

GİRİŞ

Globalleşen dünyanın yarattığı rekabet, günümüz işletmeleri için yaşam biçimine dönüşmüştür. Bu rekabet geleneksel rekabetten biraz daha farklı olarak ortaya çıkmaktadır. İnternetin devamlı yaygınlaşması çeşitli piyasalarda yoğun fiyat rekabetini tüketiciler lehinde yaratacağından işletmelere düşük kar marjları ile yatırım yapmaya zorlayacaktır. İşletmelerin yeni ürünler yaratabilmesi ve işletmenin devamlılığının sağlanabilmesi için geniş bir pazar yaratılması zorunlu bir hal almıştır. Bunu zamanında doğru algılayan yöneticilerin geleneksel örgüt yapılarında yapacakları değişimin anahtarı internet olmaktadır. Ekonomik gelişmenin başlangıcında önemli rol edinen internet paylaşılan vizyon oluşturmaya, işbirlikleri kurmaya ve devam ettirmeye, karmaşık piyasa koşullarında öncül davranmaya, pazarda vazgeçilmez olmaya ve girişimciliği desteklemeye de yaramaktadır. Özellikle küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin uluslararası pazarlara açılması ve globalleşmesinde önemli bir araç olan internetin kullanımının önemi daha da artmaktadır.

Gelişmiş ekonomilerde bilgiden ekonomik değer yaratan bireyler, işletmeler, kurumlar ve toplumlar önemli refah artışları sağlamaktadır. Türkiye’de her alanda neredeyse tamamı ülke dışından ithal edilen bilgi teknolojilerinin etkin kullanılması ekonomik kalkınma için zorunludur. Bu ayrıca işletmeler için rakiplerine karşı rekabet gücünü artırıcı etkiyi beraberinde getirecektir.

İnternet kullanan küçük ve orta ölçekli işletmelerin büyük işletmelerle pazarda aynı güçlerle çalışabilmesinin avantajlarını yaşamaları kaçınılmazdır. İnterneti üretimden satışa, pazarlamadan muhasebe işlemlerine kadar yaygın kullanabilen işletmeler optimal kaynak kullanımının yarattığı tasarruftan yeterince yararlanırlar. Bu tasarruf çalışanın zamanını doğru kullanımından pazara erken ulaşmaya, hatta üretim proseslerinden yaratacağı işbirliklerine kadar uzanmaktadır.

Genellikle satış ve pazarlama avantajları ile tercih edilen ve bu uygulama alanları öncelik tanınarak işletmelerin yatırım yaptığı bilgi sistemlerinden yüksek randımanla yararlanmak için internetin gizli getirisi olan bilgi toplumuna uyum da

sağlanacaktır. Türkiye’de günden güne artan ihtiyaç nedeniyle bilişim okur yazarı insanların sayısal artışı iş dünyasında kalifiye eleman tercihini yaratacaktır. İnternetin dünya ile eş-zamanlı yenilikleri tüm işletmelere sunması inovasyonu teşvik edecek olup; bu işletmelerin dünya ile uyumlu bir sistem içinde yaşaması şansı bölgesel krizlere karşı dayanıklılık sağlayacaktır.

İnternetin kullanımının dünyadaki gelişimine rağmen Türkiye’de bölgesel farklılıklar ve kültürel farkların getirdiği sorunlarda küçük ve orta ölçekli işletmelerde daha yoğun yaşanmaktadır. Büyük işletmelerin mali güçleri sayesinde çözüm bulabildikleri yabancı dil bilen ve bilişim okur-yazarı kalifiye eleman ile aile işletmeciliğinin dışına çıkılması ve profesyonel yönetici ile kurumsallaşma sürecinin hızlandırılması ne yazık ki küçük ve orta ölçekli işletmelerimizde hala sorun olmaya devam etmektedir. Bu sorunların çözümünün ısrarla mali kaynaklı olmasından anlaşılacağı gibi KOBİ’lerin sınırlı sermaye ile yola çıkmaları ve yeterince kredi desteği bulamamaları sorunların çözümünün gecikmesine neden olmaktadır. Zaman kaybının sonunda mali kayba dönüşerek işletmelere yansması engellenememektedir.

Türkiye’de dünyada yaşanan yasal sorunların yaşanması ve halen hukuki düzenlemelerin dünyadaki gelişmelerden geride kalması e-ticarette yaşanabilecek anlaşmazlıkların çözümsüzlükleri KOBİ’lerin e-ticarete sıcak bakmamalarına neden olmaktadır. Ayrıca altyapı yetersizlikleri ile yüksek mali sorunlara neden olan internetin getirisinden çok maliyetlerde ki yüksekliği KOBİ’lerimiz için dezavantaj yaratmaktadır.

Yeni tanınan bilgi sistemlerinin en zayıf olduğu konu güvenlik olduğu için internet kullanan işletmelerin en çok sorunla karşılaştığı konudur. Sürekli gelişmeye devam eden bilgi sistemlerine paralel gelişmeye devam eden güvenlik programları KOBİ’lere tanıtılmalı ve kullanmaya özendirilmedir.

Avantaj ve dezavantajlarının bir arada yaşanmasına rağmen iş dünyasına hızla giren internet ve internet bağlantılı teknolojinin tarihçesine genel bakış birinci bölümde incelenmiştir. Tarihçenin incelenmesinden sonra küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin yeni ekonomik değerlerle bağlantıları incelenmiştir.

İkinci bölümde; internet kullanan KOBİ'lerin sağladığı fayda ve karşılaştıkları sorunlar yer almaktadır.

Son bölümde ise Afyon ili Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren KOBİ'lerden bilgisayar ve internet bağlantısı olan işletmelerin yararlanma düzeyleri ve sorunlarını ortaya koyabilmek amacıyla yapılmış anket çalışmasının veri analizi ve değerlendirilmesi yer almaktadır.

Yapılan anket sonuçlarında KOBİ'lerin müşteri ve tedarikçi bazında internet kullanımının düşük olmasının yarattığı olumsuzluklardan söz edilmiştir. Yine karşılaşılan sorunlardan en önemlisi olarak yasal mevzuat yetersizliği ve bilgi hırsızlığı ile ödeme güvensizliklerinden bahsedilmiştir.

KOBİ'lerin internetten en fazla yararlandığı konu rakiplerin ve diğer şirketlerin tanınmasında olduğu ortaya konmuştur. İşletmeler açısından internet halen hazırda e-ticaret açısından bir değere ulaşamamış; ama bilgiye ulaşma ve teknoloji takibi için yardımcı olmaya devam etmektedir.

BİRİNCİ BÖLÜM

İNTERNETİN TARİHÇESİ VE YENİ EKONOMİK DEĞERLER

I. İNTERNET VE İLGİLİ KAVRAMLARIN GENEL TARİHÇESİ

1960'lı yıllarda o zamanki adıyla Sovyetler Birliği'nin ilk yapay dünya uydusu Sputnik'i uzaya fırlatması ve A.B.D.'nin buna bir cevap vermesi gerekliliğiyle ortaya çıkan ve bugünkü internetin temelini oluşturan çalışmalar gerçekleşecektir.¹

İnternet; kısaca dünyadaki tüm bilgisayarların birbirleriyle bakır veya fiber kablolarla bağlanıp devasa bir veritabanı meydana getirmelerinden başka bir şey değildir. Ama bu öyle büyük bir ağ ki, tek bir bilgisayara sığamayacak kadar bilgi içerir. Dünyanın neresinde olursanız olun istediğiniz konuyla ilgili bilgiye anında ulaşırsınız ve dünyadaki fiziksel sınırları ortadan kaldırabilen önemli bir buluştur. Sanayi devriminden sonra dünyayı bu kadar değiştiren bir gelişme olmamıştır.

Sözcük anlamı itibariyle "inter" (arasında, birbiriyle) ve "net" (ağ) kelimelerinin bir arada kullanılmasıyla ağlar arası veya birbiriyle bağlı anlamına gelir. İnternetin gelişim süreciyle birlikte farklı yapıları da incelenmelidir.

A) ARPANET

Gerçek internet tarihi Rusya'nın ilk yapay dünya uydusu Sputnik'i fırlatmasıyla başlar. Bu gelişme üzerine bilim ve teknolojiye geriye düşmek istemeyen Amerikan hükümeti tarafından Savunma Departmanı içerisinde İleri Araştırma Projeleri Ajansı'nı - Advanced Research Projects Agency (ARPA) oluşturulur.²

¹ Adnan ÇELİK ve Tahir AKGEMCİ, *Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 1988, s.171.

² Jennifer S.GONZALES, *The 21st Century Intranet*, Prentice Hall Inc, 1998, s.4

Bir hükümet ajansı olan RAND şirketinden Paul Baran, Amerikan Hava Kuvvetleri tarafından herhangi bir nükleer saldırı durumunda komuta ve kontrol iletişiminin nasıl kesilmeden sürdürülebileceği hakkında bir araştırma yapması için görevlendirildi. Bu bir askeri araştırma şebekesi olmalı ve kesinlikle merkezsiz olmalıydı.³

1960'ların sonunda Amerika Birleşik Devletlerinin birçok üniversitesinde ülke çapında bir bilgisayar ağ yapısı oluşturulup bu bağlantı üzerinden veri alışverişi sağlamak amacı ile birçok çalışma yapılmaktaydı. Bu çalışmaların sürdüğü sırada, asıl amaç üniversitelerin yapmış oldukları kaynak yatırımlarını hiçbir şekilde boşa çıkarmayıp çok genel kapsamlı bir yapı oluşturmaktı. Bu arada Amerikan hükümetinin bir kuruluşu olan ARPA, 1972 yılından itibaren askeri kuruluşlara istekleri doğrultusunda bazı çalışmalar gerçekleştirdi. İşte bu çalışmalar sırasında ARPANET oluşturuldu. 1968 yılında yapılan bir anlaşma ile Bolt, Berenak & Newman (BBN) firması TCP/IP gelişiminde önemli rol oynamıştır.⁴

İş hayatına hızla giren bilgi teknolojilerinin kullanım yöntemlerine göre farklı isimlendirilmesi söz konusudur. Aşağıda bunlar incelenmiştir.

B) İNTRANET

İntranet'e bir şirketin kendi içindeki (varsa şubeleri dahil) interneti denilebilir. O şirkete ait bilgisayarları, yerel ağları (LAN : Local Area Network, WAN : Wide Area Network) birbirine bağlayan ve genellikle TCP / IP tabanlı ağlar olarak da adlandırabiliriz.⁵ İnternette farklı olarak sadece şirket elemanları veya izin verilen kişiler intraneti kullanabilir, yetkili olmayan kişiler buradaki bilgilere ulaşmazlar. Bilginin şirket içinde paylaşılması, istenildiği an erişilmesi açısından büyük faydalar sağlar. Temel oluşturulma amaçları, kuruluş bünyesinde bilgileri ve bilgi işlem

³ Cahit AKIN, *Her Yönüyle İnternet*, 1. Baskı, Alfa Basım Yayım Dağıtım, 1996, s.36

⁴ Mithat UYSAL ve Murat TUNÇ, *Kullanım Tekniği ve İş Dünyasında İnternet*, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ., 1996,s.7-8.

⁵ Mesut ÖNCEL, " Bilgi Teknolojisinin Bir Aracı Olarak İnternet, İntranet ve Ekstranetin İşletme Yönetimi Üzerine Etkileri, Kobi'ler İçin Çözüm Noktaları", (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü), 2001, s.7

kapasitesini paylaşmaktır. İtranet'ler, şirket(ler) içi tele-konferans uygulamalarında ve farklı birimlerdeki kişilerin bir araya gelebildiği iş gruplarının oluşturulmasında da kullanılırlar.

C) EKSTRANET

Extranet, bir şirketi müşterileri, tedarikçileri veya taşeronlarıyla kısaca iş yaptığı kurum veya kişilerle birbirine bağlayan ağıdır. Diğer şirketlerin de kullanımın açık ya da diğer şirketlerle işbirliğine olanak tanıyan bir İtranet olarak kabul edilebilir.⁶ Örneğin bir müşteriniz veya iş yaptığınız herhangi bir kişi , ona verdiğiniz kullanıcı ismi ve şifre ile intranetinize bağlanıp bir sadece onun görebileceği bilgilere ulaşması extranet'tir. Extranetlerde erişimi yapan kişinin nerelere ulaşabileceği tamamen bizim kontrolümüzdedir.

D) İNTERNET

İnternet, birden fazla haberleşme ağının (network), birlikte meydana getirdikleri bir iletişim ortamıdır. Bu iletişim ağları, bilgisayarlar ile oluşturulmaktadır. Başka bir ifadeyle internet, bilgisayarlar arasında kurulmuş bir haberleşme ağıdır. Temel amaç iletişim olduğu için, ağı oluşturan bilgisayarlar arasında “ortak bir dil” kullanılmaktadır. Bireyler bilgisayarlar aracılığıyla birbirleriyle iletişim kurmakta ve bilgi alış verişi de dahil bir çok işlem yapabilmektedirler. Fiili iletişim ise, yüksek kapasiteli telefon hatları üzerinden gerçekleştirilmektedir.⁷

Amerika Birleşik Devletleri Yüksek Mahkemesi bir kararında interneti şöyle tarif etmiştir. “İnternet, birbirleri ile bağı bulunan bilgisayarlardan oluşan uluslararası ağıdır. İnternet, bireylerin dünya çapında haberleşmesi için tamamen yeni ve benzeri olmayan bir ortamdır.”⁸ İnternetin bir sahibi yoktur; onu işleten, idare eden, denetleyen

⁶ Sibel ALGAN, “Bilgi Yolunda Bildik Yeni Bir Durak: Ekstranet”, *BT Haber*, S.111, 31Mart-6 Nisan, 1997, s.54-55

⁷ Önder CANPOLAT, *E-Ticaret ve Türkiyedeki Gelişmeler*, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Hukuk Müşavirliği Yayınları, Ankara, Mart 2001, s.16 - ALEVİ Erol, İnternet, Seçkin Kitabevi, Ankara, 1995, s.15.

⁸ <http://www.superonline.com/hukuk/> ,15.11.2003.

bir merkezi otorite söz konusu değildir. Dünyada internetin durdurulamaz gelişmesinden sonra Türkiye’de gelişimi inceleyeceğiz.

II. TÜRKİYE’DE İNTERNETİN GELİŞİMİ

Türkiye gerçek anlamda 1993 yılında İnternet'e bağlanmıştır. Bu ilk bağlantıdan sonra İnternet'e bağlı bilgisayar ve kullanıcı sayısında çok kısa süre içinde dünyadaki büyüme oranının bile üstünde gerçekleşen önemli artışlar gözlenmiştir.

Dünyadaki bu yeni teknoloji için Türkiye ilk adımı, ODTÜ-TÜBİTAK ortak organizasyonunun çalışmaları ile geç de olsa Aralık 1991'de attı. Bu çalışma, o zamana kadar çalışan Türkiye Üniversite ve Akademik Kurumlar Ağı (TUVAKA)'dan farklı bir yaklaşım ile, kullanıcı sınırlaması getirmeden her kişi ve kurumu internete bağlamayı amaçlıyordu. Yurt dışı bağlantı başvurusu ABD Ulusal Bilim Kurumu (NSF) ve Avrupa Nükleer Araştırma Merkezi (CERN)'e yapıldı. Her iki kurumdan da Mart 1992'de olumlu cevap gelmesine rağmen NSFNET tercih edildi. TÜBİTAK ile NSF'in aynı misyonu taşıyor olması NSF'in tercih edilme nedenlerinin başında gelmektedir. Temmuz 1992'de 64 Kbps'lik hat için PTT'ye başvuru yapıldı, Eylül 1992'de ilk yönlendirici kuruldu ve 12 Nisan 1993 tarihinde de İnternet genel kullanıma açıldı. Bu ilk bağlantının tüm masrafları TÜBİTAK tarafından üstlenildi; teknik çalışmalar ise ODTÜ bilgi işlem personeli tarafından yürütüldü. Daha sonra bu yapıya TR-NET adı verildi.

TR-NET'in amacı; Türkiye'de mümkün olduğunca geniş bir platformda İnternet'in kullanımının sağlanması ve yaygınlaştırılması idi. Fakat TR-NET kurumsal bir kimliğe sahip olmadığından Türkiye'de oluşturulması gereken ağ altyapısı konusunda sadece öneriler yapmak ve politika önermek dışında bir yaptırım gücü bulunmamaktaydı.

İnternete olan ilginin artışı net bir şekilde görülebilmemesine rağmen 1995 yılında kapasite yetersizliği dolayısı ile zaten tavana dayanmış bulunan yurt dışı hat trafiklerine bakarak internete olan ilginin gerçek artışını gözleyebilmek mümkün olamamaktaydı.

İnterneti yayma yönündeki çalışmalarını resmi bir kimliği olmadan sürdürmeye çalışan TR-NET'in omurgası hızla büyüyen Internet talebini karşılayamaz hale gelmişti. Bu kaos ortamında, zaten yoğunluktan dolayı çalışamaz duruma gelen yurt dışı (NSF) bağlantısı nedeniyle, bazı üniversite ve kuruluşlar kendilerine özel yurt dışı çıkışları almaya başlamışlardı. TR-NET'in NSF çıkışını 128 Kbps çıkartması ise sorunu çözmeye ve müthiş potansiyeli karşılamaya yetmemişti.

Bu aşamada ticari kuruluşlara yönelik Internet çalışmaları özel firmalar tarafından sağlanmaya başlanırken, akademik dünyaya yönelik olarak da TUBİTAK-YÖK protokolü ile 1996 yılında ULAKBİM kuruldu. Türkiye'de internetin gelişimiyle başlayan dönemde yeni ekonomik değerlerle KOBİ'lerin ilişkileri incelenecektir.

III. KOBİ'LER VE YENİ EKONOMİK DEĞERLER

İçinde yaşadığımız bilgi çağında doğru, güncel ve zamanında erişilebilen bilgiler karar alma süreçlerinde büyük önem taşımaktadır. Tarım ve sanayi toplumlarında fiziki ve beşeri gücü (sermayeyi) harekete geçiren ve bu gücü daha verimli kullanan insanoğlu, bilgi çağında da bilginin gücünü harekete geçirmek ve bu kaynaktan en verimli bir biçimde yararlanmak zorundadır.

Bilginin gücünü harekete geçirebilmek için bilgi teknolojilerinden yararlanılmaktadır. Bilginin toplanmasında, işlenmesinde, depolanmasında, ağlar aracılığıyla bir yerden bir yere iletilmesinde ve kullanıcıların hizmetine sunulmasında yararlanan ve iletişim ve bilgisayar teknolojilerini de kapsayan bütün teknolojiler bilgi ve iletişim teknolojileri olarak adlandırılmaktadır. Son çeyrek yüzyılda bilgi teknolojileri alanında baş döndürücü gelişmeler yaşanmıştır. Makineleşme sanayi toplumu için ne kadar önemliyse bilgisayar teknolojisi de bilgi toplumu için o kadar önemli hale gelmiştir.⁹

Bilgi teknolojilerine bu kadar büyük harcamalar yapılmasının elbette önemli nedenleri vardır. ABD Eski Başkanı Bill Clinton, ülkesinin ekonomik büyümesinin üçte

⁹ Frank WEBSTER, Ed. Allen KENT, *The Information Society: Conceptions and Critique*, in *Encyclopedia of Library and Information Science*, New York: Marcel Dekker, 1996, Vol. 58, s. 78.

birinin bilgi teknolojilerinden kaynaklandığını vurgulamıştır.¹⁰ Bu oran bilişim teknolojilerine yapılan yatırımlarla bire bir ilişkilidir. Uluslararası rekabette varolabilmek için her türlü doğru ve güncel bilgiyi elde edip işlemek zorunlu hale gelmiştir.

İnternetin gündeme getirdiği en önemli değişimlerden birisi "yeni ekonomi" kavramıdır.

A) YENİ EKONOMİ

1980'lerin ortalarından başlayarak ve özellikle 1990'lı yılların son yarısında hızlanarak gelişen bir takım gelişmeler, karşımıza "yeni ekonomi" diye bir kavram çıkarmıştır. Teknolojileşmeye ve dijitalleşmeye dayalı birçok işletmenin ortaya çıkması ve bunların değer kazanması, dikkatleri yeni ekonomiye çekmiştir. Buna paralel olarak gen teknolojisinde uzun yıllardır yapılan çalışmaların sonuç vermesi ve pazarlanabilir hale gelmesi de etkili olmuştur.

Yeni ekonominin dört önemli bileşeni dijitalleşme-internet, AR-GE faaliyetleri, globalleşme ve insan kaynakları profilinde radikal değişme, kol işçilerinden ofis işçilerine geçiş olarak karşımıza çıkmaktadır.¹¹

Yeni ekonominin omurgasını internet oluşturmaktadır. İnternetin, iş dünyasına getirdiği fırsatlar ise e-ticaret olarak karşımıza çıkmaktadır.

Yeni ekonomi; bünyesinde bilginin ekonomik bir girdi olarak kabul edilmesi ve internet aracılığıyla gerçekleştirilen ağ ekonomisinin yarattığı sinerjiden oluşan bir güçle yayılmaya devam etmektedir.

