

TÜRKİYE’DE E-TİCARET VE ÇEVİRİMİÇİ ALİŞVERİŞ YÖNELİMLERİ

Selam Karakaş*

Özet

Bu bölümde çalışmanızın özetini yazınız.

1 Final Hakkında Önemli Bilgiler

GITHUB REPO BAĞLANTINIZI BU DOSYANIN 37. SATIRINA YAZINIZ!

Proje gönderimi, Github repo linki ile birlikte ekampus sistemine bir zip dosyası yüklenerek yapılacaktır. Sisteme zip dosyası yüklemesiniz ve Github repo linki vermesiniz ara sınav ve final sınavlarına girmemiş sayılırsınız.

Proje klasörünüzü sıkıştırdıktan sonra (OgrenciNumarasi.zip dosyası) 9 Haziran 2023 23:59’a kadar *ekampus.ankara.edu.tr* adresine yüklemeniz gerekmektedir.

Daha fazla bilgi için proje klasöründeki README.md dosyasını okuyunuz.

2 Giriş

E-ticaret günümüzde birçok alanda kullanılmaktadır. İnsanlar evlerinde internet üzerinden gıda ve temel ihtiyaçlar başta olmak üzere sipariş verebilmekte ve ticaret örneği sadece bu olmayıp birçok alana yayılmaktadır. Giyimden teknolojiye akla gelebilecek bütün gereksinimlere internet aracılığı ile sipariş vererek ulaşmak hayatımızın içine yerleşmiştir. İnternette bulunan geniş ürün yelpazesi insanların işlerini birçok alanda zaman tasarrufu sağlayarak halletmelerini kolaylaştırmıştır. E-ticaret alanında hizmet veren işletmelerin sayısı, insanların internet kullanma alışkanlığı ile doğru orantılı olarak her geçen gün artmaktadır. “Türkiye’de hizmet veren konaklama ve yiyecek-içecek sektörü, toptan ve perakende satış yapan sektörleri”, Sakar vd. (2019)’ın çalışmasındaki 12330 gözlemlenilen veri setinin içinden eleme usulü ile sadeleştirme yaparak “çevrimiçi alışveriş yapanların satın alma niyetinin gerçek zamanlı tahmini” ve “e-ticaret sisteminin ne kadar güvenli olduğu” konularını ele alacağız.

*17080217, [Github Repo](#)

Proje ödevinizde yer alan başlıkların bu metinde yer alan başlıkları kesinlikle içermesi gerekmektedir. Burada kullanılan başlıklar haricinde farklı alt başlıklar da kullanabilirsiniz. Projenizi yazarken bu dosyayı taslak olarak kullanıp içeriğini projenize uyarlayınız.

2.1 Çalışmanın Amacı

E-ticaret aracılığıyla mal ve hizmet siparişi alan sektörler ve işletmelerin mal ve hizmet satın alan sektörler ve müşteriler ile arasında ne gibi bir ilişki bulunduğu, ilişki sürecinde aracı rolü üstlenen çevrimiçi sistemlerin güvenlik seviyeleri ve zafiyetleri, ilişkiyi belirli sistem altyapılarıyla kaydedip satın alma sürecinde satın alma amacı, zamanlaması, ödeme yöntemi, tercih sırası, beğenileri ve sıklığı gibi verilerle saptanması ve incelenmesini amaçladığımız bir istatistiksel analiz olacaktır.

