. Bir e-ticaret sitesinin oluşturulabilmesi için öncelikle hosting ve domain hizmeti satın alınması gerekmektedir.

Hosting: e ticret sitenizin internette 7 gün 24 saat esasıyla hizmet vermesini sağlayan, sitenizin dosyalarını ve veri tabanını barındıran sunucu hizmeti olarak tanımlanabilir.

Domain: .com .net gibi uzantılara sahip olan internet sitesi adınızdır.

Sitenin elektronik ortamdan gelebilecek olan saldırılara karşı güvenlik önlemlerinin sitenizde mevcut olması gerekir.

E-ticaret sürecinde bir diğer önemli husus ise e-ticaret sitenizde yer alacak olan ürün fotoğraflarının hazırlanmasıdır. Ürünlerin fotoğraflanmasında kullanılabilecek sade çekim, paketleme çekimi, yaşam içinden çekim, boyut çekimi, detay çekim, grup ve çeşit fotoğraf çekimleri gibi pek çok stil mevcut olup, tanıtmak istediğimiz ürünlere uygun bir stilde ve ürünlerimizin özelliklerini ön plana çıkaran kalitede fotoğrafların kullanılması, elektronik ortamda ürünlerimizin tanıtımı için çok büyük bir önem taşımaktadır.

Ödemeler için sanal pos mobil ödeme gibi sistemlerin mevcut olması gerekir.

Faturaların elektronik ortamda yaratılıp iletilmesini sağlayan sistemler yer almalı.

b. E-Ticaret Platformuna Üyelik

Satılan mal ve hizmet bedelleri e-ticaret platformu tarafından tahsil edilmekte ve belirli bir komisyon kesintisinin ardından üyeye aktarılmaktadır.

Bu sistemin kullanılmasıyla üye olan firmanın ürünleri çok geniş bir müşteri portföyüne ulaştırılabilmesine ve ileri düzey tanıtım ve reklam uygulamaları ile çok geniş bir hedef kitleye hitap edilebilmektedir.