Yeni ekonomiden beklentilerin başında işlem maliyetlerinin düşürülerek verimlilik artışlarının sağlanması gelmektedir. Goldman Sachs'ın yaptığı bir araştırmaya göre; firmalar arası sanal ticaretin sağladığı tasarruf tüm ekonominin tasarruf

¹⁰ <http://www.whitehouse.gov/WH/SOTU00/sotu-text.html>, (01.02.2000).

¹¹ Nilgün BALCI ve Nejat KÜÇÜKYILDIRIM, "Yeni Ekonomi", *Power Dergisi*, Nisan 2000, s. 56

eğilimlerini ve miktarını etkileyecek boyuttur. Bu araştırmaya göre hammaddelerin ve ara malların internet üzerinden elde edilmesi % 2 ile % 40 arasında bir tasarrufa imkan tanıyabilmektedir.¹²

Yeni ekonomi geleneksel ekonomiyle belli başlıklar bazında karşılaştırılabilir; geleneksel ekonomiyi statik, ulusal, hiyerarşik, rekabeti ve coğrafi kabiliyeti düşük olarak tanımlarken; e-ekonomiyi dinamik bir pazar, küresel, girişimci, rekabet ve coğrafi kabiliyeti yüksek olarak değerlendirilir.

Bugün artık geri dönülemez bir yola giren yeni ekonomik trendler ve yeni pazarlama tekniğinin geleneksel ekonomiden ayrılan en önemli yanı; iş yapılan pazar, şirketlerin organizasyon yapısı ve faaliyet alanları, hareket kabiliyetleri ve rekabet olarak sıralanabilir. Şöyle ki, geleneksel ekonomide pazar statikken yeni ekonomi diğer adıyla e-ekonomi’de ise pazar sürekli dinamiktir, her an değişebilir veya yeni pazarlara girilebilir. Oysa geleneksel ekonomide yeni bir pazara girmek başlangıç olarak çok pahalı ve büyük sermaye gerektirir. Geleneksel ekonomide faaliyet alanı genel olarak ulusal pazar iken e-ekonomide böyle bir ayırım yoktur. Dünyanın herhangi bir ülkesiyle iş yapılabilir. Kısaca yeni ekonomide sınırlar yoktur.

B) GLOBALLEŞME

20. yüzyılın sonlarında dünyada her alanda esen değişim rüzgarları devletleri, şirketleri ve bireyleri hızla etkisine alıp yeni bir dünya düzeninin kurulmasına yol açmıştır. Bilişim teknolojilerindeki hızlı değişim sayesinde ülkeler hatta bireyler birbirleriyle daha yakın ilişkiler kurmaktadır. Artık kapalı toplumların ve kapalı ekonomilerin bu rüzgara karşı gelmesi neredeyse imkansız hale gelmiştir. Kendini global dünyaya açmayan bir ekonomi, değişimin gerisinde kalır ve gelişemez. Bunun bilincine varan ülkeler ulusal ekonomilerini dünyaya açmakta, mal ve sermaye hareketlerini serbest bırakmaktadır. Aynı zamanda uluslararası rekabette öne geçmeye ve rekabet güçlerini artırmak için ekonomik işbirliğine ve birleşmelere ağırlık vermeye başlamışlardır.

¹² Ercan ALPTÜRK, “İnternet ve Yeni Ekonominin Getirdikleri”, *Mükellefin Dergisi*, Lebib Yalkın Yayınları, Haziran 2002, S.114, s.118

Globalleşme, dünyada birçok ekonomik, finansal, politik, ulusal güvenlik, çevresel, sosyal, kültürel ve ulusal eyaletler arası teknolojik bağlantılar, piyasalar ve bireyler yoluyla kıtalararası mesafeleri birbirine bağlayan bir ağ olarak tanımlanmaktadır.¹³

Globalleşme sürecinin bir başka yönü ise, üretim faaliyetlerini bütün bir dünya coğrafyasına yayan ve üretim faaliyetlerini uluslararasılaştıran ulus-aşırı yada çok-uluslu dev firmaların, bu sürecin bir dünya sistemi olarak yerleşmesinde oynadıkları belirleyici roldür. Bilim ve teknolojiye egemen ülke kökenli bu firmalar, günümüz teknolojisinin fiili sahipleridir.¹⁴ Bugünkü şartlarda teknolojiye sahip olmayan veya bunu alamayan ülkelerin ileri ülkelerin gelişmişlik düzeyine erişebilmeleri çok güçtür. Bu sebeple ülkemizde özellikle Bilişim Teknolojileri ve ileri düzey teknolojilere yatırım yapmak şarttır. Bunun devlet eliyle veya yatırım yapacak şirketlere teşvikler vererek yapılması ve geç kalınmaması gerekmektedir. Çünkü zamanında yapılmayan yatırımlar veya alınamayan teknolojiler bir süre sonra önümüzü tıkamaya başlamaktadır.

C) DİJİTALLEŞME

Yeni ekonomide bilgi ve bilginin bütün formatları bilgisayarlarda saklanan, transfer edilen, istendiğinde raporlanabilen ve bilgisayar ağlarıyla bir yerden bir yere anında gönderilen yani dijital bilgidir.

Dijitalleşmeyle beraber ekonominin bütün yapısı değişmektedir. Yeni bir endüstri sektörü doğmaktadır. Sanayi devriminde otomotiv sektörünün değiştirdiği dünyayı şimdi bilgiye dayalı bilgisayar ve bilgisayar ağları değiştirmektedir, hem de çok daha hızlı bir şekilde. Dijitalleşmenin omurgası olan internet bu konuda büyük imkanlar sağlamaktadır. Özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler için fırsatlarla doludur. Geleneksel ekonomide yerel pazarlara sıkışan bu işletmeler internet sayesinde bugün dünyanın herhangi bir yerine mal satabilmektedir.

¹³ <http://www.foreigntrade.gov.tr/ead/DTDERGI/tem2001/ersan.htm> , 25.06.2003.

¹⁴ Mustafa H.ÇOLAKOĞLU, *KOBİ Rehberi*, KOSGEB Yayınları, Nisan 2002, s. 186

Ülkemizde son yıllarda dijitalleşmenin önemi anlaşılmış ve yeni yatırımlar yapılmaya başlanmıştır. E-devlet çalışmaları buna örnektir. Ama yapılan yatırımların yeterli olduğu söylenemez. Türkiye’de sadece büyük şirketlerin, bankaların internet ortamına geçmesi yeterli değildir. Ekonomide büyük bir ağırlığı olan küçük ve orta boy işletmelerin çok süratli bir şekilde internete uyum sağlaması gerekir.

Türkiye’de bilişim sektörünün önünün açılması KOBİ’lerin teknolojiyi kullanmasıyla mümkün olabilir. Uzakdoğu Asya ülkelerindeki KOBİ’ler dijitalleşme sürecini çok hızlı bir şekilde geçtiler ve ihracatlarında bu nedenle büyük patlamalar oldu.¹⁵ Dijital ekonominin bu kadar değişimi sağlamasının nedenini geleneksel ekonomiden farklı yönlerini inceleyerek anlamalıyız.

Dijital ekonominin geleneksel ekonomiden ayrılan yönlerini şöyle sıralayabiliriz.¹⁶

- Bilgi: Yeni ekonomi bir bilgi ekonomisidir. Ürünlerin ve servislerin bilgisel içeriği önemli ölçüde büyürken, tüketici fikirleri, bilgi (information) ve teknoloji ürünlerin bir parçası olmaktadır. Organizasyonlarda, bilgi kârın, gelirin ve değerlerin temeli olacaktır.
- Dijitalleşme: Yeni ekonomi bir dijital ekonomidir. İnsan haberleşmesi, hükümet kararlarının gönderilmesi, işletme faaliyetleri, fon değişimleri vs. birler ve sınırlara dayalı olacaktır. Organizasyonlarda analog haberleşme (raporlar, toplantılar, telefon görüşmeleri, dizaynlar vs.) dijitalle dönüşür.
- Sanallık: Bilgi analog bilgiden dijitalle doğru dönüşürken fiziksel şeyler sanallaşacaktır. Bu, ekonominin metabolizmasını, enstitü tiplerini ve olası ilişkileri dahası ekonomik faaliyetin doğasını değiştirecektir. Sanal şirketler, timler, işler vs. artar. Teknoloji olarak verilerin sanallığı, sanal gerçeklik sistemleri ve sanal geri besleme kullanımında artış olacaktır.

¹⁵ Tayfun TÜRKAİP, Dünya Gazetesi, 19 Ocak 2003, s. 16

¹⁶ Don TAPSCOTT, *The Digital Economy-Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence*, Mc Graw-Hill, New York, 1996.

- Molekülleşme: Büyük ölçek, ekonomik ve sosyal hayatın bütün yönlerinde molekülleşmeye yerini bırakacaktır. Organizasyonlarda, emir-komuta hiyerarşisi kaybolacak, timlere dayalı moleküler yapı yerleşecektir. Yazılım veriyi programlamadan ayıracaktır.

- Entegrasyon/Bilgisayar ağları: Bu ekonomide organizasyon içinde ve organizasyonlar arasında bilgisayar ağları artacaktır. Eskinin katı hiyerarşiye dayalı organizasyonları yerini birbirinden bağımsız ve modüler organizasyonların birleşmesine olanak verecektir. Tek başına çalışan bilgisayarların yerini client/server bilgisayar ağları alır.

- Aracı Kurumların Ortadan Kalkması: Üretici ve tüketici arasındaki kanalda yer alan tüm aracı firmalar kaybolur.

- Birleşme: Eski ekonomide belirleyici sektör otomotiv endüstrisiydi. Yeni ekonomide ise belirleyici, anahtar sektör bilgisayarlaşma, haberleşme ve içerik endüstrisinin birleşmesinden oluşan ürünlerinden oluşan sektördür.

- Yenilikçilik: Yenilikçilik, ekonomik ve işletme faaliyetlerde belirleyici faktördür. Eğer çok iyi bir ürün geliştirdinizse, sizin amacınız o ürünü ortadan kaldıracak, eskitecek yeni bir ürünü ilk olarak yapmanızdır. Eğer siz bu yeni ürünü yapan ilk olmazsanız birisi yapacaktır.

- Mesafelerin Kaybolması: Tüketici ve Üretici arasındaki mesafe belirsizleşir. Bu ekonomide her müşteri ürünler hakkında fikirlerini ve düşüncelerini göndererek bir sonraki ürünün şekillenmesini sağlar.

- Hız: Yeni ekonomide, ticaret elektronik olacak ve işletme faaliyetleri ışık hızında olacaktır. Ürünlerin ömrü kısalcak, bilgiler on-line olacak ve anında güncelleşecektir.

- Küreselleşme: Bilgi temel kaynak olunca, tek bir ekonomiye doğru olan eğilim hızlanır.
- Uyumsuzluk: Bilgi teknolojisine sahip olanlar ile olmayanlar arasındaki fark artacağı gibi mevcut sistemle, bilgi sistemi arasındaki çatışma da artar.

D) TEKNOLOJİK HIZ

Yakın geleceğin toplumları, teknolojiyi üretenler ve teknoloji tüketenler olarak ayrımı ortaya çıkabilecektir. Akla şöyle bir soru gelebilir; teknoloji eskiden de vardı, şimdi neden bu kadar önem kazandı? Bunun cevabını şöyle verebiliriz; teknolojinin insan hayatına girişi son elli yılda hız kazanmıştır. 1950'lere kadar teknoloji yine vardı ve üretiliyordu ama üretilen teknolojinin (icatların) insanlık amacına sunması çok uzun zaman alıyordu. Örneğin Paracelsus eteri 15. yy.da bulmasına karşın anestezide kullanılması 400 yıl sonra mümkün olabilmiştir. Günümüzde ise bulunan icatların günlük kullanıma sunulma süreleri daha kısalmıştır. Televizyon icat edildikten yaklaşık 6 yıl sonra pazara sunulmuştur.

Günümüzün işletmeleri çok hızlı hareket etmek zorundadırlar, aksi halde hiç hareket edemeyecek hale gelirler. Bilişim teknolojisindeki hızlı değişim bütün dünyayı aynı biçimde etkilemektedir. Eskiden satın alınan herhangi bir ürün ihtiyaç olduğu için alınırdı ve kullanma süresi yıllarla ifade edilirdi. Oysa bugün özellikle ülkemiz ihracatının %50'sini karşılayan tekstil sanayinde değişim baş döndürücü bir hızla ilerlemektedir. Her yıl dünyanın bir çok ülkesinde sayısız fuarlar düzenlenerek yeni trendler ve yeni ürünler sergilenmektedir. Bu durum otomotiv, bilişim, mobilya, inşaat kısaca bütün sektörlerde aynıdır.

E) VERİMLİLİK VE KALİTE

Çağdaş dünyanın ekonomik sorunlarını çözümlenecek anahtar kavramlarından biri "verimlilik" tir. Gerçekten de verimlilik, günümüzde kalkınmanın, kalkınmış ülke ya da toplum olmanın en şaşmaz ölçütlerinden biri olarak kabul edilmektedir. Aynı

zamanda verimlilik, kalkınmanın itici gücüdür. Ulusal ekonominin bir sektöründeki verimlilik artışları, başka kesimleri de harekete geçirici bir rol oynayabilmektedir. Artan verimlilik, akılcı ve çağdaş bir yönetim altında kalkınmayı hızlandırmakta, gittikçe daha ileri boyutlara ulaştırmaktadır. Yüksek verimlilik, geçici güçlüklerle sarsılmayan üretme gücü demektir. ¹⁷

Verimlilik sadece üretimi etkileyen girdi ve stok maliyetlerini düşürerek işletmeyi daha karlı bir hale getirmek değildir. Verimlilik artışıyla beraber çalışanların işten tatmin olmaları, refah seviyelerinin artması ve birim parça başına maliyet azaldığı için firmaların rekabet güçlerini de artırmaktadır.

Yeni ekonominin getireceği en büyük faydanın verimlilik artışları olacağı tahmin edilmektedir. Verimlilik artışlarının gerçekleşmesiyle, bilgiye erişim imkanları çoğalacaktır. Ardından piyasalara girişte sınırlamalar ortadan kalkacak, maliyetler azalacak, ürünlerin pazara sunuş süresi azalacaktır. Etkin bilgi yönetimi sayesinde gerçekçi talep tahmini yapılacak, atıl kapasite yetersizliği ve stok fazlası problemleri aşılmaya çalışılacaktır. ¹⁸

Yeni ekonomi burada devreye girmektedir. İletişim ve ulaşım maliyetlerini düşürdüğü için küçük ve orta ölçekli işletmeler daha çok büyük firmaların faaliyet gösterdikleri pazarlara kolaylıkla girebilirler. Bu KOBİ'ler için çok önemli avantajlar getirecektir.

F) BİLGİ TOPLUMU

Bilgi toplumu deyince genellikle “bilgi düzeyi yüksek toplum”, “eğitim öğretime azami düzeyde önem verilen toplum”, “bilgisayar ve bilgisayar teknolojilerinin yoğun olarak kullanıldığı toplum” ve “bilginin temel ekonomik meta olduğu toplum” anlaşılmaktadır.

¹⁷ <http://www.mpm.org.tr/verimlilik.htm>, 26.11.2003

¹⁸ Ercan ALPTÜRK, “İnternet ve Yeni Ekonominin Getirdikleri”, *Mükellefin Dergisi*, Lebib Yalkın Yayınları, Haziran 2002, S.114, s.116.

Bu toplumun temeli bilişim teknolojilerinin sağladığı altyapı üzerine kuruludur. Bu toplumda bireylerin becerilerden çok bilgi ve bilginin doğru kullanımı, analitik düşünceye sahip olmaları gerekmektedir. Sanayi devrimi sonrasında gelişen endüstrinin eleman ihtiyacı daha çok becerikli ustalar, mühendisler üzerine kurulu iken bugün bilgiyi en doğru kullanan ve bundan azami faydayı sağlayan elemanlar gelişmelere yön vermektedir. Bilgi toplumlarında ağır sanayi tesislerinden ziyade hizmet sektörü gelişmektedir. İnsan kaynakları (human resources) kavramı gelişmiş ve bugün ciddi bir istihdam olanağı sağlamaktadır. Sanayileşme otomotiv, kimya, tekstil gibi geleneksel dallardan ileri malzeme bilimi, gen teknolojisi, bilgisayar ve bilgisayar ağları, yazılım ve mobil iletişim araçları üzerine yoğunlaşmış durumadır.

Sanayi toplumu olmanın aşamalarını tamamlamış ülkeler kolay bir şekilde bilgi toplumuna geçmiş ve geçmektedirler. Henüz sanayileşmemiş ülkelerin bilgi toplumuna geçişlerinde ise sıkıntılar yaşanmaktadır. Yeterli bilişim altyapısına sahip olmadıkları gibi, bilgi toplumunun ve hatta sanayi toplumunun personel, kurumsal ve maddi altyapısına yeteri kadar sahip değildirlere.

Bilgi toplumu ve bilgi toplumu modelini karakterize eden temel özellikler şu biçimde özetlenebilir:

- Enformasyon toplumunda, ekonomik yapıdaki ağırlık sanayi üretiminden daha fazla hizmetler sektöründedir. Buna bağlı olarak da enformasyon toplumunda beyaz yakalıların sayısı, mavi yakalıların sayısından daha fazladır. Yani enformasyon toplumunda, hizmetler sektöründe istihdam edilen kişi sayısı, tarım ve sanayi sektöründe istihdam edilen kişi sayısından fazladır.
- Enformasyon toplumunda karar alma mekanizmalarına katılım ve karar süreçlerinde teknik bilgidan daha çok bilişsel bilginin kullanımı ön plana çıkmaktadır.
- Sanayi toplumunda üretim için stratejik kaynaklar sermaye, hammadde, sanayi işçisi ve girişimciyken, enformasyon toplumunda stratejik kaynak,

katma değer sağlayan bilginin kendisini yeniden üretmesine imkan sağlayan bilgidir. Daha açık söylessek, tarım toplumunda toprak, sanayi toplumunda manifaktür üretimin aracı makine, enformasyon toplumunda bilgi ana kaynaktır ve bu ana kaynağa sahiplik güç dengelerini de belirlemektedir.

- Enformasyon toplumunda gözden kaçırmamız gereken önemli bir nokta da, üretilen bilginin erişilebilme olanakları ve bilginin dağıtımıdır. Bu bağlamda enformasyon toplumunun temel karakteristiklerinden birisi de bilgisayar, iletişim teknolojilerindeki eşzamanlı, eşyönelimli patlama ve mikro elektronik devrimdir.

- Enformasyon toplumunda, toplumsal yapıyı ve geleceği domine eden en temel unsurlardan bir tanesi de, teknolojik ilerlemedir. Bununla birlikte, farklı toplumsal yapılardaki teknolojik etkinin belirlenimini ortaya koyan bir diğer boyutta, toplumların bu teknolojileri ithal edici-kullanıcı ve üretici-kullanıcı olmaları arasındaki farktır. Çünkü, herhangi bir teknolojiye sahip olmak ve kullanmak, o teknolojinin üretim bilgisine beraberinde sahip olma anlamına gelmemektedir.¹⁹

¹⁹ S.ÇAĞLAYAN, *Enformasyon Toplumu Yolunda İnternet Kafeler Ve İnternet Kafelerin Yapısı*, s.2, <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/12.doc>, 25.12.2003.

İKİNCİ BÖLÜM

KOBİ TANIMI VE KOBİ'LERDE İNTERNET TEKNOLOJİLERİNİN KULLANILMASI

I. KOBİ TANIMININ GEREKLİLİĞİ

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

KOBİ'ler ile ilgili genel bir tanımlama yapmak aslında sanıldığı kadar da kolay değildir. Ülkelerin ekonomik yapıları değiştikçe, küçük ve orta ölçekli işletmeyi belirleyen ölçütler de değişebilmekte ve ülkelerin ekonomik yapılarıyla bağlantılı olarak, farklı ölçütler kullanılmaktadır. Bu ölçütler arasında işçi sayısı, ciro, sermaye gibi nicel ölçülerin yanında nitel ölçüler de (işletmenin yönetimi, sermaye piyasasına sahip olup olmayışı, üretim, elastikiyet...) yer almaktadır.²⁰

Günümüzde KOBİ denilince akla hemen beceriksizlik, kötü yönetim ve finansal nedenlerden dolayı büyümemiş işletmeler olarak algılanması doğru değildir. Her ne kadar yeteri kadar büyümemişlerse de bugün ekonominin itici gücü oldukları aşikardır. KOBİ'lerle ilgili bir tanımlama yapmak en basit deyimıyla sınıflandırmak birçok açıdan büyük avantajlar getirecektir.²¹ Şöyle ki; herhangi bir sınıflandırma yapılamadığı zaman ekonomik gelişme, istihdam, ve ekonomik büyüklükle ilgili istatistiklerin pek sağlıklı olamayacağı açıktır.