2.2 Literatür

Tanımı gereği bakacak olursak; e-ticaret, klasik ticarete göre çeşitli avantajları barındırmaktadır. İnternet üzerinden gerçekleştiği için girişimcilerin riskleri standart bir girişimciye nazaran daha azdır. İş yeri kirası ve işyerinde çalışan işçiye ödeyeceği maaş, sigorta gibi giderlerinden tasarruf etmektedir. İnternet kullanımı teknolojinin gelişmesi ve genç nüfusun yetişmesine bağlı olarak artmakta, bununla birlikte e-ticaret firmalarının kitlelere ulaşmasında kolaylık sağlanmaktadır. Bu durum rekabetçi bir piyasa oluşumunu da beraberinde getirmektedir (Özel, 2013). E-ticaret sektöründe artan girişimciler sebebiyle oluşacak pazarın büyümesi ve arz artışlarından dolayı girişimcilerin birbirleriyle olan rekabeti de artacaktır. Bu süreçte mal ve hizmetlerinin piyasada tutunabilmesi için kendilerini sürekli eğitimlerle yenilemeleri gerekecek, piyasaya kaliteli ürünler sunmak zorunda kalacaklardır. Özetle iyi bir esnaf olma tutumunu bu sanal ortama taşımaları gerekecektir. Müşterileri ile iletişimlerini güçlendirerek işlem maliyetlerini azaltabilirler. Nitekim elektronik girişimciliğin klasik ticarete göre; müşteri ürün tercihi, sadık müşteri tespiti, düşük stok maliyeti veya hiç stoksuz çalışma ve ödemenin peşin alınması gibi tartışılmaz üstünlükleri bulunmaktadır (Özeroğlu, 2018). Günümüzde internet ve bilgisayarların kullanımının artmasıyla gelişen e-ticaret sektörünün birçok avantajı yanında dezavantajları da yok değildir. Bilinçli-bilinçsiz teknoloji kullanımı ile eriştiğimiz internet sitelerinde farkında olmadan güvenlik açığı veriyoruz. Oluşan haberlerle insanların bu dünyaya olan önyargıları da artabiliyor. Örneğin internet ödemelerinde kredi kartı bilgilerinin ele geçirilebileceği endişeleri bizim bu sektöre girişimizi erteletebilir. Bu konuyla ilgili yayınlanan Wen vd. (2008) araştırmasından bir alıntı yapacak olursak; Çinli araştırmacı yazarlar bu konudaki düşüncelerini şöyle dile getirmişlerdir: "E-ticaret anlaşmasının ana sorunu güvenlik problemidir, çoğunlukla sistemin güvenliği ve bilgi güvenliği ile ilgili iki görüş vardır. Sistemdeki güvenlik problemlerinin olan sistem internet ortamında ele geçirilmesi, sistemin zarar görmesi, sistemin virüsler tarafından ele geçirilmesi sistemi kesmekte, servisi geciktirmekte ve sistemi etkili bir şekilde yıkmaktadır. Çoğu zaman bilgisayara gizlice giren kişilere engel olmak zordur; bilgi güvenliği problemleri, gizlice dinlenilme, dosyaların sıkıştırılması, bilgi kaybı, yanlış ve sahte bilgiler en yaygın bilgi hırsızlığıdır." (Gülenç ve Karagöz, 2008). Çevrimiçi alışveriş siteleri, müşterilerine en iyi hizmeti

sunma amacıyla sistemi fiili olarak bir satış danışmanına çevirecek olan -müşteri telefon, e-posta vb.- bilgilerini alıp, müşteriler web sitesinde gezinirken takibini sağlayarak hangi müşteriye ne içerik sunulacağını, kaybedilme potansiyeli yüksek olan müşteriye kaçırmama amaçlı teklif sunmayı, satın alma niyeti olan müşteri sayısını çevrimiçi sitede maksimum sayıda tutmayı ve satış için en iyi teklifleri müşterinin ihtiyacına göre belirlemeyi amaçlayan altyapılar geliştirmişlerdir (Sakar vd., 2019).

3 Veri

Bu bölümde çalışmanızda kullandığınız veri setinin kaynağını, ham veri üzerinde herhangi bir işlem yaptıysanız bu işlemleri ve veri seti ile ilgili özet istatistikleri tartışınız. Bu bölümde tüm değişkenlere ait özet istatistikleri (ortalama, standart sapma, minimum, maksimum, vb. değerleri) içeren bir tablo (Tablo 1) olması zorunludur. Tablolarınıza gerekli göndermeleri bir önceki cümlede gösterildiği gibi yapınız. (perkins:1991?)

Analize ait R kodları bu bölümde başlamalıdır. Bu bölümde veri setini R'a aktaran ve özet istatistikleri üreten kodlar yer almalıdır.

```
library(tidyverse)
library(here)
survey <- read_csv(here("../data/survey.csv"))
```

Rmd dosyasında kod bloklarının bazılarında kod seçeneklerinin düzenlendiğine dikkat edin. `echo =FALSE` seçeneği ile kodların türetilen pdf dosyasında görünmesini engelleyin ve sonuçlarınızı tablo halinde rapor edin.