KOBİ'leri tanımlayabilmek için bir çok kriter kullanılmıştır. KOBİ tanımını etkileyen belli başlı faktörler; zaman, ekonomik düzey, sanayileşme düzeyi, kullanılan

²⁰ Muhittin ŞİMŞEK, *Ekonominin Lokomotif KOBİ'lerin Olmazsa Olmazları*, Alfa Yayınları, İstanbul, 2002, s.1

²¹ İlhan ULUDAĞ ve Vildan SERİN, *Türkiye' de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler*, İTO Yayınları, No. 1990/25, İstanbul, 1990

teknoloji, pazarın büyüklüğü, faaliyette bulunulan işkolu, kullanılan üretim tekniği, üretilen malın özellikleri, işgören sayısı ve kuruluş gibi sıralanabilir.²²

II. TÜRKİYE’DE KOBİ TANIMI

KOBİ’ler çeşitli örgütler tarafından farklı şekilde tanımlanmışlardır. Ülkemizde KOBİ tanımları genellikle çalışan sayısına göre yapılmaktadır. Ama bunun yanında bazı kuruluşların bilanço varlık değerleri hakkında ek sınırlandırmaları da mevcuttur. Yine bunun yanında bazı kuruluşlar çok küçük, küçük ve orta ölçekli işletmeleri farklı şekilde tanımlarken diğer bazıları ise KOBİ’ler için ortak tanım vermeyi yeğlemektedirler.²³

KOBİ’lere yönelik çalışan kurumların her biri kendine göre KOBİ’leri belli bir sınıflandırmaya tabi tutmuştur. Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), ülkemiz sanayinde önemli bir yeri olan küçük ve orta ölçekli sanayi işletmelerini desteklemek, rekabet güçlerini geliştirmek ve böylece ulusal ekonomiye katkılarını artırmak amacıyla 12 Nisan 1990 tarihinde 3624 sayılı yasa ile kurulmuş olup KOBİ tanımı aşağıdaki tabloda yer almıştır.²⁴

Ayrıca Devlet İstatistik Enstitüsü (D.İ.E.) ve Devlet Planlama Teşkilatı (D.P.T.)’nin KOBİ tanımları aşağıdaki gibidir.

Tablo 1: D.İ.E., DPT ve KOSGEB’e göre KOBİ Tanımları.

ÖLÇEK	ÇALIŞAN KİŞİ SAYISI	
	DİE ve DPT	KOSGEB
Çok Küçük (Mikro) Ölçekli İşletmeler	1 – 9	-
Küçük Ölçekli İşletmeler	10 – 49	1 - 50
Orta Ölçekli İşletmeler	50 - 99	51 - 150

(Kaynak : DİE,KOBİ tanımları ve <http://www.kosgeb.gov.tr/KOSGEB/kanun.asp>)

²² Canan ÇETİN, *Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi*, Der Yayınları, İstanbul 1996

²³ KAF(Konrad Adenauer Foundation), *Standardization Quality Control and Quality Assurance Systems for SMEs*, KAF, Ankara 2001

²⁴ <http://www.kosgeb.gov.tr/KOSGEB/kanun.asp> 17.09.2003

18 Ocak 2001 tarih ve 2429 sayılı KOBİ Teşvik Kararnamesi'nde yer alan tanımlama ise aşağıdaki gibidir:

İmalat ve tarımsal sanayi sektöründe faaliyette bulunan işletmelerden; kanuni defter kayıtlarında arsa ve bina hariç, makine ve teçhizat, tesis taşıt araç ve gereçleri, döşeme ve demirbaşları toplamının net tutarı 400 milyar TL'yi geçmeyen işletmelerden; "1 ile 9 arası işgören çalıştıranlar mikro ölçekli, 10 ile 49 arası işgören çalıştıranlar küçük ölçekli, 50 ile 250 arası işgören çalıştıranlar ise orta ölçekli işletme sınıfına girmektedir.²⁵

III. KOBİ'LERİN ÖZELLİKLERİ

Küçük ve orta ölçekli işletmeler büyük işletmelerin bir minyatürü değildir. Dolayısıyla farklı özellikleri olan bu işletmeleri büyük işletmelerden ayıran özelliklerin ortaya konması gerekir. Bu özellikler bir çok kriterle tespit edilebilir. KOBİ'lerin ortak özelliklerinin tespit edilmesinde yardımcı olabilecek bu özellikleri nitel ve nicel olarak iki farklı grupta incelemek mümkündür.²⁶

Nicel kriterleri ;işletmenin sermayesi, dönen ve duran varlıkların hacmi, kapasite büyüklüğü, istihdam edilen işçi sayısı, kullandığı girdiği miktarı, üretim miktarı, yaratılan katma değer ve satış hacmi, işletmenin sektördeki pazar payı, kar hacmi, ödenen toplam ücret ve aylıklar, kullanılan toplam enerji miktarı olarak sıralayabiliriz.

Nitel kriterleri ise işletmenin hukuki statüsü; bireysel yada ortaklık, işletme bilimi açısından uygulanan organizasyonun boyutları, iş faaliyetlerinin yöresel, bölgesel, ulusal veya uluslar arası boyutları, yönetim biçimi, finansmanının bireysel veya küçük sermaye gurupları tarafından sağlanması, işveren ile çalışan arasındaki yakın ilişki, işletme sahibinin işletmeyle özdeşleşmesi, tüm riski üstlenmesi, üst yönetimde iş bölümü ve uzmanlaşmaya gidilmesi, bağımsız mülkiyet ve yönetimidir.

²⁵ Tahir AKGEMCİ, *KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler*, KOSGEB Yayınları, 2001, s.7

²⁶ Hasan OLALI, Muammer DOĞAN, Üzeyme DOĞAN, *KOBİ Planı*, İzmir Ticaret Odası, 1993, S.3 - Küçük Sanayi İhtisas Komisyonu Raporu, DPT Basımevi, Ankara 1989, s. 53

A) KOBİ'LERİN AVANTAJLARI

Ulusal ekonomilerin önemli bir bölümüne KOBİ'lerin sahip olması tarihsel bir rastlantı değildir. Bu durum, ne büyük firmalar tarafından oluşturulan yardımsever politikalar, ne de devletin KOBİ'lere yardım programlarının sonucu oluşmuş bir olgu değildir. KOBİ'ler, bir çok durumda büyük firmalardan daha fazla avantajlara sahiptirler. Şimdi ki büyük firmaların bir çoğu, dinamik lider tipleriyle iyi yönetilmesi sonucunda önceden birer KOBİ iken artık büyük bir firma haline gelmişlerdir.²⁷

Küçük bir işletmeye sahip olmak öncelikle büyük işletmelerle rekabet etmede girişimciye müşteri ve işletme personeli ile daha yakın ilişkiler içerisinde girebilmek ve her konuda büyük işletmelere göre daha esnek olabilmektir.

KOBİ girişimcileri, faaliyette buldukları yerel pazarı daha iyi tanıyan, pazarın özelliklerini ve gereksinimlerini daha iyi görebilen, pazardaki alıcı ve satıcılarla daha yakın ilişkiler içerisinde olabilen kişilerdir. Özellikle, müşteriyle olan yakın ilişkileri, bu işletmelere büyük işletmelerin sahip olamayacakları bir üstünlük sağlamaktadır.²⁸

Bu tip işletmelerde çalışanlar, genellikle işletmenin birçok temel işlevlerini yapıp öğrendiklerinden üretimde kesintinin önüne geçerler. Ayrıca çalışanlarla işletme sahibinin yakın ilişkileri sonucunda çalışanlar kendilerini daha rahat hissedebilir ve karşılıklı güven duygusu gelişir. Kararların genellikle ortaklaşa alınıp ortak hareket edilmesi çalışanların motive olmalarını ve işletmeyle özdeşleşmelerine yol açar ki bu işletmelerde kalite ve verimliliğin yükselmesini beraberinde getirmektedir.

Tüm bunların yanı sıra, KOBİ'ler şu tür ortamlarda da bir takım avantajlar elde edebilmektedirler.²⁹ Bu avantajlar büyük miktarda yatırıma girmeden önce yeni bir fikir veya buluşa pazarın tepkisinin bilinmesinin zorunlu olmasında, yönetimde çok yakın denetime ihtiyaç hissedilmesinde, üretilen mal ve hizmetin pazarının sınırlı olmasında, el emeğinin mal ve hizmetin üretilmesinde önemli bir faktör olarak yer almasında,

²⁷ Andrew J.SZONYI, *Small Business Management Fundamentals*, New York, 1991 s. 17

²⁸ AKGEMCİ, s.15.

²⁹ AKGEMCİ, s.15.

üretileen mal veya hizmete olan talebin sınırlı olmasında, kolay bozulabilen malların pazarlanması ya da üretilmesinde, personel ile yakın ilişkilerin gerekli olmasında, teknik gelişmelere kısa sürede ayak uydurabilme yeteneğine sahip olunmasında, yatırım yapılırken daha çok kendi öz sermayelerine ağırlık verilmesinde, desteklenmeleri aynı zamanda ülkedeki işsizliğin azalması anlamına gelmesinde, iş görenlerin kendi bölgeleri veya yaşamak istedikleri bölgelerde kurulmasında, ülke içindeki farklı bölgelerin kalkınmasında ve çevrenin korunmasında ortaya çıkmaktadır. KOBİ'lerin avantajları gibi dezavantajlarını da incelemek gerekir.

B) KOBİ'LERİN DEZAVANTAJLARI

KOBİ'lerin hepsinin aşağıda sayılan bu dezavantajların tümüne birden sahip olduğu söylenemez ama özellikle üzerinde durulması gereken sorunların veya dezavantajların olduğu açıktır.

Rekabet ve teknolojik gelişmelere ayak uyduramama veya yanlış tepki verme, bütün konularda işletme sahibinin/yöneticinin söz sahibi olması, koordinasyon ve iletişimdeki eksiklik ve müteşebbisin girişimcilik ruh ve heyecanını kaybetmesi gibi dezavantajların da göz önünde tutulması gerekmektedir.³⁰

Ayrıca kalifiye eleman istihdam edememenin sonucu olarak birden fazla görevin tek bir kişi tarafından üstlenilmesi de ayrı bir handikap olarak karşımıza çıkmaktadır. Bilişim sistemlerinin özel eğitilmiş ve bilgiyle donatılmış insanlara ihtiyaç duyması açıktır.

Finansman olarak bakıldığında aslında KOBİ'lerin büyük işletmelerden daha sağlıklı olmadığı görülebilir. Ne var ki kendi öz kaynakları teminat vermeye yetmediği için optimal kredi bulamıyorlar, ayrıca yeterli mali büyüklüğe ulaşamadıkları için acil durumlar için fon yaratamıyorlar bu da herhangi bir krizde şirketin batmasıyla veya iyice küçülmesiyle sonuçlanmaktadır.

³⁰ Robert RONSTADT ve Rudolph WINSTON, *Just in Time and Small Business Evaluation, Enterpreurship: Theory & Practice*, Boston University, Vol:14, 1990, s.51.

KOBİ'lerin yönetim ve organizasyon açısından, profesyonel yönetici çalıştıran büyük ölçekli işletmelere karşı bilgi ve kültür eksikliklerinin bulunması normaldir. Sürekli değişen piyasa koşulları ve teknolojiler karşısında gerekli teknik ve mesleki bilgiye firma sahip ve/veya yöneticilerinin yeterli ölçüde sahip bulunmamları yada yetiştirememeleri, doğru karar vermelerini güçleştirmektedir. Firma sahip veya yöneticilerine piyasa verilerinin doğru, hızlı ve zamanında ulaşması çoğu kez mümkün olmamakta hatta bazı KOBİ sahiplerinin bilginin iyi değerlendirildiği takdirde önemli bir girdi olabileceğini kavrayamadığı görülmektedir.³¹

KOBİ'lerin diğer bir zaafı mesleki ve teknik bilgiyi sahip oldukları oranda pazarlama bilgisine sahip olmayan patron sıfatındaki yönetici tarafından yapılan yeni müşteri bulma ve yeni iş bağlantıları yapılması gibi pazarlama faaliyetlerinin yetersiz kalmasıdır.

Bu yapısal sorunun yanında, beklide sermaye yetersizliğinin de bir sonucu olarak çok düşük kar marjlarıyla çalışmak zorunda kalan KOBİ'ler girdi piyasasında özellikle aynı işi yapan işletmelerle işbirliği yapmamalarının bir sonucu olarak yeterli pazarlık gücüne sahip olamamaları, büyük işletmelere oranla daha düşük kar marjıyla çalışmalarına neden olmakta bu nedenle de büyüyememektedirler.³²

KOBİ'lerin gerek kuruluş gerekse faaliyetleri sırasında önlerine çıkan bürokratik engeller önemli sorunlardan biridir. Sorunların çözümü uzadıkça zaman kaybına yol açmakta ve bu da önemli ölçüde para kaybına yol açmaktadır.

KOBİ'lerin problemlerinden biriside işyeri sorunudur. Genellikle birçoğu yerleşim birimlerinde mahalle aralarında ve özellikle konut alanlarında dağınık bir şekilde, sağlıksız hatta yetersiz işyerlerinde faaliyetlerde bulunmaktadırlar. Sınırlı büyüklük, makine ve personel ilavesini sınırlamakta ve bu da işletmenin büyümesine

³¹ Atilla BAĞRIÇIK, 'Başka Ülkelerle Karşılaştırmalı Olarak Küçük ve Orta Büyüklükteki Firmalar ' Uluslararası Sempozyumu 17 Mayıs, İstanbul Sanayi Odası Araştırma Dairesi ,Yayın No:1191/5, İstanbul, s.142.

³² BAĞRIÇIK, s.142

engel teşkil etmektedir. Bu karmaşanın önüne geçmek için son yıllarda şehir dışında aynı işkolundaki imalathanelerin bulunacağı işyerleri yapılmaktaysa da yasaların yetersiz olması nedeniyle bir süre sonra o civarda konut amaçlı yapıların yapıldığını görmekteyiz.

KOBİ'lerin dezavantajları genel olarak olumsuz rekabet, genel yönetim yetersizliği, stratejik kararların işletme sahip veya ortaklarınca alınması, işletme bünyesinde mali danışman veya uzman istihdam edememe, uzman bir finansman ekibi veya departmanından yoksunluk, sermaye yetersizliği, finansal planlama yetersizliği, sermaye piyasasından yeterince yararlanamama, banka ve diğer finansal kurumlardan yeterli desteği görememe, ürün geliştirme eksikliği, üretim ve satış arasındaki koordinasyon yetersizliği, modern pazarlama etkinlikleri sergileyememe, işletmelerin küçük veya orta ölçekli olması sonucu ihale vb. etkinlikleri izleyememek, işyerinin veya yerleşim alanının küçüklüğü, bağımsızlığını kaybetme ve batma riski, kalifiye eleman sağlayamamak, mevzuat ve bürokrasi gibi sıralanabilir.³³

IV. TÜRKİYE'DE KOBİ'LERİN SORUNLARI

KOBİ'ler bir çok yönden ekonominin itici gücü ve ekonomiye büyük katkılar sağlamalarına rağmen dünyadan farklı olarak Türkiye'de kültürel farklılığın getirdiği sorunları da yaşayan KOBİ' lerimizin sorunlarını sınıflayarak incelediğimizde aşağıdaki sonuçlar ortaya çıkmıştır.

KOBİ'lerin fonksiyonel olarak girişimcilik, yöneticilik ve mülkiyetin işletme sahibinde toplanması, fizibilite çalışmalarına gereken önemin verilmemesi ve yetersiz fizibilite çalışmaları yapılması, ortak girişimlerde çekingen davranılması, işletmeler arasında işbirliği kurmada çekimser davranılması, kuruluş yeri seçimi ile ilgili sorunlar gibi sıralamak mümkündür.³⁴

KOBİ'lerin yönetim faaliyetlerine ilişkin sorunlarını ise yönetim ve yönetici sorunu, nitelikli ve kalifiye eleman(personel) eksikliği, işletme sahiplerinin teknik

³³ AKGEMCİ, s. 16.

³⁴ Zeyyat SABUNCUOĞLU ve Tuncer TOKOL, *İşletme*, Ezgi Kitabevi, Bursa 2001, s.63.

kökenli olması, örgütteki ve örgütlenmedeki sorunlar, eğitim ve formasyon eksikliği, idari, teknik, danışmanlık ve rehberlik hizmetlerinden yoksunluk şekilde sıralamak mümkündür.³⁵

KOBİ'lerin üretim faaliyetlerine ilişkin sorunlarını teknolojik gerilik ve teknolojik eksiklik, üretim kapasitesinin düşük olması, pazar araştırmasına gereken önemin verilmemesi ve pazar araştırması yapılmaması, AR-GE faaliyetlerine gereken önemin verilmemesi ve AR-GE faaliyetlerinin eksikliği, hammadde, işletme malzemesi ve yardımcı malzemelerin tedarikinde yaşanan sorunlar, uluslararası kalite standartlarına uygun mal ve hizmet üretilmemesi, stoklama sorunları şekilde sıralamak mümkündür.³⁶

KOBİ'lerin pazarlama faaliyetlerine ilişkin sorunlarını pazar, çevre analizi ve erken uyarı sistemlerinden yoksunluk, üretilen malların dağıtımında yaşanan sorunlar, pazarlar konusundaki bilgi eksiklikleri, dış pazarlarda söz konusu olan yoğun rekabet, dış pazarlama giderlerinin yüksekliği, pazarlama faaliyetlerinde istenilen standartlara uyulamaması, yeni pazarlara açılmada yaşanan zorluklar şekilde sıralamak mümkündür.³⁷

KOBİ'lerin finansal sorunlarını yetersiz işletme sermayesi ile faaliyetlerini sürdürmek, yabancı kaynak sağlamadaki güçlükler ve kaynak tedarikinde yüksek maliyet, kredibilite düzeyinin düşük olması, yatırımlarda yaşanan zamanlama problemleri, işletme sahiplerinin finansal yönetim açısından bilgisiz olması ve profesyonel finans yöneticisi çalıştırılmaması, sağlanan teşviklerden yeterince faydalanılamaması şekilde sıralamak mümkündür.³⁸ Tüm bu sorunların eninde sonunda mali sıkıntılar yaratması ve üretim için ayrılan fonların önemsenmesi sonucu bilişim teknolojisine yatırımın düşmesi söz konusudur.

³⁵ AKGEMCİ, s.26-27

³⁶ AKGEMCİ, s. 28-29.

³⁷ Hüseyin ÖZGEN ve S.DOĞAN , “Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Uluslararası Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Temel Yönetim Sorunları”, *Dış Ticaret Dergisi*, Sayı 9. Nisan-1998 s.85-87

³⁸ H.MEMİŞ ve E. SEVER, “Avrupa Birliği” ne Uyum Sürecinde KOBİ'lerin Değerlendirilmesi”, *Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi*, S.38, Ocak-2001, s.71-72.

V. KOBİ'LERİN EKONOMİK VE SOSYAL ÖNEMİ

Ekonomik kalkınma ve büyüme döneminin başlangıç safhasında düşünülenin aksine, küçük işletmeler ortadan tamamı ile kalkmamış ve hatta daha da önemli hale gelmiş bulunmaktadır.³⁹

Ülkemiz açısından genel bir değerlendirme yapılacak olursa işyeri sayısı, çalışanlar sayısı ve katma değer olmak üzere üç önemli göstergeye bakıldığında küçük ve orta ölçekli işletmelerin ülkemizin gerek sosyal gerekse ekonomik dokusunda önemli bir yer işgal ettiği görülmektedir.⁴⁰

- Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmeleri imalat sanayinde faaliyet gösteren işletmelerin % 99.5'ini oluşturmaktadır.
- İmalat sanayindeki istihdamın % 61.1'i Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinde yer almaktadır.
- Yaratılan katma değerde ise Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinin payı ise % 27.3'dür.

Gelişmiş bazı ülke ekonomilerine baktığımızda KOBİ'lerin ekonomideki ağırlıkları çok küçük farklarla ülkemizdekiyle benzerlikler göstermektedir. Tablo 2'de "Türkiye'de İmalat Sanayinde İşletmelerin Ölçeksel Dağılımı", Tablo 3' te ise "Seçilmiş Bazı Ülke Ekonomilerinde KOBİ'lerin Önemi" ele alınmıştır.⁴¹

³⁹ Ömer DİNÇER, *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, 5.Baskı, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ., İstanbul 1998, s. 413.

⁴⁰ http://www.egiad.org.tr/ekonomi/k002_kobilerin_yerive_onemi.asp?ekonomi=1

⁴¹ Mehmet KÜÇÜKÇİRKİN, *Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Finansman Sorunlarının Çözümünde Alternatif Finansman Yöntemleri*, 2001, Türkiye İktisat Kongresi'nde sunulmak üzere hazırlanmış tebliğ, 5-8 Haziran 2001.

Tablo 2 : Türkiye’de İmalat Sanayinde İşletmelerin Ölçeksel Dağılımı

Sanayi Ölçeği	İşletme Sayısı	İşletme Payı (%)	Çalışan Sayısı	Çalışan Payı (%)	Katma Değer (Trilyon TL)	Katma Değer Payı (%)
Küçük Ölçekli Sanayi (1-49)	194.546	98,4	721.469	47,1	37,9	14,1
Orta Ölçekli Sanayi (50-199)	2.247	1,1	213.676	14,0	35,6	13,2
KOS (1-199)	196.793	99,5	935.145	61,1	73,5	27,3
Büyük Sanayi (200+)	982	0,5	595.601	38,9	194,9	72,7
Toplam İmalat Sanayi	197.775	100,00	1.530.746	100,00	268,4	100,00

(Kaynak : DİE1992 yılı genel sanayi ve işyerleri sayımı.)

Tablo 3 : Seçilmiş Bazı Ülke Ekonomilerinde KOBİ’lerin Önemi

DEVLET	Tüm İşletmeler İçindeki Yeri (%)	Toplam İstihdam İçindeki Yeri (%)	Toplam Yatırım İçindeki Yeri (%)	Katma Değer İçindeki Yeri (%)	Toplam İhracat İçindeki Payı (%)	Toplam Kredilerden Aldığı Pay (%)
A.B.D.	97,2	50,4	38	36,2	32	42,7
Almanya	99,8	64	44	49	31,1	35
Hindistan	98,6	63,2	27,8	50	40	15,3
Japonya	99,4	81,4	40	52	38	50
İngiltere	96	36	29,5	25,1	22,2	27,2
G.Kore	97,8	61,9	35,7	34,5	20,2	46,8
Fransa	99,9	49,4	45	54	23	48
İtalya	97	56	36,9	53	-	-
Türkiye	98,8	45,6	6,5	37,7	8	3,0-4,0

(Kaynak : DİE 1992 yılı genel sanayi ve işyerleri sayımı.)

Tablo 3 teki verilere iyice baktığımızda karşımıza çıkan bir çok açıdan iç aydınlatıcıdır. Şöyle ki KOBİ’lerin yarattığı katma değer yaklaşık olarak tüm katma değerlerin ¼ ü kadar da olsa işletme sayıları ve istihdam edilen personel bakımından çok büyük öneme sahiptirler. Türkiye ekonomisi içerisinde de KOBİ’ler önemli bir ağırlığa sahip bulunmaktadırlar. Bu yönleriyle ülkedeki işsizliğin giderilmesine çok büyük katkıları olduğu gibi işçi ihtiyaçlarını genelde kendi yörelerinden seçtikleri için büyük metropollere göçün yavaşlamasına da yardımcı olmaktadırlar.

Ancak KOBİ'lerin toplam kredilerden aldıkları paylar ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Örneğin A.B.D.'de KOBİ'ler toplam kredilerden %42.7 oranında pay alırken, Almanya'da bu oran %35.0 iken Türkiye'de sadece %3.0-4.0' dır. Diğer ülkelere göre bu oran çok düşük kalmaktadır. Bu durum aynı zamanda Türkiye'deki KOBİ'lerin finansal sorunlarının da kaynağını oluşturmaktadır.

Ülkemizde, ve dünya ekonomilerinde KOBİ'ler yaşanan önemli krizlerden fazlaca etkilenmemiş ve hatta bu krizlerin atlattılmasında önemli roller üstlenmişlerdir. KOBİ'ler sadece geri kalmış ülkelerde yaygın değildir. Gelişmekte olan ülkelerle, sanayisini tamamlamış gelişmiş ülkelerdeki KOBİ'ler, sayı, istihdam ve katma değer olarak karşılaştırılırsa, gelişmiş ekonomilerde de KOBİ'lerin önemli bir yeri olduğu görülür.⁴²

KOBİ'lerin, sadece ekonomik hayatta değil, sosyal hayatta da önemli rolleri vardır. KOBİ'ler, ülkede geniş bir alana yayıldıkları için bölgesel gelişmişlik farklarını gidermede, mülkiyeti geniş bir alana yaymada, istihdam yaratmada ve sürdürmede, demokratik hayatı canlı tutmada önemli bir güçtür. KOBİ girişimcilerinin mülkiyet tutkuları, başarılı olma arzuları, cesaretli adımları ve yatırım yapma istekleri siyasi istikrarın temelinde yatmaktadır.

Tüketici istek ve ihtiyaçlarına ve yeniliklere çok hızlı cevap verebilmeleri onların sosyal ve ekonomik hayatta istikrar unsuru olmalarının göstergesidir.

Ekonomik ve sosyal açıdan bakıldığında KOBİ'lerin yukarıda verilen iki tablodan kolayca okunabilecek faydaları vardır. Bu faydalardan ilki KOBİ'ler demokratik iş hayatının vazgeçilmez elemanlarıdır. Gerçekten, tekelciliğe uygun bir ortam oluşturan büyük işletmeler ekonomisi karşısında küçük işletmeler, tüketiciye daha iyi hizmet edebilen demokratik bir ortam oluşturabilirler.⁴³ Bundan dolayı KOBİ'ler ekonomide rekabetin yerleşmesi ve sürdürülebilir olması için vazgeçilmez birimlerdir. İkinci fayda ise bu kuruluşlar yeni fikir ve buluşların önyakçısı olup

⁴² AKGEMCİ, s.18.

⁴³ Kemal TOSUN, *Yönetim ve İşletme Politikası*, İstanbul Üniv. İşletme Fak. Yayınları, İstanbul 1990, s.500.

endüstride gereken esnekliği sağlarlar. Üçüncü fayda kişisel inisiyatiflerin önemli rol oynamalarının yanında, istihdam ve eğitimde oynadıkları rol çok büyüktür. Bu işletmeler aynı zamanda birçok kalifiye elemanın teknik eğitimlerini aldıkları ilk kuruluşlardır.⁴⁴ Dördüncü fayda sanayileşme ve üretimin yurdun bütün bölgelerine yayılmasında en etkili araç olmalarıdır. Beşinci fayda ise küçük birikimler ve ailevi tasarrufların doğrudan yatırıma dönüştürülmesini sağlarlar. Altıncı fayda olarak genellikle bu tür işletmelerin birçoğu uzun dönemde büyük şirketlerin ihtiyacı olan ara mamul imalatçısıdır. Bu da sanayide sürekli bir zincirin olmasını ve devamlılığını sağlar diyebiliriz. Yedinci fayda ise Türkiye gibi işsizliğin yüksek olduğu ülkeler için vazgeçilmezlerdir. Çünkü bu tür işletmelerde bir kişi istihdam etmek için gereken yatırım miktarı büyük işletmelere oranla çok daha düşüktür. Son fayda olarak ise bu işletmeler yatırımlarını yabancı kaynak veya kredilerden ziyade kendi öz kaynaklarıyla yapmaktadırlar. Bu da işletmeden edilen karların tüketimden ziyade yatırıma dönüşmesini sağlamaktadır.

Bütün bunlarda gösteriyor ki KOBİ'ler sanayileşmiş ülkelerde olduğu kadar ülkemizde de sosyal ve ekonomik hayatının vazgeçilmezleridir. Bu kadar sosyal hayatla iç içe olan bir olgunun internet ve teknolojilerinden ayrı değerlendirilmesi söz konusu olamaz.

VI. KOBİ'LER VE İNTERNET

20. Yüzyılın son çeyreğinde teknolojiye meydana gelen çok hızlı değişimler sanayi ve endüstri işletmelerinin üretim sistemlerini yeniden yapılanmaya zorlamıştır. 21. Yüzyılda ileri yoğun teknolojilere sahip ülkeler dünya pazarlarına hakim duruma gelmişlerdir. İşletmenin her kademesinde bilişim teknolojilerin faydalanılmakta bu sayede daha kaliteli üretim ve ciddi tasarruflar sağlanmaktadır. Ülkemizde henüz başlangıç seviyesinde olan, işletmelerde bilişim teknolojileri kullanımını daha üst seviyelere çıkarmak gerekmektedir. Böylece artan rekabet ortamında ve dünya ticaretinde gümrüklerin kaldırılıp ulusal pazarın yabancı firmalara açılmadan önce KOBİ'lerin rekabet şartlarının iyileştirilmesi sağlanmalıdır.

⁴⁴ OLALI, DOĞAN, DOĞAN, s.33.

Bu amaçla Nisan 1998 tarihinde Avrupa Bilgi Merkezi tarafından kurulan KOBİ-NET bilgi ağı projesi çok büyük önem taşımaktadır. KOBİ-NET projesi:⁴⁵

- İşletmelerimizin rekabet güçlerini artırmak için ihtiyaç duydukları güncel bilgilere erişebilecekleri ve dünya ile elektronik iletişim kurabilecekleri bir e-ticaret kapısıdır.
- Her ölçekteki (küçük, orta, büyük) ve her sektördeki (imalat, hizmet) işletmelerimizi elektronik ortamda buluşturan bir e-ticaret Merkezidir.
- Avrupa Birliği KOBİ Bilgi Ağının Türkiye'deki uzantısıdır.

İşletmeler arasında bir bilgi ağı oluşturup işletmeler arasındaki işbirliğini güçlendirmek, üye işletmelere her türlü teknik destek sağlamak, firmaların yurtdışı pazarlara girmelerine yardımcı olmak amacıyla kurulan KOBİ-NET projesi bugün hızla büyümektedir. Kuruluş tarihi olan Nisan 1998'den temmuz 2000'e kadar ki genel istatistikler şöyledir:⁴⁶ 8.500 KOBİ-NET üyesi işletmeye e-posta adresi verilmiş ve 6 dilde (Türkçe, İngilizce, Almanca, Fransızca, İtalyanca, İspanyolca) standart web sayfası hazırlanmıştır, internet bağlantısı bulunan 3.000 KOBİ-NET üyesi işletmenin e-posta adreslerine mesaj yönlendirmesi yapılmakta, 5.500 adedi ise yalnızca KOBİ-NET e-posta adreslerini kullanmaktadır, ayda 100 yeni firma KOBİ-NET'e üyelik başvurusunda bulunmaktadır, KOBİ-NET üyelerinin web sayfalarını inceleyenlerin %25'i yurtdışından gelmektedir, 4 Milyon adet e-posta alıcısına ulaştırılmıştır, KOBİ-NET Web sitesinin ziyaretçi sayısı 100.000 adedi aşmıştır. Ortalama ziyaretçi sayısı 5.000 adet/ay seviyesindedir.

Ama bunların yeterli olduğu söylenemez. Ülkemiz istihdamının %53.4'ü gibi büyük bir rakamını barındıran KOBİ'lerin dünya piyasalarından daha fazla yararlanabilmeleri için süratle e-ticarete geçmeleri gerekmektedir.

⁴⁵ <http://www.iso.org.tr/html/KOBINet.doc>, 20.01.2004

⁴⁶ <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/bb1.html>, 14.10.2003

İlk etapta KOBİ internet altyapısını tamamlamalıdır. Bir e-mail adresi edinilmeli, bundan sonra ürün kataloglarının nasıl gösterileceği, nasıl diğer firmaların satın alma süreçlerinin içine dahil edileceği sorusu yanıtlanmalıdır. Şu an internet ortamında ürünlerin tanıtımını yapmak için, KOBİ'lerin üye olabileceği sektörel siteler mevcut durumdadır. En son olarak, KOBİ'ler müşterilerini tanımak ve karlı müşterilerine daha öncelikli yaklaşmak için Müşteri İlişkileri Yönetimi yapabileceklerdir. Anahtar teslim e-iş, mobil iş çözümleri geliştiren ve bu konularda danışmanlık hizmeti veren teknoloji şirketi VeriPark' a göre KOBİ'lerin her türlü ihtiyacını karşılayabilecek bir sistemin 20-30 bin dolar gibi bir maliyeti vardır.⁴⁷

Bu rakam birçok KOBİ için çok büyük bir miktardır. İşte burada devletin devreye girmesi ve KOBİ'lere teknolojik altyapılarını tamamlamaları için düşük faizli ve uzun vadeli kredi imkanları, danışmanlık hizmetleri sunması gerekiyor.

Türkiye'deki KOBİ'ler üzerinde yapılan bir araştırmada; 538 KOBİ işletmesinin %72'sinin internet bağlantısının bulunduğu, bunlardan %27'si 2000 yılında %29'u 1999 yılında bağlandığı saptanmıştır. 538 KOBİ şirketinin %16'sı ise internete yeni bağlantı sağlayacaklarını beyan etmiştir.⁴⁸

KOBİ'lerin ağırlıkta olduğu İstanbul, İzmir, Bursa, ve Adana'daki 728 şirket üzerinde yapılan araştırmada 2000 yılında %72 olan internet kullanım oranının %80'e çıktığı görülmüştür. Araştırmaya göre kişisel bilgisayar (PC = Personel Computer) penetrasyonu 2000 yılına oranla %3 artışla 855.000 adete, Web sitesi olan şirketlerin oranı %40'dan %53'e ve e-ticaret yapan şirket sayısı %2'den %7'ye çıkmıştır.⁴⁹

VII. KOBİ'LERİN İNTERNET KULLANIM NEDENLERİ

1990 yıllardan itibaren kullanılmaya başlanan ve her yeni buluş gibi önceleri önemi yeterince kavranamayan internet bugün neredeyse baş döndürücü bir hızla

⁴⁷ <http://www.aksam.com.tr/arsiv/aksam/2002/12/30/ekonomi/ekonomi8.html>, 15.06.2003

⁴⁸ http://wwwcozum2000.net/Teknoloji_Kullanimi/, 31.10.2002.

⁴⁹ <http://turk.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=6433>, 15.02.2003.

yoluna devam etmektedir. İnternet kullanıcı sayısı her gün katlanarak artmakta ve internet tabanlı teknolojilere çok büyük yatırımlar yapılmaktadır.

İnternetteki ticari faaliyetleri telefon veya faksla yapılan ticaretin bir uzantısı olarak görmek mümkündür. Ama işleyiş kuralları bakımından bütün bu faaliyetlere elektronik ticaret demek yanlış sayılmaz. İşlemlerini internet ya da hiç kimsenin malı olmayan web tabanlı sistemlere kaydıran ticari faaliyetlere e-ticaret adı verilmektedir.⁵⁰

Önümüzdeki 20 yıl içinde bilgi teknolojisine bağlılığını arttıran şirketler varlıklarını sürdürebileceklerdir. Bugüne kadar ucuz işgücü, enflasyonist politikalar, teşvikler gibi faktörlerin de yardımıyla ihracat yapmak mümkün olmuştur. Ancak bunlar uzun vadeli etkenler değildirler. Maliyetleri düşürmek için EİT'yi (Enformasyon ve İletişim Teknolojileri) verimli kullanmak artık bir zorunluluk haline gelmektedir.⁵¹

İşletmelerin interneti kullanma nedenleri genel olarak şöyledir ; iletişim maliyetlerinin azaltılması, iletişim ve koordinasyonun artırılması, bilgi paylaşımının artması, pazarlama işlemlerini kolaylaştırması ve verimliliğin artırılmasıdır.

Günümüzde enformasyon teknolojileri içinde önemli bir yere sahip olan internet sayesinde küçük ve orta ölçekli işletmeler global pazarlara girebilmektedirler. Bugün yeterli düzeyde olmasa bile yakın gelecekte KOBİ'lerin ithalat ve ihracattan alacağı payın çok daha büyüyeceği açıktır.

VIII. İNTERNETİN KOBİ'LER İÇİN FIRSATLARI

Enformasyon ve İletişim Teknolojileri (EİT) kullanımının sanayiye sağlayabileceği yararlar arasında; küreselleşme yapısı içinde uluslararası iş fırsatlarının ve işbirliği olanaklarının değerlendirilmesi, uluslararası pazarlama olanaklarının incelenmesi, kalite yönetim sistemleri ve toplam kalite yönetiminin uygulanabilmesi açısından insan kaynağının geliştirilmesi, know-how transferi ve tersine mühendislik

⁵⁰ Sacit ERTAŞ, *Elektronik Ticaret: Tanımı, Gelişimi, Avantajları, Güvenliği*, Alfa Yayınları, 2000, s.1

⁵¹ <http://www.tesid.org.tr/Pdf/tuenafinalreport.pdf>, 28.01.2003, s.17.

uygulamaları sayılmıştır. EİT'nin sağlayacağı faydalar göz önüne alındığında, kullanımda genel öncelik sırası, görüşülen kişiye göre farklılıklar göstermek kaydıyla, önce firmaların kendi bünyesindeki şirketlerle iç iletişimini, sonra mal veya hizmet sağlayan tedarikçilerle iletişimini ve sonra da kamuyla iletişimini sağlamak şeklinde olmuştur.⁵²

Sanayimize ve hizmet üreten bütün sektörlerimize faydaları pazar talebindeki değişikliklere hızla ayak uydurabilmek, yaratılan teknolojik yeniliklerden hemen yararlanabilmek ve kendi yarattığı teknolojik yenilikleri hızla pazara sunabilmek, üretim sürecinde hızlı planlama yapabilmek, yeni üretim/hizmet ve yönetim modellerini (tam zamanında üretim, uzaktan yönetim ve benzeri) bir bütün halinde uygulayabilmek, ekonomik faaliyetlerini yalnızca iç pazarla sınırlamayıp bütün bir dünya coğrafyasına yayabilmek, haberleşme ücretlerini azaltmak, işlem maliyetlerini azaltmak, takip ve kontrol maliyetini azaltmak, interaktiflik kazandırmak ve bilginin yayılarak dağıtımı olarak sıralayabiliriz.⁵³

İnternet sayesinde bir işletmedeki tüm birimler arasında haberleşme sağlanabilmekte, bilgi alışverişi çok daha hızlı ve ucuz gerçekleştirilmektedir. Bilginin hızlı bir şekilde tüm işletme içinde dolaşması yönetim kademesindeki koordinasyonu artırır ve yöneticilerin daha iyi kararlar almasının sağlamaktadır.

Bilgi teknolojisi ile, karışık bir hal almış organizasyon süreçleri, yapıları ve kontrol edilebilir bir duruma gelebilmiştir. Otomasyon sayesinde insan gücüne dayalı kısıtlamalar aşılmaya çalışılmış ve bilgi teknolojisi kullanımıyla gelen modelleme sayesinde, problem çözme kapasitesi artmış ve organizasyonlar birer öğrenen örgüt haline dönüşmüştür. Bu değişimler geleneksel yapıdan çağdaş bir organizasyon yapısına geçiş durumundadır.⁵⁴

Bugün eskinin geleneksel organizasyonu, iş süreçlerinde önemli değişiklik

⁵² <http://www.tesid.org.tr/Pdf/tuenafinalreport.pdf>, 28.01.2003, s.16.

⁵³ Ömer CANPOLAT, *E-ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler*, s.40, <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/011.html>, 21.01.2003.

⁵⁴ Vladimir ZWASS, *Foundation of Information Systems*, McGraw-Hill, New York, 1998, s.27

yapabilmede bilgi ve bilgi teknolojisinin kullanıldığı, bilgiye dayanan bir organizasyona dönüşmüştür. Eskinin organizasyonları bir çok bölümden oluşan yapılanmış bir halde ve her bölümün kendine ait bir bilgi üretim ve kullanım şekline sahip durumdaydı. Bugünün organizasyonları daha esnek ve değişken yapılıdır. Farklı bölümlerden gelen uzmanlarca oluşturulan çalışma takımları yeni pazar fırsatları yaratmak için beraber çalışır, paylaşılan bilgi ve veri tabanları bireyleri birbirine bağlar.⁵⁵

Küreselleşme olgusu sonucu yaşanan yoğun rekabetle birlikte yüksek teknoloji ile çalışan geleceğin fabrikasının ürün ve üretim sürecinin özelliklerini ürün yaşam sürelerinin kısalması, kalite ve güvenilirliğin ön plana çıkması, standart ürünlerden uzaklaşılması, üretimde yeni malzemelerin kullanılmaya başlanması, elektronik ve bilgisayar alanındaki gelişmeler, stokların düşürülmesi, fason üretimin yaygınlaşması, tam zamanında üretim sistemlerine duyulan ilginin artması ve bu sistemlerin kullanımının yaygınlaşması, kullanım noktasında üretim, üretimde giderek daha fazla bilgisayar kullanılması şeklinde sıralamak mümkündür.⁵⁶

Son yıllarda üretim işlerinin plânlanması, izlenmesi, denetimi ve yönetiminde bilgisayar kullanımı giderek yaygınlaşmakta olup, bu eğilimin giderek daha da artacağı görülmektedir.⁵⁷

A) E-TİCARET

Bugün bilişim sistemlerinde meydana gelen hızlı değişim sayesinde yeni pazarlara girmek artık çok daha kolay ve ucuz hale gelmiştir. Bundan on yıl öncesine kadar dış pazarlara açılmak hem çok büyük sermaye hem de uzun zaman alan bir işti. Dış pazara girmeden önce çok kapsamlı anketler yapılıyor ve tüketici eğilimleri saptanmaya çalışılıyordu. Bütün bunlar maliyet artırıcı ve zaman alıcı yönlerinden dolayı ülkemiz ihracatının %92'si büyük işletmeler tarafından yapılmaktadır. Ancak küçük ve orta ölçekli işletmeler yavaş yavaş internette yer almaya başlayınca kendi web

⁵⁵ Robert SCHULTHEIS, Mary SUMNER, *Management Information Systems: The Manager's View*, McGraw-Hill, New York, 1998, s.87

⁵⁶ Mahmut TEKİN, Hasan K.GÜLEŞ, Tom BURGESS, *Değişen Dünyada Teknoloji Yönetimi*, Damla Ofset, Konya 2000, s. 46-47

⁵⁷ TEKİN,GÜLEŞ,BURGESS, s.48.

sayfalarını ve bu sayede e-ticareti (elektronik ticaret) yapmaktadırlar. Ama bilişim sistemlerine olan ilk yatırımın pahalı olması, bilgi işlem elemanlarının istihdamı ve işletme sahiplerinin yeterince bilgi sahibi olmamalarından dolayı henüz yolun başında sayılırlar. E-ticaret sayesinde KOBİ'ler ürettikleri ürünlerin resimlerini ve ürünlere ait teknik ayrıntılı bilgileri web sayfalarına koyarak alıcıların diğer ürünlerle kıyaslama yapmalarını sağlarlar. Bu sayede herhangi bir ürün satışı için yurtdışına gitmeye ve iş bağlantıları yapmalarına gerek kalmamaktadır. Büyük firmalar karşısında maliyet olarak zaten daha avantajlı olan KOBİ'ler böylece daha önce giremedikleri pazarlara girmeye başlamışlardır.