Tablo 1: Özet İstatistikler

	Ortalama	Std.Sap	Min	Medyan	Mak
credits	5.01	0.60	4.00	5.00	6.50
handedness	0.66	0.41	-0.88	0.73	1.00
handspan	20.60	2.18	14.00	20.50	27.00
height	67.55	4.44	58.00	67.00	78.00

4 Yöntem ve Veri Analizi

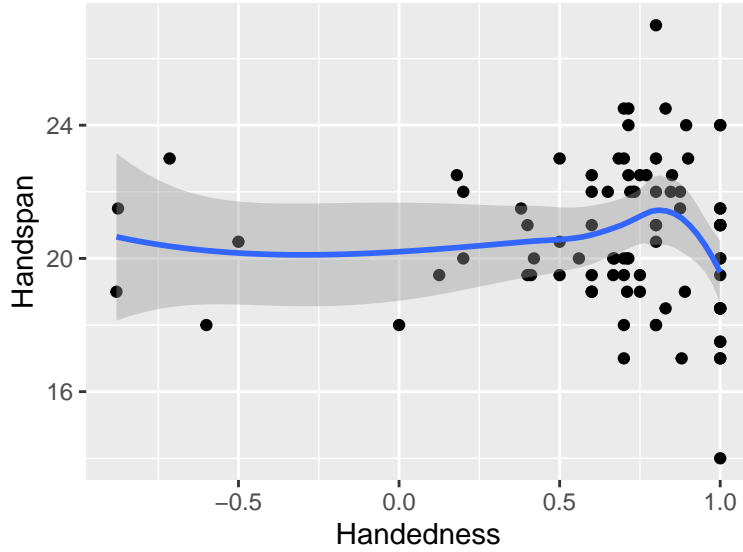
Bu bölümde veri setindeki bilgileri kullanarak çalışmanın amacına ulaşmak için kullanılacak yöntemleri açıklayın. Derste işlenen/işlenecek olan analiz yöntemlerinden (Hipotez testleri ve korelasyon analizi gibi) çalışmanın amacına ve veri setine uygun olanlar bu bölümde kullanılmalıdır. (newbold:2003?; ozsoy:2010?; ozsoy:2014?)

Örneğin, regresyon analizi gerçekleştiriyorsanız tahmin ettiğiniz denklemi bu bölümde tartışınız. Denklemlerinizi ve matematiksel ifadeleri *LaTeX* kullanarak yazınız.

$$Y_t = \beta_0 + \beta_N N_t + \beta_P P_t + \beta_I I_t + \varepsilon_t$$

Bu bölümde analize ilişkin farklı tablolar ve grafiklere yer verilmelidir. Çalışmanıza uygun biçimde histogram, nokta grafiği (Şekil 1 gibi), kutu grafiği, vb. grafikleri bu bölüme ekleyiniz. Şekillerinize de gerekli göndermeleri bir önceki cümlede gösterildiği gibi yapınız.

```
survey %>%  
  ggplot(aes(x = handedness, y = handspan)) +  
  geom_point() +  
  geom_smooth() +  
  scale_x_continuous("Handedness") +  
  scale_y_continuous("Handspan")
```



Şekil 1: Muhteşem Bir Grafik

5 Sonuç

Bu bölümde çalışmanızın sonuçlarını özetleyiniz. Sonuçlarımızın başlangıçta belirlediğiniz araştırma sorusuna ne derece cevap verdiğini ve ileride bu çalışmanın nasıl geliştirilebileceğini tartışınız.

Kaynakça bölümü Rmarkdown tarafından otomatik olarak oluşturulmaktadır. Taslak dosyada Kaynakça kısmında herhangi bir değişikliğe gerek yoktur.

Taslakta bu cümleden sonra yer alan hiçbir şey silinmemelidir.

6 Kaynakça

- Gülenç, İ. F. ve Karagöz, B. (2008). E-lojistik ve Türkiye’de e-lojistik uygulamaları. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (15), 73-91.
- Özel, H. A. (2013). E-ticaret ve Türkiye’nin bilgi toplumundaki yeri. *Akademik Bakış Dergisi*, 38, 1-17.
- Özeroğlu, A. C. (2018). *Girişimcilik faaliyetlerinde e-ticaret uygulamaları: İnovasyon ve dijital girişimcilik*. (Yayımlanmamış mathesis). İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sakar, C. O., Polat, S. O., Katircioglu, M. ve Kastro, Y. (2019). Real-time prediction of online shoppers’ purchasing intention using multilayer perceptron and LSTM recurrent neural networks. *Neural Computing and Applications*, 31, 6893-6908.
- Wen, Y., Zhou, C., Ma, J. ve Liu, K. (2008). Research on e-commerce security issues. *2008 International Seminar on Business and Information Management* içinde (C. 1, ss. 186-189). IEEE.