OECD tarafından yapılan tanımlamaya göre e-ticaret, genel olarak birey ve organizasyonların metin, ses, görsel imajları kapsayan dijital verilerin aktarımına dayalı olarak ticari faaliyetleri yerine getirmeleridir.⁵⁸

Şimdiye kadar yapılan tanımların en geniş kapsamlısı Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu tarafından yapılmıştır. Bu tanıma göre elektronik ticaret elektronik ortamda mal ve hizmetlerin üretim, tanıtım, satış, sigorta, dağıtım ve ödeme, satış sonrası bakım, destek işlemlerinin bilgisayar ağları üzerinden yapılmasıdır. Bir işlemin elektronik ticaret kapsamına girebilmesi için elektronik ortamda gerçekleşmeli, iki veya daha fazla taraf arasında mal/hizmet alım satımı veya tanıtımı olmalı, metin, ses ve görüntü şeklindeki sayısal bilgilerin işlenmesi ve saklanması temeline dayanmalı, bir değer yaratmayı amaçlamalı ve ticari nitelikli bir işlem olma özelliklerini taşıması gerekir.⁵⁹

1. E-Ticaretin Temel Araçları

E-ticaretin temel araçları telefon, fax, televizyon, elektronik ödeme ve para transfer sistemleri, elektronik veri değişimi (Electronic Data Interchange-EDI) ve internet şeklinde altı ana araç tespit edilebilir. Elektronik ticaret kavramı genellikle

⁵⁸ Aziz ÖZBEK, "Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi", *Vergici ve Muhasebeciyle Diyalog Dergisi*, Ağustos-Eylül-Ekim-2000.

⁵⁹ İ.GÜNEŞ, *Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinin Uluslararası Boyutu*, s.2, <http://idari.cu.edu.tr/igunes/yayin.htm>, 14.12.2003.

internet aracılığıyla yapılan ticaret şekli için kullanılmakta ve çoğu zaman elektronik ticaret yerine “internette ticaret” kavramı da geçerli olabilmektedir. Bu yüzden tartışmalar yukarıda ifade edilen diğer araçlar üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Elektronik ödeme ve para transfer sistemleri, kredi kartları veya benzeri ödeme araçları ile elektronik ticareti kolaylaştırmış ve elektronik ticaretin vazgeçilmez unsurları arasında yer almıştır. Özellikle ATM (Automatic Teller Machine) ve kredi kartları günümüzde ödeme amacıyla yaygın olarak kullanılmaktadır. Elektronik ticaretin önemli desteklerinden olan elektronik ödeme ve para transfer sistemleri (ATM, kredi kartları, borç kartları ve akıllı kartlar) sadece para aktarılmasında kullanıldığından ticaret sürecinde sınırlı bir bölüme hitap etmektedir.

EDI, ticaret yapan iki kuruluş arasında, insan faktörü olmaksızın bilgisayar ağları aracılığı ile belge ve bilgi değişimini sağlayan bir sistem olarak elektronik ticaretin önemli bir aracıdır. EDI, özel sektörde daha çok endüstri, üretim, finans, bankacılık ve sigortacılık gibi alanlarda kullanılırken, kamu kesiminde gümrük, istatistik, ulusal ve uluslararası ticaret alanlarında kullanılmaktadır. EDI'nin kullanımındaki amaç; sipariş alınması, ticari sözleşmelerin ve faturaların hazırlanması gibi işlemler ile gümrük, bankacılık ve buna benzer işlemlerin yapılmasında tekrarların önlenerek maliyetlerin düşürülmesi ve işlemlerin en az hatayla en kısa sürede tamamlanmasıdır.⁶⁰

2. E-Ticaretin Tarafları

Elektronik ticarete taraflar dört ayrı başlıkta incelenebilir.⁶¹

- Firma-Firma (Business to Business-B2B)
- Firma-Müşteri (Business to Consumer-B2C)

⁶⁰ A.ÖZBAY, DEVRİM J., 7'den 77'ye Yeni Başlayan Herkes İçin e-Ticaret Rehberi, Hayat Yayıncılık No:107, İstanbul 2001, s.36-37.

⁶¹ İ.GÜNEŞ, *Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesinin Uluslararası Boyutu*, s.4, <http://idari.cu.edu.tr/igunes/yayin.htm>, 14.12.2003.

- Kamu-Firma (Business to Government-B2G)
- Kamu-Tüketici (Consumer to Government-C2G)

a) Firmadan Firmaya Ticaret (B2B)

Tüm dünyada business to business ve e-commerce olarak bilinen kurumlararası elektronik ticaret; birçok alıcı ve satıcı firmanın elektronik ortamda bir araya gelip alım satım işlemlerini gerçekleştirdikleri ticaret şeklini ifade etmektedir.⁶²

Tablo 4: E-Ticaret'in Gelişimi

Yıllar	Firma-Firma İşlem Hacmi (milyar\$)
1999	145
2000	403
2001	953
2002	2.180
2003	3.950
2004	7.290

(Kaynak:Gartner Group;27 Ocak 2000)

İşletmeden işletmeye yönelik e-ticaret modelindeki amaç; otomasyonla uyumlu sistemlerin ortaklaşa iş yapılan birimlere (üretici firma, tedarikçi firmalar, bayiler, mağazalar, departmanlar vb.) entegrasyonu ile ürün, hizmet ve bilginin işletmeler arasında satışını, kullanımını ve paylaşımını sağlamaktır.⁶³ Bu kategoride ticari işlemler, E-Ticaret cirosunun %90'nını oluşturmaktadır. Gartner Group tarafından yapılan bir araştırmaya göre 1999 yılında 145 milyar dolarlık iş hacmi olan B2B uygulamalarının 2004 yılında 7,290 milyar dolara ulaşacağı tahmin edilmektedir.

⁶² http://www.treda.com.tr/tr/static/eis_sozluk_eis.html, 20.01.2004

⁶³ http://www.e-shop.gen.tr/e-ticaret/c_et_raporlar.htm, 20.06.2003, INTERSHOP, E-ticaret

b) Firmadan Tüketicie Ticaret (B2C)

İşletmeden tüketiciye elektronik ticaret, Business to Consumer (B2C), retail e-commerce (e-retailing) ya da e-tailing olarak isimlendirilen çalışmalardan oluşmaktadır ve hedef bireysel tüketicilerdir. B2C e-ticaret, internet üzerinden doğrudan tüketicilere çeşitli ürünler (kitap, CD, kaset, bilgisayar, yazılım, donanım vb.) satma veya elektronik ödeme, bankacılık, sigortacılık, borsa işlemleri gibi hizmetler verme şeklinde gerçekleşmektedir.

Gartner Group tarafından yapılan bir araştırma çerçevesinde,1999 yılında 25 milyar\$ olan Firma-Müşteri E-ticaret hacminin, 2004 yılında 1 trilyon\$ rakamını aşması öngörülmektedir. Bu kategoriye örnek olarak, tüm dünyada elektronik ticaret konusunda en sık gösterilen başarı örneklerinden olan “Amazon.com “örneği verilebilir. Amazon.com internet üzerinde kitap pazarlama işine başladıktan sonra satışları her yıl katlanarak artmış ve artmaya devam etmektedir. 1996 yılından 1997 yılının ortasına kadar geçen sürede satışlarını %3006 oranında artırmıştır.

c) Firmadan Kamuya Ticaret (B2G)

Firma ile kamu arasındaki ticari işlemleri kapsayan bu bölümde, kamu ihalelerinin internette yayınlanması ve firmaların elektronik ortamda elektronik ortamda teklif vermeleri ilk örneklerini oluşturmaktadır. Elektronik ticaretin yaygınlaşmasını desteklemek amacıyla kamunun vergi ödemeleri, gümrük işlemleri de sanal dünyaya taşınmaktadır.

d) Tüketiciden Kamuya Ticaret (C2G)

Henüz yaygın örnekleri olmayan bu kategoride ehliyet, pasaport başvuruları, sosyal güvenlik primleri ile vergi ödemeleri, vb. uygulamalarla elektronik devlete geçişin sağlanması planlanmaktadır. İngiltere hükümeti, 2005 yılında tüm kamu hizmetlerinin elektronik ortamda yapılabileceği ve elektronik devlete geçişin

tamamlanacağını duyurmuştur. Ülkemizde ise bu TBMM’de e-devlet konusunda tasarı ve kararların tartışıldığı bir bilgi grubu çalışmalarına devam etmektedir.

3. E-Ticaretin Avantajları

E-ticaretin avantajlarını kısaca aşağıdaki gibi sıralayabiliriz:

- Firmalar, ürün ve hizmetlerini tüm dünyaya satma imkanı bulurken, tüketiciler de bu ürün ve hizmetler arasından kolayca seçim yapabilmektedirler.
- Firmalar tüketici ihtiyaçlarını daha kolay belirleyebilir, onlara ekonomik fiyatlarla özel hizmet sunabilirler.
- E ticaret uygulamalarında ürün ve hizmetler üreticiden tüketiciye aracısız olarak ulaştırılır. Bu nedenle, zaman ve maliyet açısından hem satıcı hem de tüketici kazançlıdır.
- İnternet ortamında yapılan işlemler normal işlemlere göre çok daha ucuzdur. Bu da çift taraflı fayda getirmektedir.
- Günün herhangi bir saatinde istediğiniz mağazadan oturduğunuz yerden alışveriş yapma imkanı sağlar.

B) REKABET GÜCÜ

Pazar koşullarına rakiplere oranla daha hızlı reaksiyon gösterme, pazarda ilk olma ve pazar payını arttırmayla sonuçlanacaktır. Bunun sağlanabilmesi için ise, işletmenin devamlı olarak veri elde etmesi ve bu verileri rekabet avantajı elde edecek

şekilde kullanabilmesi ancak iyi bir bilgi teknolojisi kullanımı ile mümkün olabilecektir.⁶⁴

İşletmelerin rekabet etme araçlarından en önemlisi kuşkusuz üretim maliyetlerini minimuma indirgeyerek verimliliğin artırılmasıdır. Bu anlamda internet işletmenin temel faaliyetleri içerisinde yer alan iletişim maliyetleri, reklam harcamaları, bilgi paylaşımı ve koordinasyonun artması ve zaman tasarrufu gibi birçok konuda şirket maliyetlerini gözle görülür oranda düşürmektedir.

Elektronik ortamda üretim, pazarlama ve dağıtım faaliyetlerinin maliyetleri düşürmesi nedeniyle, e-ticaret işletmelere, ulusal ve uluslararası düzeyde rekabet üstünlüğü sağlamakta ve rekabeti artırmaktadır.⁶⁵

Elektronik ticaret mal ve hizmet piyasalarını değiştirmekle kalmayıp yeni ürünler ve yeni pazarlama tekniklerini beraberinde getirmektedir. E-ticaret sayesinde ticari faaliyetler tabana yayılır ve her kesimden müşteri yaratılmasını sağladığı için işletmenin devamlılığını, ulusal ve uluslararası ticaretten daha fazla pay alınmasını sağlamaktadır. Bilgi teknolojisinin yaratıcılığı destekleyici kullanımı; bilgiye erişim ve paylaşımın bilgi teknolojisi kullanılmasıyla artması, yaratıcı düşünmede önemli bir etken olan bilgiyi de artıracak ve dolayısıyla da yaratıcılık desteklenecektir.

Organizasyonlar rakiplerinden farklı olarak, maliyet-etkin bir sonuç yaratarak ortaya koyacakları yeni, farklı ürün ve hizmetlerle önemli bir rekabet avantajı elde edeceklerdir. Böyle bir avantajın elde edilebilmesi için günümüzün yoğun bilgi ortamında, bilgi teknolojisinin kullanımı bir zorunluluktur.⁶⁶ Bugün firmalar yüksek seviyede bir verimlilik, kalite ve esneklik talebiyle karşı karşıyadır. Günümüzün yoğun

⁶⁴ Stephen HAAG, Maeve CUMMINGS, James DAWKINS, *Management Information Systems for Information Age*, McGraw-Hill, New York, 1998, s.20.

⁶⁵ http://bilisimsurasi.org.tr/listeler/tbs-e-devlet/Feb/att-0005/01-e.ticaret_Sanayi_ve_Ticaret_Bakanl____.pdf 23.11.2003.

⁶⁶ ZWASS, s.24.

rekabet ortamında bir firmanın rakiplerine oranla öne geçebilmesi ürün çeşitlendirme stratejisi ile doğrudan ilgilidir.⁶⁷

C) İŞLETME ÖLÇEĞİ

İşletmelerde internet ve internet teknolojilerinin kullanılmasını sağlamak büyük işletmeler karşısında çoğu zaman ikinci plana itilen küçük ve orta ölçekli işletmelerin ölçek handikabını aşmalarına yardımcı olacaktır.

Küçük ve orta boy işletmelerin eforlarını birleştirmelerine yardımcı olunarak beşeri, teknik ve mali kaynak kıtlılığının aşmaları sağlanabilirdi. Benzer hedefler de göz önüne alınarak Avrupa Birliği Komisyonu tarafından KOBİ'lerin hız, kalite ve etkinlik gereksinimlerinin karşılanması için bazı ortak arama enstrümanları oluşturulmuştur. Bu enstrümanlardan birisi; başta AB ülkeleri olmak üzere 40 ülkenin 600 kadar danışmanı ile oluşmuş BC-NET (Business Cooperation Network) tir. Diğeri ise: Avrupa başta olmak üzere 74'e varan dünya ülkesinde 300 den fazla muhabiriyle çalışan, gizliliği olmayıp işletmelere doğrudan erişimi sağlayan BRE (Bureau de Rapprochement des Entreprises) dir. Bugün çok sayıda ülkenin üye olduğu BC-NET ve BRE adlı işbirliği ağları, üye ülkelerin özel sektörünün gelişmesini sağlamakta ve özellikle küçük ve orta boy işletmeleri arasındaki işbirliği olanaklarını geliştirmektedir.⁶⁸

İhracata yönelik faaliyetlerde özellikle küçük ve orta boy işletmelerin ihracata yönelmelerini teşvik etmek amacıyla çeşitli modeller benimsenmekte ve örgütlenme biçimlerine gidilmektedir. Bu kapsamda, firmaların ihracata yönelik faaliyetlerinde gönüllü olarak sermayelerini, bilgilerini, üretimlerini ve tecrübelerini bir araya getirerek ölçek ekonomisinin sağladığı avantajlara sahip olunmasını destekleyici çeşitli modeller ortaya çıkmaktadır. Farklı ülkelerde değişik uygulamalarına rastlanan bu modelin esas

⁶⁷ Ziqi LIAO, Paul F.GREENFIELD, *The Synergy Of Corporate R&D And Competitive Strategies: An Exploratory Study In Australian High-Technology Companies*, Journal of High Technology Management Research, Spring 2000, Vol.11.

⁶⁸ İrfan S.YAZMAN, *KOBİ'ler için Bilgi İşlem Ağının Uygulanması Sorunlar ve Çözüm Önerileri*, TES-AR Tartışma Notları No:5, Ankara 1996, s.31.

itibariyle amacı aynı olup, bu da özellikle KOBİ'lerin ihracata yönelmesi ve böylece daha fazla ihracat imkanı yaratılmasıdır.⁶⁹

Ürünlerini yurt içinde pazarlayan KOBİ'ler dış pazarlara açıldıktan sonra dünya standartlarındaki kaliteyi yakalamak için güçlü finansman ,kaliteli üretim ve pazarda rekabet koşullarını yaratacak alt yapılara ve organizasyonlara sahip olmaları gerekmektedir. Ülkemizde de dönem dönem ihracata yönelik çeşitli örgütlenme modelleri benimsenerek uygulamaya konulmuştur. Halen Dış Ticaret Sermaye Şirketleri ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri uygulanmakta olan modellerdir.

Bugün internetin ulaştığı noktada bu yöndeki olasılıklar artmış ve KOBİ'ler için çok büyük avantajları beraberinde getirmiştir. KOSGEB tarafından küçük ve orta ölçekli işletmelere bilgi sağlamak amacıyla 1997 yılında kurulan KOBİNET projesi bu yönde atılmış adımlardan sadece biridir. Bu projeye isteyen KOBİ'ler bu web sitesine üye olabilmektedir. Bu sayede büyük firmalar karşısında gerek sermaye gerekse teminat, açısından dezavantajlı durumda bulunan işletmeler internet üzerinden ürünlerini sergileyebilmekte ve yeni iş bağlantıları kurabilmektedir. Fazla maliyet gerektirmeden sanal mağazalar, şubeler kurup büyüebilmektedirler.

D) EKONOMİK KRİZLERE DAYANIKLILIK

Bir ülke halkının refah içinde yaşaması, milli geliri ile doğru orantılı olduğundan üretim ve ticareti artırmaya bağlıdır.. Bunu sağlamanın en önemli aracı ise ürettiklerini sadece iç pazara değil, tüm dünya ülkelerine satmaktan geçer. Her sanayi kuruluşunun, her ülkenin en büyük hedeflerinden birisi ihracat yapmaktır.Nedeni ise ekonomik krizlerde ihracat yapan firmaların krizi daha az hasarla atlattıklarıdır. Yaşanan ekonomik krizler devlet, bürokrasi ve sanayicileri hızla ihracata yeni pazarlar aramaya yönlendirmiştir. Bu pazarların bulunmasında en ucuz yol ise ,internet olarak karşımıza çıkmaktadır.

⁶⁹ Talha APAK, "Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Kuruluş ve Faaliyet Şartları İle Sağlanan Başlıca Destekler", *Mükellefin Dergisi*, Lebib Yalkın Yayınları, Kasım 2002 S.119, s.138.

Türkiye'nin en fazla ihracat yaptığı bölge Avrupa ve ABD iken dünyanın birçok ülkesi en fazla ihracatı komşu ülkeleriyle yapıyordu. Türkiye etrafında gelişmekte olan birçok ülke olmasına karşın, yıllardır bu pazarları değerlendirememiştir. Devlet ve özel sektör ülkenin ihracat sıkıntısını aşmak için birlikte programlar geliştiriyor. Dış Ticaret Müsteşarlığı geçen yıl komşu ülkelere olan ihracatı artırmak için bir çalışma başlattı. Türkiye'nin komşu ülkelerle yaptığı ticaret, 1999 yılı rakamlarına göre yüzde 5.5 olup bu oran, Baltık ülkelerinde yüzde 95, Almanya'da yüzde 80, ABD'de ise yüzde 40 düzeyindedir. Dış Ticaret Müsteşarlığı öncelikle ilk planda Cezayir, Yunanistan, İsrail, İran, Suriye ve Rusya yer alıyor. Son yıllarda keşfedilen Kuzey Afrika ülkeleri ise ciddi birer pazar olarak görülüyor. Müsteşarlığın uzak ülkeler arasındaki hedeflerini ise Çin, Hindistan, ABD ve İngiltere oluşturuyor. Bu kampanya sonuçlarını vermeye başladı. Özellikle, İran, Irak, Suriye, Bulgaristan, Yunanistan, Ukrayna gibi ülkelere yapılan ihracat oranları arttı. Müsteşarlık bu ülkelerde bir yıl içerisinde çok sayıda gezi, toplantı ve fuar düzenlendi. Bu çalışmalar 2001 yılında Türkiye'nin komşu ülkelere yaptığı ihracat oranlarına yansıdı. Türkiye'nin 2001 yılının ilk 10 ayında komşu ülkelerle yaptığı ihracat bir öncesi yıla oranla yüzde 47.3 arttı. İhracatın en çok arttığı ülke ise yüzde 128 ile Irak oldu.⁷⁰

E) TEKNOLOJİK GELİŞME

Küresel rekabet gücünü elde edebilmek için bir ülkenin hem teknolojik birikiminin, hem de onu yönlendiren bir pazar sisteminin olması gereklidir. Başka bir deyişle, yerli pazarın, sektörü teknoloji üretmeye, yenilikler getirmeye özendirilmesi, bir anlamda desteklenmesi gerekmektedir. Bununla birlikte, sektör için yerli pazar belirleyici olmamalı, hedeflenen büyümenin sağlanması için dünyadaki trend de dikkate alınmalıdır. Geçtiğimiz yıllarda Türkiye pazarı, teknoloji ağırlıklı olmasa bile yerli sektörü destekleme eğilimi içine girmiş idi. Ancak içinde bulunduğumuz bu dönemde hızlı bir biçimde teknoloji dışalımına başlayan Türkiye pazarı, önümüzdeki 5 yıllık dönemde yukarıda sözü edilen eğilimini yitirecektir.⁷¹

⁷⁰ Desteknoloji Dergisi, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, Sayı : 1/02, s.21, http://www.ttg.gov.tr/tur/tur_anamenu.html , 03.02.2003.

⁷¹ <http://ekutup.dpt.gov.tr/oik575.pdf>, Elektronik Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu DPT:2559-ÖİK:575 Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı,s.4,08.12.2003.

İnternet sayesinde planlama daha katılımcı bir şekilde ve daha fazla bilgiye dayanarak yapılabiliyor. Bunun sonucunda daha iyi kararlar alınmakta, taşınan stoklar azaltılmakta, verimlilik artmakta, ürün geliştirme, satın alma, pazarlama gibi konularda yeni yaklaşımlar ve uygulamalar geliştirilebilmektedir. Ayrıca yöneticiler şirketlerinin performansını eş zamanlı olarak izleyebilir hale geliyorlar. Seçilen kriterler bazında şirketin durumu anında elektronik ortamda raporlanabildiğinden, yöneticiler bu verileri değerlendirerek kararlarını verebiliyorlar.

F) ULUSLARARASI İŞBİRLİĞİ VE İŞ FIRSATLARI

Bilişim teknolojileri sayesinde bilgi paylaşımının daha esnek, daha hızlı ve daha ucuz bir şekilde gerçekleşmesi işletmelerin kendi içlerinde ve şirket tedarik zinciri içindeki diğer işletmelerle iletişim ve bilgi paylaşımını hızlandırıyor. Karşılıklı güven ortamına dayanan ve karşılıklı fayda sağlamak amacıyla yapılan bu paylaşımlar, iletişim ve işbirliğinin artması ve yaygınlaşması, işletmelerin tedarik zinciri yönetimlerini etkinleştiriyor. İletişim ve işbirliğinin sağlandığı teknik ortamın güvenliğinin sağlanması şüphesiz bu iletişim ve işbirliğinin sağlanması açısından çok önemli olmaktadır.

Bir taraftan Dünya Ticaret Örgütü (WTO) ile uluslararası ekonomik entegrasyon yönünde adımlar atılırken, diğer tarafta AB, NAFTA, LAFTA, APEC ve benzeri ekonomik entegrasyon hareketleri önem kazanmaktadır. Bu entegrasyonlar uluslararası özelliklerin ve gelişmelerin adaptasyonunu da gündeme getirmektedir.

İnternet sayesinde dünyanın herhangi bir yerindeki iş ilanlarından, ihalelerden haberdar olmak mümkündür. Bu sayede yeni iş imkanları ve iş ortaklıkları kurulabilmektedir. Nitekim Irak savaşı sonrasında Irak'ın yeniden imarı için yapılacak ihaleler internet üzerinde yayınlandı ve bu işlere rekor talepler geldi. Yaklaşık 10.000 irili ufaklı firma ana firma olan Amerikan BECHTEL firmasından taşeronluk almak için müracaat etmiştir. İhalenin duyurulmasından sonuna kadar olan bütün aşamalar internet üzerinden yapılmıştır.

Türkiye’de yeni yeni ortaya çıkan e-devlet uygulamaları ile birçok devlet ihalesi artık internet üzerinden yapılmaktadır. Burada özellikle KOBİ-NET projesi önem kazanmaktadır. KOBİ-NET üyelerinin web sayfalarını inceleyenlerin %25’i yurtdışından gelmektedir.. Bu ortam özellikle yerel pazara sıkışıp kalmış işletmelere dışa açılmak için büyük fırsatlar sunmaktadır. KOBİ-NET’te firmalara 5 MB’a kadar ücretsiz yer tahsisi yapılmakta, isteyen firmalar kendi web sitelerini yaparak buradan yayınlatabilmektedir. Söz konusu bölümde KOBİ-NET üyeleri, firmaları ve ürünleri / hizmetleri ile ilgili detaylı bilgi, resim fotoğraf, vb. yayınlatabilmektedirler. Ayrıca söz konusu bölümü, bayi veya müşterileri ile paylaşabilecekleri bir ortam (power point sunuları, ürün tanıtım katalogları, vb.) olarak da kullanabilmektedir.⁷²

Türkiye’de ilk kez zeytinyağını sanal mağaza aracılığıyla satışa sunduklarını belirten Tariş Zeytinyağı Birliği Başkanı Cahit Çetin, sanal mağaza aracılığıyla 236 ülkeye Tariş markalı zeytinyağı satma potansiyeli olduğunu kaydetmiştir. Çetin ayrıca sanal mağazanın 1.700 üye sayısına ulaştığını ve siteyi her 10 günde yaklaşık olarak 2.000 yeni ziyaretçinin gezdiğini söylemiştir.⁷³

G) BİLGİ TOPLUMUNA UYUM

80’li yıllardan itibaren sanayi toplumlarının en büyük ve en güçlü kesimi olan emekçi sınıfı büyük çapta kabuk değiştirdi. Bu kesimin içinden, beyaz yakalılar (White Collar) dediğimiz daha çok bilgiyi işleyen, teknolojiyle iç içe bir sınıf doğmuştur. Bu sınıf henüz ülkemizde yeteri kadar belirgin olmamasına karşın özellikle Amerika’da kendini iyice hissettirmiştir. Bilişim sektörü internetin hızlı yayılmasıyla birlikte doksanlı yılların başında büyük bir sıçrama yapmıştır. Çalışma hayatından iş ilişkilerine kadar bir çok şey çok hızlı gelişti. Yine 80’li yıllardan itibaren, mikroelektronik, biyoteknoloji, telekomünikasyon, malzeme bilimi, bilgisayar yazılımı gibi bilgi katma değeri ve tabii ki karlılığı yüksek yeni üretim sektörleri, batı dünyasında madencilik, demir-çelik gibi geleneksel ağır sanayi dallarının yerini almaya başladı. Bu sektörlerin doğal kaynak veya hammaddeye bağımlılığı ya da ucuz emeğe gereksinimleri yoktur. Günümüzün yüksek katma değerli sektörleri, deyimi ile beyin gücüne dayalı insan

⁷² <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/bb1.html>, 14.10.2003

⁷³ <http://www.ntvmsnbc.com/news/220961.asp>, 05.07.2003

yapımı sanayilerdir. Yani hammadde gereksinimi ihmal edilebilecek düzeydedir. Temel ekonomik kaynakları bilgidir.

Bilgi toplumunun teknolojik altyapısına gelince; bu kez 80'li yılların ortalarından itibaren mikroişlemci devrimini ve bilgisayar gücünün her masanın üstüne yerleştiğini görmekteyiz. Ardından bilgisayarları birbirine bağlayan haberleşme hatlarındaki bant genişliğinde, basit olarak telefon-uydu bağlantılarının ve fiber kabloların debisinde gerçekleşti. Görüntü-resim dahil, çok yoğun bilgiyi uzaktaki merkezlerden işyerimize veya evimize getirmek artık mümkündür.

Bilgi toplumu bu teknolojik altyapının üzerinde yükselmektedir. Bilginin en önemli ekonomik kaynak olduğu, iş gücünün de büyük ölçüde bu bilgiye sahip çalışanlardan oluştuğu bu toplumda, eğitim temel ve sürekli bir uğraştır. Eğitim kuruluşları da kurumsal yapının temel unsurudur Yirminci yüzyılın tarımsal kökenli ülkeleri, sanayileşme sürecinin sancılarını yaşarken, sanayileşmiş batı ülkeleri 21. yüzyıla daha ileri bir toplum beklentisi ile girmektedir.

H) TASARRUF

Bilgi teknolojisinin etkin kullanımı, rekabet stratejileri olan düşük fiyat liderliği, ürün farklılaştırma ve pazarda yoğunlaşma stratejilerini güçlendirici bir etki yaratacaktır. Maliyetlerin azaltılması veya ek maliyet getirmeden üretim ve verimliliğin artırılması fiyat liderliği sağlayabilir, maliyetlerin düşürülmesinde üretim kontrol sistemlerinin kullanımı önemli bir etki yaratacaktır.⁷⁴

Bilişim teknolojileri, özellikle de internet tabanlı uygulamalar, bilgi paylaşımını daha esnek, hızlı ve ucuz bir şekilde gerçekleştirmeyi mümkün kılıyor. Hatta farklı kişilerin güncel bilgilere eş-zamanlı erişimi mümkün olduğundan iletişim süresi en aza indirgenebiliyor. İnternet kullanılarak şirket içi ve şirketin müşterileri ve tedarikçileriyle daha kolay iletişim kurması, hemen her sektörde iş yapış şekillerini değiştirme

⁷⁴ SCHULTHEIS, SUMNER, s.62.

potansiyeline sahiptir. İş yapış şekillerinin değişimiyle sağlanan etkinlik ve verimlilik, özellikle geleneksel şirketlerin önemli tasarruflar sağlamasına neden olacaktır.

Tablo 5 : Geleneksel Ticaret ile E-ticaretin
Maliyet Yönünden Karşılaştırması

	Uçak Bileti	Banka İşlemi	Bilgisayar Yazılımı
Geleneksel ticaret	8.0	1.08	15.00
Elektronik ticaret	1.0	0.13	0.20-0.50
Kazanç (%)	87.5	87.9	99-97
Not: Tablo değerleri ABD doları cinsinden verilmiştir.			

(Kaynak : Murat İNCE, Elektronik Ticaret:Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar, Mart 1999, S.18 OECD, 1998)

Tablo 6 : E-Ticaretle İlgili Tahmini Tasarruflar

ENDÜSTRİ	Tasarruf Oranı (%)	ENDÜSTRİ	Tasarruf Oranı (%)
Uzay, Makine Endüstrisi	11	Sağlık	5
Kimyasal ürünler	10	Hayat Bilimleri	12-19
Kömür Endüstrisi	2	Metal/Makine Endüstrisi	22
İletişim	5-15	Medya ve Tanıtım	10-15
Bilgi Teknolojileri	11-20	İşletme/Bakım/Onarım	10
Elektronik Parçalar	29-39	Benzin ve Gaz	5-15
Gıda Katkı Maddeleri	3-5	Kağıt Endüstrisi	10
Orman Ürünleri	15-25	Çelik Endüstrisi	11
Havayolu Taşımacılığı	5-20		

(Kaynak: <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/ba2.html>)

ABD’de yapılan bir araştırma ile firma-firma arası ticaretin, elektronik ortamda ve geleneksel yöntemlerle yapılması durumunda ortaya çıkan maliyetlerinin mukayesesi yapılmıştır. Bu araştırma neticesinde Tablo 7’de izlenebileceği gibi sektörler itibariyle irdelendiğinde e-ticaret ile ortalama %15-20 arasında tasarruf elde edildiği belirlenmiştir.⁷⁵

Ulusal ve uluslararası ticari işlemlerin elektronik ortamda yürütülmesi (üretici, satıcı, alıcı, aracı, gümrük idaresi, sigortacı, nakliyecisi, bankalar ve diğer kamu

⁷⁵ <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/ba2.html>, 11.11.2003

kurumları kapsamında) zamanın etkin kullanılmasını sağlamaktadır. Böylece ürünlerin sipariş edilmesi ile teslimi arasında geçen süre asgariye inmekte, zamandan kaynaklanan maliyetler ile stok maliyetleri düşmektedir.⁷⁶

Elektronik ticarete ihtiyaç duyulan belgeler elektronik ortamda hazırlanmakta, bu bilgi ve belgeler ilgililerin kullanımına sunulmaktadır. Böylece, işlemler minimum hata ile kısa bir süre içinde ve kırtasiye masrafı ödenmeksizin tamamlanmaktadır. İnternete dayalı e-ticaret ve elektronik dağıtım sistemleri uluslararası ticareti hızlandırmaktadır.⁷⁷

Büyük kısmında devlet kurumlarının yer aldığı dış ticaret (özellikle ihracat) işlemlerinde de benzer bir durum söz konusudur. Bu durumun farkında olan ülkelerde bu yönde çalışmalar yapılmaktadır. Örneğin, Singapur'da 1989 yılında başlatılan TradeNet adlı elektronik veri değişimi (EDI) temeline dayanan sistem ile dış ticaret işlemlerinde yer alan tüm kesimlerin dahil olduğu bir uygulama başlatılmış, 1991 yılında tüm işlemlerin %95 i sistem üzerine aktarılmış, işlem yapma süresi 1-4 günden 15 dakikaya düşürülmüş ve 1991 yılı değerlendirmesi ile taşımacılık sektörü maliyetlerinde %25-30 oranında azalma kaydedilmiştir.⁷⁸ Bu türde bir başka uygulamaya sektörel düzeyde Avustralya'da rastlanmaktadır. Gıda ihracatı için internet üzerinde açılan bir .tek elektronik pencere. ile ihracat onayı almak isteyen firmaların verilerini bir kere girmesi (Australian Quarantine and Inspection Service) yeterli olmaktadır. Buradan gümrüğe geçen veriler her iki kurumdaki işlemlerini bitirdikten sonra firmaya gerekli cevap gönderilmektedir.

D) FİYATLARDA TÜKETİCİ LEHİNE EĞİLİM

Açık ağ üzerinden gerçekleşen e-ticaret faaliyetleri, elektronik iletişimi artırmıştır. Bu ise işletmelere tüm tüketicilere ve diğer işletmelere daha ucuz ve kolay bir şekilde ulaşma olanağı sağlamaktadır. Pek çok işletme bu yolla herhangi bir fiziksel

⁷⁶ Ö.CANPOLAT, *E-ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler* ,<http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/011.html>, 21.01.2003.

⁷⁷ CANPOLAT, *E-ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler* ,<http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/011.html>, 21.01.2003.

⁷⁸ Zeynep ERSOY, *Elektronik Ticaret ve Ticaret Noktaları*, İGEME, Ankara 1999, s.77-78

yatırıma girmeden, bir satış mağazası, fiziki bir pazarlama ağı kurmadan ürünlerini pazarlayabilmektedir.⁷⁹

Gerek dot.com olarak nitelendirilen internet şirketlerinin, gerekse de artan sayıda geleneksel şirketlerin internet üzerinden satış yapması (B2C, Business to Consumer = işletmeden müşteriye satış), müşterilerin internet üzerinden satın alabilecekleri ürün ve hizmetleri artırmaktadır. Müşteriler internet ortamını kullanarak çok çeşitli satıcıların sunduğu ürün ve hizmetler hakkında detaylı bilgi almakta ve buna dayanarak seçim yapabiliyor. Seçtikleri ürün ve hizmetler kendi özel ihtiyaçlarına göre uyarlanabilmektedir. Ödemelerini elektronik ortamda yapıp, seçtikleri ürünlerin istedikleri adrese teslim edilmesini sağlamaktadır.

İnternet teknolojilerinin özel sektörde yol açtığı gelişmeler, hem seçme şansının artması hem fiyatların düşmesine yol açarak, güç kaymasını müşteri lehine gerçekleştirmektedir.⁸⁰

Tüketiciler için işlem maliyetleri ve nakliye masrafları düşmektedir. Tüketiciler evlerinden çıkmadan sorun yaşamadan ve zaman harcamadan sanal mağazalardan alışveriş yapabilmektedirler. Tüketiciler internet sayesinde, yeni mamul ve ürün bilgilerine kolay ulaşabilmekte, bilgi sahibi olmakta ve alternatif ürünleri karşılaştırarak, kredi kartıyla ürünü kolayca satın alabilmektedir. Zaman ve fiziksel engellerin kalkması elektronik ticaret yoluyla çok sayıda tüketicinin küresel piyasaya girmesine yol açmış, azalan maliyetler, yüksek hız ve çeşitlilik tüketiciler arasında yoğun bir rekabet ortamı yaratmıştır. Yeni tüketici memnuniyeti ve yeni işgücü profilleri e-ticaretin getirdiği yeniliklerdendir.

J) İŞLETMELERARASI DAYANIŞMA VE BİLGİ TRANSFERİ

Bilişim teknolojileri sayesinde bilgi paylaşımının daha esnek, daha hızlı ve daha ucuz bir şekilde gerçekleşmesi şirketlerin kendi içlerinde ve şirket tedarik zinciri

⁷⁹ CANPOLAT, *E-ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler* ,<http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/011.html>, 21.01.2003.

⁸⁰ http://bilisimsurasi.org.tr/listeler/tbs-e-ekonomi/Feb/0017.html/e-ekonomi_nedir.doc , 06.11.2003.

içindeki tedarikçi ve müşterilerle iletişim ve bilgi paylaşımını hızlandırıyor. Tedarik zinciri içinde yer alan firmalar kendi sistemleri ile ilgili bilgileri diğer firmalarla paylaşabiliyorlar. Karşılıklı güven ortamına dayanan ve karşılıklı fayda sağlamak amacıyla yapılan bu paylaşımlar, iletişim ve işbirliğinin artması ve yaygınlaşması, şirketlerin tedarik zinciri yönetimlerini etkinleştiriyor.

İhracata yönelik faaliyetlerde özellikle küçük ve orta boy işletmelerin ihracata yönelmelerini teşvik etmek amacıyla çeşitli modeller benimsenmekte ve örgütlenme biçimlerine gidilmektedir. Bu kapsamda, firmaların ihracata yönelik faaliyetlerinde gönüllü olarak sermayelerini, bilgilerini, üretimlerini ve tecrübelerini bir araya getirerek ölçek ekonomisinin sağladığı avantajlara sahip olunmasını destekleyici çeşitli modeller ortaya çıkmaktadır. Farklı ülkelerde değişik uygulamalarına rastlanan bu modelin esas itibarıyla amacı aynı olup, bu da özellikle KOBİ'lerin ihracata yönelmesi ve böylece daha fazla ihracat imkanı yaratılmasıdır.

Ürünlerini yurt içinde pazarlayan KOBİ'ler dış pazarlara açıldıktan sonra dünya standartlarındaki kaliteyi yakalamak için güçlü finansman ,kaliteli üretim ve pazarda rekabet koşullarını yaratacak alt yapılara ve organizasyonlara sahip olmaları gerekmektedir. Ülkemizde de dönem dönem ihracata yönelik çeşitli örgütlenme modelleri benimsenme ve uygulamaya konmuştur. Halen Dış Ticaret Sermaye Şirketleri ve Sektörel Dış Ticaret Şirketleri uygulanmakta olan modellerdir.

Sektörel dış ticaret şirketleri modeli ile aynı üretim alanındaki küçük ve orta boy işletmelerin, ihracata yönelik olarak bir organizasyon altında toplanarak dünya pazarlarına açılmaları, dış ticarete uzmanlaşmaları ve bu şekilde daha etkin faaliyet göstermeleri amaçlanmıştır.⁸¹ Bu model ile nihai olarak amaçlanan ise ölçek ekonomisine ulaşılması ve rekabet gücünün artırılması yoluyla ülke ihracatının artırılmasıdır.

Benzer hedeflere sahip çok sayıda firmanın, yoğun rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmesi, ürün ve/veya hizmetlerini farklı ve tercih edilir kılabacak değişiklikleri ne

⁸¹ Talha APAK, "Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Kuruluş ve Faaliyet Şartları İle Sağlanan Başlıca Destekler", *Mükellefin Dergisi* , Lebib Yalkın Yayınları, S.119, s.145.

ölçüde ve ne hızda yapabildiklerine bağlıdır. Firmalar bu hedeflerini gerçekleştirirken teknolojinin kendilerini sunduğu olanakları kullanarak, firma içinde ve firmanın dış dünyayla ilişkisinin sağlanıp sürdürülmesinde bilgi teknolojilerinden ve onun sunduğu çeşitli araçlardan yararlanmaktadırlar. Bu noktada İnternet, sözü geçen değişiklik ve iyileştirmelerin hızlı ve güvenilir şekilde yapılmasına yardımcı olmaktadır.

K) MARKA OLUŞTURMA VE DUYURMA

İşletmelerin rekabet güçlerini artırabilmeleri için kendi markalarını yaratmaları ve marka bağımlılığı oluşturmaları gerekmektedir. Bu sürecin yaşanılmasında olabilecek en kısa zaman diliminde olması İnternet bağlantılı teknolojinin yardımına gerek duymaktadır. İnternetin günlük yaşama en büyük etkisi kuşkusuz sürekli bir bilgi akımı sayesinde yenilikleri anında takip edebilme ve bu durumdan azami faydayı sağlamaktır. Gelişen teknolojiyle beraber tüketici eğilimleri değişmiş, daha kaliteli, daha ucuz, çevre dostu , fiyat / performans oranı yüksek ürünlere doğru kaymıştır. İnternet sayesinde bunu çok az bir maliyetle karşılamak mümkündür. Web sitelerine anket formları koyarak, yeni çıkan ürünlerin tanıtımına ağırlık vermek ve konusunda uzmanlaşmış ve büyümüş e-ticaret sitelerine reklam vererek bunu gerçekleştirmek mümkündür.

Türk sanayisinin kısa vadede yapması gereken en önemli atılımı teknoloji üretme ve geliştirme prensibine dayalı olarak marka yaratmak ve bu marka üzerinden gerçekleştirilen ürünleri pazarlayabilmektir. Bunu başarabilmek için her şeyden önce buluşçuluğa ve yeniliğe açık olmak gerekmektedir. Rekabet gücünü elde etme yolunda araştırma ve geliştirme harcamalarına ayrılan payların arttırılması önemli bir kavşak noktası olacaktır. Bugünün gelişmiş ve sanayileşmiş toplumlarının temelinde de bu anlayışın izleri egemendir.⁸²

Bilim üretme kabiliyetinin bir başka göstergesi de, o ülkedeki patent ofisine müracaat edilen ve kabul edilen patent sayılarıdır. Aşağıdaki tablodan da görüldüğü gibi 1993 yılında Türkiye’de patent müracaatları yerli 169, yabancı 1057, toplam 1.226’yı

⁸² Ercan ALPTÜRK, “Türk Sanayinin Rekabet Gücü”, *Mükellefin Dergisi* , Lebib Yalkın Yayınları, S.121, s.128.

bulurken Amerika Birleşik Devletlerinde aynı yıl patent müracaatlarında yerli 102.245, yabancı 89.141, toplam 191.386 olmuştur. O yılda Türkiye’de kabul edilen patent sayıları yerli 55, yabancı 749, toplam 804 olmuştur. Amerika Birleşik Devletlerinde aynı dönemde kabul edilen patentler; yerli 53.236, yabancı 45.108, toplam 98.344 olmuştur. Ülkelerin araştırma-geliştirme faaliyetlerine ayırdığı kaynak ölçüsünde yerli patent müracaatları ve kabulleri artmaktadır.

Tablo 7 : 1993 Yılında Bazı Ülkelerde Patent Başvuru Ve Kabulleri (Adet)

Ülkeler	Müracaatlar			Kabul Edilenler		
	Yerli	Yabancı	Toplam	Yerli	Yabancı	Toplam
Almanya	46.865	70.903	117.768	19.220	32.788	52.008
Finlandiya	2.482	13.165	15.647	948	1.773	2.721
Fransa	16.042	66.099	82.141	9.084	35.207	44.291
İspanya	2.353	54.375	56.733	231	15.584	15.815
İsrail	1.318	2.635	3.953	329	1.869	2.198
İtalya	9.040	56.130	65.170	4.196	28.315	32.511
Norveç	1.133	13.542	14.675	311	2.298	2.609
Hollanda	3.825	54.997	58.822	1.122	22.142	23.264
Hindistan	1.209	2.511	3.720	334	1.217	1.551
İsviçre	5.095	50.462	55.557	2.396	18.242	20.637
Mısır	328	503	831	21	320	341
Japonya	332.460	47.575	380.035	77.311	11.089	88.400
Yunanistan	392	36.515	36.907	205	7.630	7.835
Kanada	4.067	43.685	47.752	1.056	13.524	14.580
Türkiye	169	1.057	1.226	55	749	804
İngiltere	24.401	76.841	101.242	4.489	38.037	42.586
Portekiz	105	42.827	42.932	8	1.686	1.694
ABD	102.245	89.141	191.386	53.236	45.108	98.344

(Kaynak : WIPO, IP/STAT/1993/A - <http://ekutup.dpt.gov.tr/bilim/>)

Bu tablodan da görüldüğü gibi nüfus oranı açısından ülkemizden çok daha küçük ülkeler, eski doğu bloku ülkeleri ve tüm Avrupa ülkeleri bilim üretme ve patent almada ülkemizden çok daha ileri seviyede bulunmaktadır. Bilim üretmeyen ülkelerin sanayileşmesi ve kalkınmasından bahsedilemez. Bugün ülkemizin içinde bulunduğu şartlarda kalkınması, ileri medeniyetler seviyesine çıkması çok uzak görünmektedir. Bilim üretmenin dolayısıyla geliştirilen ürünün lisansını alıp üretmek çok daha fazla katma değer yaratmakta, teknolojiye süreklilik sağlamaktadır. Bu sayede ülkenin teknolojiye dışa bağımlılığı önlenir.

Ülkemizde özellikle tekstil sektöründe bu sorun son yıllarda kendini iyice göstermiştir. Tekstil ve hazır giyim sektörü ülkemiz ihracatının yaklaşık yarısını karşılamasına rağmen, çoğu fason çalışan, büyük yabancı şirketlere üretim yapan işletmeler tarafından yapılmaktadır. Bu işletmelerin makine ihtiyacı büyük oranda ithalat yoluyla karşılanmakta, bu da büyük oranda gelir kaybına neden olmaktadır. Diğer önemli bir konu ise, marka yaratma bilinci henüz oluşmadığından birim parça başına kar marjı çok düşük kalmaktadır. Hatta çoğu zaman dövizdeki aşırı dalgalanmalar nedeniyle neredeyse zararına satış yapılmaktadır. Bu durumun uzun sürmesi halinde ise birçok işletme iflas etmektedir.

Yeterli olanaklara karşılık ülkemizden küresel pazarda lider olabilecek bir ürün çıkmaması, sanayinin "lisans alarak üretme" esasına göre sürdürülmesi, özgün ürün tasarımına, ne devlet ne de kamuoyu tarafından gerekli önemin verilmemesi ve (kısıtlı da olsa) tasarlanan ürünlerin temel teknolojilerinin eskimiş olmasından kaynaklanmaktadır. Bu durumda liderliğe yol açacak yaratıcı fikirler ve yenilikçi uygulamaların önü kesilmiş olmaktadır. Ürün geliştirmede ulaşılmaması gereken düzey, temel teknolojilere, daha belirlenme aşamasında iken sahip (vâkıf) olmak ve pazara ilk çıkanlar arasında yer alabilmektir. Bu gerçekleştirilebilirse, ürün içerisindeki yerli katma değer büyük çoğunluğu fikri mülkiyette toplanacaktır. Unutulmamalıdır ki, ülkemiz sanayisinin ucuz ya da devlet desteği ile ucuzlatılmış işgücüne dayanarak küresel rekabette bir varlık göstermesi artık mümkün değildir. Türk sanayinde kullanılagelen "lisans alıp üretmek yaklaşımı"nın çok yakın bir gelecekte küreselleşen dünya pazarında yaşama şansı artık kalmayacaktır. Rekabette var olabilmenin tek koşulu ürünün yerli katkısındaki fikri mülkiyet oranını arttırmaktır.⁸³

L) İNOVASYON

Bugün güçlü bir ekonomiye sahip olmanın ve ülkenin refah seviyesini yükseltmenin anahtarı yeni teknolojiler geliştirme ve inovasyonla sağlanabilir. Katma değeri yüksek ileri teknoloji ürünleri üretmek teknolojiye yatırım ve inovasyonla

⁸³ <http://ekutup.dpt.gov.tr/oik575.pdf>, Elektronik Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu DPT:2559-ÖİK:575 Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı,S.4 08.12.2003, s. 5.

mümkündür. Ancak bu sayede dünya pazarlarında söz sahibi olunabilir. İnternet kullanımının yaygınlaştığı işletme ve çalışanlarında yükselen bilgi düzeylerine bağlı olarak inovasyon yaratması söz konusudur. Dünyada ki değişimi sürekli takip eden ve değişim rüzgarının yönünü tahmin ederek yeniliklerde öncülük sağlaması kaçınılmazdır. Dünyanın sürekli yaşadığı bu değişimden payını alabilen ve kendi teknolojileri yaratabilen işgücü işletmelerin vazgeçilmezi olacaktır. Teknoloji geliştirme ve inovasyon beraberinde nitelikli işgücünü getirdiği gibi işsizliği de en aza indirmeye yardımcı olmaktadır. Bunun farkına varmış ülkeler yeni teknolojiler geliştirmeyi ve inovasyonu sürdürülebilir bir ekonomi, daha müreffeh bir toplum ve daha temiz ve korunan bir çevrenin anahtarı olarak görmekte ve politikalarını bu yönde değiştirmektedirler.

Örneğin, Amerika Birleşik Devletleri'nin politikasında teknolojik ilerleme ve inovasyon şu şekilde yer alır: "Teknolojik ilerleme ekonomik büyümenin yakıtıdır... Devletin teknoloji destekleri, büyüme ve verimlilik içeren teknolojilerin ülke içinde geliştirilmesini ve yaygınlaştırılmasını hedefler..."⁸⁴

Ülkemizde özel sektörün Araştırma-Geliştirme ve inovasyon yeteneğini artırmaya katkı sağlamak amacıyla faaliyet gösteren Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV), geçen 12 yıl boyunca toplam 287 projeyi desteklemiş ve bunun %71'ni KOBİ'lerce önerilen projelere vermiştir. TTGV desteğinden yararlanan KOBİ'lerin oranı ise %73'tür. Bu projelere toplam 107 milyon dolarlık kaynak aktaran TTGV, böylece 12 yılda ülke çapında yaklaşık 222 milyon dolarlık bir Ar-Ge hacmi yaratmıştır.⁸⁵

IX. İNTERNETİN KOBİ'LERDE SORUNLARI

İnternet bağlantısı olan KOBİ'lerin şikayetlerini, hızın düşük olması, telefon faturalarının yüksek gelmesi, servis sağlayan firmaların servis ücretlerini dolar üzerinden yapması, eğitim/kurs veren firmaların gerçek ihtiyaçlara cevap verememesi

⁸⁴ http://www.ttgiv.org.tr/tur/01_neden_ttgiv/13.htm, 29.10.2003

⁸⁵ Desteknoloji Dergisi, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, S.2/02, s. 48, <http://www.ttgiv.org.tr>, 03.02.2003.

(teknik düzeyin kolay anlaşılmasını), Türkçe içeriğin az olması (Yazılımların genelde İngilizce olması, İngilizce bilmeyen kullanıcılar açısından dezavantaj olmaktadır. Türkçe'ye yapılan çevirilerin ise, kolay anlaşılmadığı belirtilmiştir. Yardım menülerinin de Türkçe'ye çevrilmesi gerekliliği vurgulanmıştır.) Türkiye içerisinde arama makinelerinin olmaması, Türkçe kaynaklardan (kütüphaneler vb.) araştırma yapılamaması olarak sıralayabiliriz. Türkiye'nin önde gelen kuruluşları arasında yapılan anket çalışmasının bulgularından bir kısmının aynı zamanda KOBİ'ler için de geçerli olduğunu söyleyebiliriz. Burada enformasyon teknolojilerinin yaygınlaşabilmesi için öncelikle bir altyapının oluşması gerekliliği vurgulanmıştır. İnterneti halihazırda kullanan işyerlerinin % 11,1 'i bu teknolojiyi "ne amaçla kullandığından emin değil" iken %38,9'u da kullanım stratejisini belirlemek için "ulusal altyapının oturmasını" beklemektedir. İnterneti kullanmayan fakat "genel olarak" bilen işyerlerinin % 18,5'i interneti kullanmayı düşünmediğini belirtirken, %22 'si ne amaçla kullanacağından emin değildir. Bu işyerlerinin büyük bir kesimin de (%55,6'sı) "ulusal altyapının oturmasını" beklemektedir.⁸⁶

Telekonferans sistemi hemen hemen her firma tarafından öncelikli istekler arasında sayılmıştır, ancak mevcut fiziksel ve hukuksal altyapı buna olanak sağlamamaktadır. Kamuyla iletişimin varacağı noktanın tüketicinin evden sipariş verebilme noktası olacağı açıkça gözükürken elektronik ticareti düzenleyen yasaların bulunmaması büyük sıkıntı yaratmaktadır. Evden bağlantının yaygın olabilmesi için web-TV sisteminin kullanılması, bunun içinde kablolu TV'ler aracılığıyla genişlemekte olan kablo altyapısından faydalanılması genel bir öneri olarak göze çarpmaktadır.⁸⁷

Dış dünyaya açılmak her zaman önemli bir sorun olmuştur. Yapılan araştırmalarda sınır ötesi işbirliğinin daha çok büyük işletmeler tarafından yapıldığı gözlenmektedir. Ülkemizde esnaf-sanatkarlar ve küçük işletmeler incelendiğinde bu kesimin büyük bir çoğunluğunun yerel pazarlarla yetinmek durumunda kaldığı görülmektedir. Tabii ki bunda en büyük neden olarak başta bilgi eksikliği gelmektedir. Bunun yanı sıra yabancı dil problemi, sınır ötesi işbirliğinin karmaşık ve riskli olması

⁸⁶ <http://www.tesid.org.tr/Pdf/tuenafinalreport.pdf>, 28.01.2003, s.20.

⁸⁷ <http://www.tesid.org.tr/Pdf/tuenafinalreport.pdf>, 28.01.2003, s.16.

gibi nedenler dış dünyaya açılmak isteyen, KOBİ'lerin çekindikleri konular arasında yer almaktadır. Esnaf ve sanatkarların kültür düzeyi, sermaye ve teknoloji yapısı itibarıyla sınırlı imkanlara sahip olması bu kesimi diğer işletmelerle rekabet etmekte zorlamakta, dışa açılmak konusunda çekimser davranmaya itmektedir.⁸⁸

İnternet bağlantısı olan KOBİ'lerin şikayetleri genel olarak şöyledir:⁸⁹

- Hızın düşük olması, telefon faturalarının yüksek gelmesi, servis sağlayan firmaların servis ücretlerini dolar üzerinden yapması, eğitim/kurs veren firmaların gerçek ihtiyaçlara cevap verememesi (teknik düzeyin kolay anlaşılabilmesi),
- Türkçe içeriğin az olması (Yazılımlar genelde İngilizce'dir ve İngilizce bilmeyen kullanıcılar açısından dezavantaj olmaktadır. Türkçe'ye yapılan çevirilerin ise, kolay anlaşılmadığı belirtilmiştir. Yardım menülerinin de türkçeye çevrilmesi gerekliliği vurgulanmıştır.
- Türkiye içerisinde arama makinelerinin olmaması,
- Türkçe kaynaklardan (kütüphaneler vb.) araştırma yapılamaması olarak sıralayabiliriz.

Şimdi internet kullanımında yaşanan sorunlara detaylı olarak inceleyelim.

A) KALİFİYE İŞGÜCÜ SORUNU

Bilgi toplumunda "olmazsa olmaz" derecede önemli özkaynakların en önünde insan kaynakları gelmektedir. Bilgi çağında insan kaynakları yeterli olmayan bir

⁸⁸ YAZMAN, s.37.

⁸⁹ <http://ekutup.dpt.gov.tr/oik575.pdf>, Elektronik Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu DPT:2559-ÖİK:575 Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı,s.33, 08.12.2003.

işletmenin ayakta kalabilmesi zorlaşmaktadır. Özellikle bilişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeler bu sektördeki kalifiye eleman ihtiyacının artmasına yol açmıştır.

Çalışanlar açısından çalışma hayatı kalitesi küçük işletmelerde büyük işletmelere göre daha kötüdür. Küçük işletmeler personel adayları tarafından genellikle tercih edilmeyen yerlerdir. Dolayısıyla küçük işletmeler büyük işletmelere göre kaliteli personeli temin etmekte daha fazla zorlanmaktadır.⁹⁰

KOBİ'lerde, belli başlı işletme fonksiyonları için uzman personelin olmayışı, personel alımında işletme sahiplerinin cimri davranması, “pahalı eleman yoktur, pahalıya gelen eleman vardır” ilkesinin göz ardı edilmesi gibi nedenler, işletme faaliyetlerinin yetersiz kalmasına yol açmaktadır. Bu işyerlerinde çalışanların genel olarak her işi yapması, bazen yeni ürün ve teknolojiler karşısında mevcut personelin bilgi seviyesinin yetersiz kalmasına neden olmakta, bu açığın giderilmesi için personelin eğitime ağırlık verilmemektedir.⁹¹ KOBİ'lerde, kaliteli personel istihdam etme konusuna sadece giderler açısından bakılmakta, kaliteli personelin işletmeye sağlayacağı yararlar göz ardı edilmektedir. Bu yüzden KOBİ'ler, nitelikli, bilgi ve beceriye sahip elemanların yetersizliği yüzünden, kendilerinden beklenen performansı gösterememektedirler

Küçük işletmelerde, genellikle işe sahip çıkılacağı ve güvenilir olacağı düşüncesi ile akrabalar çalıştırılmaktadır. Akrabalara verilen ücretler hem daha yüksek olmakta, hem de bilgi ve kabiliyetlerinin işe uygunluğu göz önüne alınmamaktadır.⁹² KOBİ'lerde çalışanların beceri, yetenek ve ilgilerine uygun olmayan işlerde istihdam edilmeleri, iş ile işçi arasında bazı uyumsuzluklara yol açmakta, bu da çalışanların verimini olumsuz yönde etkilemektedir. KOBİ'lerde, yetersiz yönetimin başarısızlık nedeni sayılmasındaki en önemli etmen, sınırlı bütçelerinden dolayı KOBİ'lerin her konuda uzman kişi istihdam edememeleridir.

⁹⁰ J. ATKINSON ve N. MEAGER *Running to Stand Still: The Small Firm in the Labour Market*, Employment in the Small Firm and the Labour Market, Routledge, 1994

⁹¹ BAĞRIAÇIK, s. 14.

⁹² DİNÇER, s.429.

1. Yabancı Dil Sorunu

Dış dünyaya açılmak her zaman önemli bir sorun olmuştur. Yapılan araştırmalarda sınır ötesi işbirliğinin daha çok büyük işletmeler tarafından yapıldığı gözlenmektedir. Ülkemizde esnaf-sanatkarlar ve küçük işletmeler incelendiğinde bu kesimin büyük bir çoğunluğunun yerel pazarlarla yetinmek durumunda kaldığı görülmektedir. Tabii ki bunda en büyük neden olarak başta bilgi eksikliği gelmektedir. Bunun yanı sıra yabancı dil problemi, sınır ötesi işbirliğinin karmaşık ve riskli olması gibi nedenler dış dünyaya açılmak isteyen, KOBİ'lerin çekindikleri konular arasında yer almaktadır. Etnaf ve sanatkarların kültür düzeyi, sermaye ve teknoloji yapısı itibarıyla sınırlı imkanlara sahip olması bu kesimi diğer işletmelerle rekabet etmekte zorlamakta, dışa açılmak konusunda çekimser davranmaya itmektedir.⁹³

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin internet ve ilintili teknolojileri kullanmamalarının nedenlerinden biride kuşkusuz çalışanların yabancı dil düzeyleridir. Yapılan bir araştırmada çalışanların %52.9'unun hiçbir yabancı dil bilmediği, %41,2'sinin sadece İngilizce bildiği ve %2'sinin diğer dilleri bildiği belirlenmiştir.⁹⁴

Tablo 8 : Çalışanların Yabancı Dil Bilgisi

Yabancı Dil	Frekans	%	Kümülatif
Bilmiyor	18	52,9	52,9
İngilizce	14	41,2	94,1
Diğer Diller	2	5,9	100
Toplam	34	100	

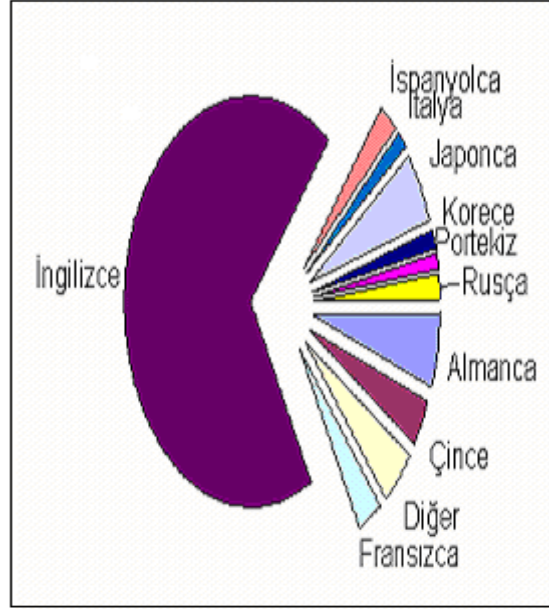
(Kaynak : YAHYAGİL Mehmet Y., KOBİ'ler için Bilgi İşlem Ağının Uygulaması Sorunlar ve Çözüm Önerileri.)

İngilizce konuşulan ülkelerde her alanda olduğu gibi (her sektörde) internet kullanımının daha yüksek olduğu görülmektedir. İnternetli nüfusun anadilini inceleyecek olursak İngilizce anadilli insanların internet nüfusunun en büyük dilimini oluşturduğu görünüyor. Bu oranın İngilizce anadillilerin dünya nüfusuna oranın çok

⁹³YAZMAN, s.37.

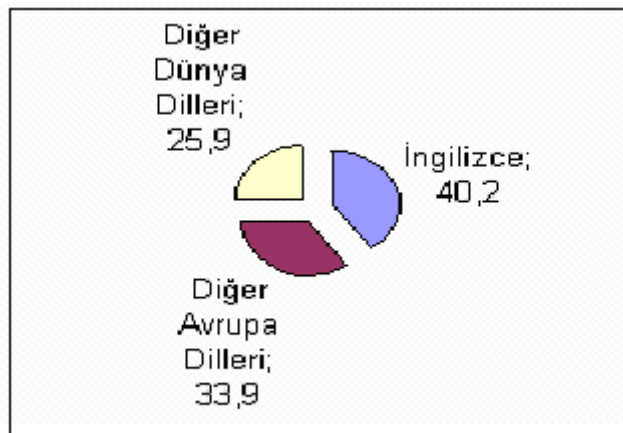
⁹⁴ Mehmet Y. YAHYAGİL, *KOBİ'lerde Bilgisayar Teknolojileri Uygulamaları*, İTO Yayınları, Yayın No.2001-26, İstanbul 2001.

daha üstündedir. İngilizce olarak yayınlanan sayfaların üstünlüğü görülürse Türkçe sitelere ne kadar ihtiyaç olduğu daha belirgin olarak ortaya çıkıyor Ülkemizde yabancı dil bilen elemanların az oluşu ve bu elemanların istihdamının maliyetli olmasından dolayı Türkçe içerikli web sitelerinin artırılması gerekmektedir. İnternetin tabana yayılması ancak bu şekilde sağlanabilir.



Şekil 1 : Web Sitelerinin Yayınlandığı Diller

(Kaynak : İnternet Kullanımında Sayısal Uçurumun Daraltılması ve Türkiye Önerileri, Ömer ARASIL, Mustafa ALKAN, Müberra GÜNGÖR, Gökhan EVREN Global Reach8)



Şekil 2 : İnternetli Nüfusun Anadili

(Kaynak : İnternet Kullanımında Sayısal Uçurumun Daraltılması ve Türkiye Önerileri, Ömer ARASIL, Mustafa ALKAN, Müberra GÜNGÖR, Gökhan EVREN Global Reach8)

2. Bilişim Teknolojisinde İstihdam Sorunu

Globalleşmeyle sınırların kalktığı ve bilgi toplumuna geçtiğimiz bu çağda, üretilen teknoloji kadar bu teknolojiyi kullanacak kalifiye eleman açığı hızla artmaktadır. Bu açık özellikle bilişim sektöründe kendini hissettirmektedir. Yapılan araştırmalara göre Avrupa'daki bilgi işlem elemanı açığının 2005 yılında 500.000, tüm dünyada 1.500.000'i aşacağı tahmin edilmektedir. Ülkemizde de durum bundan pek farklı değildir.

Türkiye Bilişim Vakfı'nın araştırmalarına göre Türkiye'nin bilgi toplumu olabilmesi için ihtiyaç duyulan bilişim uzmanı 2000 yılında 70 bin civarında idi. Cisco ve IDC'nin (International Data Corporation) raporlarına göre Türkiye'deki bilgisayar ağları uzmanı açığı 2002 yılı için 12 bin, 2003 yılı için ise 20 bin kişi olarak tahmin ediliyor. Bu sayı batı toplumlarındaki bilgisayar mühendislerinin nüfuslarına oranlaması ile elde edilmiştir.⁹⁵

Ülkemizi yarınlara taşıyacak olan bilgi işlem elemanları açığı her gün artarak devam etmektedir. Yakın bir gelecekte bu açığın daha da artacağı göz önüne alındığında devlet politikalarının yeniden ele alınması gerekmektedir. Dünyanın en fazla yazılım ihracı yapan ülkesi olan Hindistan'da her yıl yaklaşık olarak 200.000 bilişim elemanı yetiştirilirken ülkemizde bu sayı önemsenmeyecek kadar azdır. En az 4 yıl sonrası düşünülürse 4 yıllık bir fakülteden mezun olabilecek bilişim insanı sayısı 5,026'dır. Bu rakam içerisinde bilgisayar mühendisi sayısı da 2,811'dir. Halen ülkemizde yaklaşık 6,000 bilgisayar mühendisi vardır.⁹⁶

⁹⁵ Y.GÖKTAŞ, *Bilişim Sektöründe Eleman Açığı :Mevcut Durum Ve Çözüm Önerileri* , s.3, <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/93.doc>, 01.11.2003.

⁹⁶ Y.GÖKTAŞ, *Bilişim Sektöründe Eleman Açığı :Mevcut Durum Ve Çözüm Önerileri* , s.2, <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/93.doc>, 01.11.2003.

Tablo 9 : 2002 Yılı 4 Yıllık Bilişim ile Bölümlerinin Kontenjanları

Mühendislik	Eğitim	Fen-Edebiyat	Bilg. Ve Enform.	Toplam
2811	1880	135	200	5026

(Kaynak : Yüksel Göktaş, Bilişim Sektöründe Eleman Açığı :Mevcut Durum ve Çözüm Önerileri)

Bugünkü şartlarda işletmelerin ihtiyacı olan bilgi işlemci personel açığını kapamaları çok zordur. Bilişimci personel sayısının ihtiyacın çok altında olması, bu personelin istihdamı işletmeler için çok pahalıya mal olmaktadır. Küçük ve orta ölçekli işletmelerin bilgi işlem elemanı istihdam etmesi bir çok konuda daha da zor hale gelmektedir. Şöyle ki her yıl yetişen sınırlı sayıdaki bilgi işlemci personelin çoğu büyük işletmelerde işe başlamaktadır. Hem ücret olarak hem de sosyal hak ve güvence olarak istedikleri şartları ancak büyük işletmeler karşılayabilmektedir.

İnsan gücü açığı için köklü önlemler alınmalıdır. Tüm dünyada ve özellikle Türkiye’de bilgi teknolojileri sektöründe yetişmiş insan gücü açığı had safhadadır. Teknisyenden doktoralı insan gücüne kadar geniş bir yelpazede insan yetiştirilmelidir. Öte yandan, ülkemiz yetişmiş elemanlarını yurt dışına kaptırmaktadır. Beyin göçünü önlemek için köklü önlemler alınmalıdır. İnsan gücü yetiştirmede kritik etmen olan öğretim üyeliği mesleği cazip hale getirilmelidir. Üniversiteler yeniden yapılanmalıdır. Üniversitelerde bilgi teknolojileri programları geliştirilmelidir. Öğretim üyeleri bilgi teknolojileri alanında yeniden eğitilmelidir. Atıl işgücü bilgi teknolojileri alanında yeniden eğitim ile sektöre kazandırılmalıdır. Bilgi teknolojileri alanındaki insan gücü açığını kapatmak için sertifika programları hayata geçirilmelidir. Vatandaşlarımızın bilinçli birer bilgi teknolojisi kullanıcısı olmaları hedeflenmelidir.⁹⁷

International Institute for Management Development araştırmalarının yayınlandığı "The World Competitiveness Year Book 2000"de, Türkiye sadece bir konudaki sıralamada ABD’nin hemen ardından geliyor: Ülke gençliğinin bilim ve teknolojiye ilgisi. Bu, ABD’nin 47 ülke arasında 18. olduğu bir alan. Ancak, yaşam süreçlerinde bu gençler öyle farklı bir sisteme giriyor ki, ABD’dekiler ülkelerini

⁹⁷ <http://ekutup.dpt.gov.tr/bilisim/oik576.pdf>, Bilişim Teknolojileri Ve Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporu DPT:2560-ÖİK:576 Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara 2001, s.39, 31.08.2003.

teknoloji konusunda birinci sıraya taşırken, bizim gençlerimiz iş hayatına atıldığında teknolojik olarak 41. sıradaki bir ülkede, o düzeye uyum göstermektedirler.

B) MÜTEŞEBBİSLERDE ANLAYIŞ SORUNU

Bugün itibariyle ülkemizdeki küçük ve orta ölçekli işletmelere baktığımızda, bu işletme sahiplerinin genelde teknik kökenli, çekirdekten yetişme kişiler olduğunu görmekteyiz. Sınırlı sermaye ve yüksek pazarlama maliyetleri dolayısıyla yerel pazara sıkışıp kalan bu işletmeler, yeni teknolojiler hakkında bihaberdirler. Eğitim düzeyinin düşük olması bir etken olsa da, asıl sorun işletme sahiplerinin yeni fikirlere biraz tedirgin yaklaşımlarından kaynaklanmaktadır. Bilişim teknolojilerine yapılacak ilk yatırım tutarının pahalı olmasının bunda büyük payı vardır ki bu işletmelerin büyük bir kısmı bu yatırımı yapacak mali güce sahip değildir. Pek çok işletme sahibi bilişim teknolojileri hakkında bilgi sahibi olmadığı için bu tür yatırımları riskli olarak görmektedirler.

Küçük ve orta ölçekli işletme sahiplerini bu konuda aydınlatmak için özellikle KOSGEB gibi kurumların daha çok çalışması ve daha çok işletmeyle ilgilenmeleri, pilot projeler geliştirmeleri gereklidir. Bu konuda yaşanan sorunlar genel olarak; işletme sahiplerinin eğitim düzeyinin düşüklüğü, yeni teknolojiler hakkında bilgi yetersizliği; internet teknolojisini kendi işletmesine nasıl ve hangi alanlarda uygulayabileceğini ve hangi noktadan başlaması gerektiğini bilememeleri olarak sıralanabilir.

1. Aile İşletmeciliği

Dünyadaki mevcut şirketlerin %90'ının aile şirketi olduğu belirtilmektedir. Yine araştırmalar aile şirketlerinin ömürlerinin 25 yıl olduğunu göstermektedir. Bu nedenle daha uzun süreli yaşamak için kurumsallaşmak kaçınılmazdır.

KOBİ'lerin genelde birinci kuşak sahiplerince yönetildiğini görmekteyiz. Bu da tüm esnekliklerine rağmen yeniliklere hızla uyum sağlamalarını engellemektedir. KOBİ'lerin genelde bilgiye ulaşma ve bilgi eksikliği nedeniyle verimlilikleri ve katma

değer yaratmaları yeterince yüksek olmamaktadır. Bu da kaynak sorununu derinleştirmektedir. Bilgi eksikliği nedeni ile KOBİ'ler kaynaklara ve teknolojiye ulaşmakta da sorun yaşamaktadır. Ülkemizde KOBİ'lerin büyük bir kısmının hala internetten habersiz olduklarını görmekteyiz. İnternet ve bilişim teknolojilerinin işletmelere getireceği avantajlar bilinmemektedir. Yapılacak yatırımlar tamamen işletme sahibinin inisiyatifi ve kararları doğrultusunda verildiği için bu kararlar çoğu zaman negatif sonuçlar vermektedir.

İşletme sahiplerinin, işletmenin bir aile şirketi olmasından yada çekirdekten yetişme olmalarından kaynaklanan sebepler ile her işe müdahale etmek zorunda olmak gereğini düşünmeleri ve yetki devri yapmamaları gibi sebepler ile firmanın gelişim ve değişimlerin gerisinde kalmalarına sebep olmaktadır. Yetki devri yapamamaları profesyonelleşmeyi ve kurumsallaşmayı engellediği gibi, bu sorunu yaşayan KOBİ'lerin bilgi kullanımını da azaltmaktadır

Özellikle girişimci özellikleri ön plana çıkararak başladıkları işlerde modern ekonomi, işletme ve küreselleşmenin gereklerine uygun bir ön araştırma, planlama ve yapılanma eksikliği sebebi ile bir çok girişim başarısızlıkla sonuçlandı gibi çalışan işletmelerin de verimsizlik içinde olmalarının nedeni kalifiye olmayan işverene bağlıdır.

Ülkemizde kurulan şirketlerin ilk bir yılın sonunda %50'ye yakını, sonraki yıl %60'ı ve 5 yıl içinde de %80'i kapanmaktadır.⁹⁸ Bu büyük oranda işverenin gelenekçi olması, her işi üstlenmesi, yetki devri yapmamasının bir sonucudur.

2. Bilişim Teknolojisinde Yetersizlik

Türkiye'deki KOBİ'lerin en önemli sorunlarından biri de, alınan kararların nicelik ve nitelik olarak yeterli bilgiye dayandırılmamasıdır. Bu kısaca, işletmelerde yönetim bilgi ihtiyacının karşılanamaması şeklinde de ifade edilebilir. Bu tespit,

⁹⁸ <http://www.personelonline.com/girişimci.htm>, 02.12.2003.

bilgilenme sürecinin bilgi toplama aşaması yanında, bilgi işleme ve bilgi değerlendirme aşamalarını da kapsamaktadır.⁹⁹

KOBİ'lerin başarısızlık nedenlerinin çoğunun arkasında bilgi eksikliği yatmaktadır. Ancak bu sorun, henüz işletmelerimiz tarafından yeterince algılanamamıştır. Aslında en önemli sorun da buradadır. Bugün pek çok işletme, bilgi toplama, bilgi işleme ve bilgi değerlendirme için harcanan paraları gereksiz bir masraf olarak görmektedir. Halbuki, günümüzde bilgi bir üretim faktörü olarak kabul edilmektedir. Hatta, pek çok gelişmiş ülkede, bilgi üreten ve pazarlayan firmalar faaliyet göstermektedir.

Bilgi eksikliğinden kaynaklanan en önemli işletmecilik hataları, henüz yatırımın fizibilite aşamasında başlamakta, işletmenin yaşamı boyunca da devam etmektedir. Fizibilite çalışmalarının bilgiye dayandırılmaması sonucu, ürün ve pazar seçimi, ölçek, teknoloji ve kuruluş yeri seçimi gibi konularda geriye dönülmesi çok güç, hatta imkansız stratejik hatalar yapılmasına neden olmaktadır. Sermaye maliyetinin bu kadar yüksek olduğu bir dönemde, böylesi bir kaynak israfına özel sektör kuruluşlarının, hele KOBİ'lerin katlanması imkansız olduğundan, bu tür hataların cezası, yatırım projesinin henüz doğmadan ölmesi anlamına gelmektedir.¹⁰⁰

Türkiye'deki KOBİ'lerin bilgi almasına yönelik bilgi işlem sistemleri yetersizdir. Özellikle planlama, standardizasyon, üretim, stok kontrol, araştırma, koordinasyon, eğitim, güvenlik ve danışmanlık gibi karmaşık hizmetlerin verimli bir şekilde yürütülmesi, ancak etkili bir "bilgi işlem sistemi" oluşturmaya bağlı olacaktır.

KOBİ'lere gerekli olan bilgiler, birçok kamu kurumu ve özel sektör kuruluşları tarafından sağlansa bile, dağınık durumdaki bu bilgilerin belirli kuruluşlarda toplanarak KOBİ'lerin hizmetine sunulması konusunda henüz tam bir çalışma yapılamamıştır. Bu da KOBİ'lerimizin, bu bilgilere ulaşma ve temin etme imkanlarını zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, KOBİ'ler yanlış kararlar almaktadırlar.

⁹⁹ Tamer MÜFTÜOĞLU, *Türkiye'de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler; Sorunlar ve Önerileri*, Sevinç Yayınevi, 3.Baskı, Ankara 1991, s.280.

¹⁰⁰ MÜFTÜOĞLU, s.281.

KOBİ sahipleri, genellikle hakkında bilgi sahibi olmadıkları alanlarda, fizibilite çalışması yapmadan ve üstesinden gelip gelemeyeceklerini uzun uzun düşünmeden, ani bir kararla iş kurmaktadır. Faaliyete geçtikten sonra da, yanlış anlaşmalar veya işletme içi yanlış kararlar sonucunda, geri çekilmek durumunda kalmaktadırlar.¹⁰¹

Büyük işletmelere oranla, KOBİ'lerin müşterilerine ya da tüketiciye daha yakın olmaları, onların sorunlarını keşfedip, teknik yeniliklerde bulunmaları ihtimalini artıracaktır. Ancak, bu sonucun elde edilebilmesi için, bir yandan ilgili firmalara piyasadaki gerekli olan verilerin hızlı, doğru, açık ve zamanında gelebilmesi, öte yandan bu verilerin işlenip, işletme için değerlendirilmesi gerekmektedir. Bugün KOBİ'ler, söz konusu bilgileri yeterli ölçüde ve zamanında sağlayamamaktadırlar.

Bilgilenme konusunda KOBİ'lerin bizzat başvurabilecekleri çok önemli bir imkan vardır. O da fuarlar, sergiler ve çeşitli toplantılardır. Oysa, KOBİ'ler bu tür imkanlardan parasal nedenlerden ve bilgi eksikliği nedeniyle yeterince yararlanamamaktadır. Uluslararası pazarlara açılmada fuarlar artık eskisinden daha çok önem taşımakta, birer bilgi alışveriş merkezleri olarak karşımıza çıkmaktadırlar.

Bugün geldiğimiz ileri teknoloji çağında yukarıda sayılan tüm bu sorunların çözümü gayet basittir. Bu çözüm bilişim teknolojilerine yatırım yapmaktır. Çoğu zaman kimi işletmeler için bu pahalı bir yatırım, mali güçlerini aşan bir yatırım olmaktadır. Burada devletin bizzat olaya müdahale ederek e-devlet gelişimi ile beraber tüm işletmeleri internete taşıyacak çözümleri yüklenmesi veya ucuz kredi imkanı sağlaması gerekmektedir. Aksi halde bugünkü hızla küçük ve orta ölçekli işletmelerin internete geçmeleri, e-ticaret uygulamalarından faydalanmaları, Bilgisayar Destekli Tasarım ve Üretim yapmaları çok uzak görünmektedir. Ülkemizdeki KOBİ'lerin bu konuda çok geri kaldığı aşikardır.

KOBİ'ler bilgisayar teknolojilerini kullanma açısından kötü durumdadırlar. Yapılan araştırmalara göre, KOBİ'lerin % 80'inde bilişim altyapısının olmadığı ve % 20'sinde ise ortalama bilgisayar kullanımının 3 ile 4 arası olduğu, bunlarında muhasebe

¹⁰¹ DİNÇER, s.428.

departmanlarında kullanıldığı gözlenmiştir. Teknolojiyi kullanabilen 1-1.5 milyon KOBİ'nin ise sadece 200 bininin bilgisayarı vardır. Geri kalanı henüz bilgisayarla tanışmamışlardır. 200 bin KOBİ'ninde toplam 700 bin bilgisayarı mevcuttur.¹⁰²

C) SINIRLI SERMAYE

KOBİ'lerin yapısı itibariyle, en büyük özellikleri kuruluş aşamasında öz kaynak kullanmaları yani kuruluş sermayesi için gerekli olan kaynağı müteşebbisin tasarruflarından oluşturmalarıdır. KOBİ'lerin faaliyete geçtikten sonraki ilk yıllarda yatırım yapmaları için yeni finansman kaynaklarına ihtiyaç duymaları söz konusudur. Yeterli özkaynağa sahip olmayan işletmeler yeni yatırımlarını gerçekleştirmede ve büyümelerinin finansmanında kaynak sağlama sorunuyla karşılaşmaktadır. İşletmelerin bu dönemde bilgi sistemlerine yatırım yapmaları ve üretimlerinden stok kontrolüne kadar bilişim teknolojisinden faydalanamamaları söz konusu olmaktadır.

Yapılan araştırmalarda bu tür işletmelerin genellikle ilk beş yılda yok olduklarını göstermiştir. Kuruluşu takip eden ilk yılları başarılı bir şekilde geçiren işletmeler izleyen yıllarda piyasaya ve rekabet koşullarına kolayca uyum göstermektedir. Buna alternatif olarak kullanılan banka kredisi ise yüksek reel faiz oranlarının mevcudiyeti nedeniyle işletmelere önemli bir maliyet yüklemektedir. Özkaynakla finansman doğrudan ortaklardan sağlanabileceği gibi sermaye piyasası yoluyla da sağlanabilmektedir.¹⁰³

1. Aile İşletmeciliği

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin en önemli nitel özelliği, bu işletmelerde girişimcilik, yöneticilik ve mülkiyetin, aynı kişide toplanmasıdır.

¹⁰² <http://www.hurriyetim.com.tr/eko.01.htm>,2001 , 21.08.2003

¹⁰³ G.ARAS, A.MÜSLÜMOV, *Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisinde Kobi'lerin Yeri : Finansman, Ekonomik Sorunları Ve Çözüm Önerileri*, s.3, http://www3.dogus.edu.tr/amuslumov/Kuresel_KOBI_MAG.pdf, 13.09.2003.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin bu özelliği, Türkiye'deki. küçük ve orta ölçekli işletmelerin en önemli darboğazını da beraberinde getirmektedir: Maalesef yurdumuzda girişimcilik ve yöneticilik niteliklerini kişiliğinde bütünleştirebilmiş işletme sahibi sayısı çok azdır, işletme sahibi olmak için gereken finansman imkanlarına sahip olan kişinin aynı zamanda iyi bir girişimci ve yönetici olması, ancak tesadüfen mümkün olmaktadır. Ayrıca bu tesadüfün gerçekleşme derecesinin çok düşük olduğunun belirtilmesi yerinde olur.¹⁰⁴

Böylece sınırlı sermayenin yarattığı ve aile işletmesi şeklinde yönetilen KOBİ'lerde istihdam edilmeyen uzman yöneticilerin olmaması bilgi sistemlerine ilginin azalmasına neden olmaktadır.

2. Kredi Alamama Sorunu

KOBİ'lerin sorunlarını ele alırken ilk belirtilmesi gereken husus enflasyonun öz sermayeyi eritmesidir. Aşırı artan girdi fiyatlarının maliyetleri yükseltmesine karşın bunu fiyatlarına yansıtamayan KOBİ'lerin, zaten yetersiz olan özsermayeleri zaman içinde erimektedir. KOBİ'lerin ortak özelliklerinden biri olan özkaynak yetersizliği özellikle konjüktürel dalgalanmanın olduğu dönemlerde kendini hissettirmektedir. KOBİ'lerin sermaye yapılarının zayıflığı ilk olarak işletmelerin kuruluşunda ortaya çıkmakta ve pek çok KOBİ için süreklilik kazandığından işletmenin daha sonraki faaliyetlerinin tümünü etkilemektedir. Dış kaynakların bulunmasında karşılaşılan güçlükler ile birleştiğinde yeni yatırımların yapılmasını, yüksek teknoloji sağlanmasını engellemektedir.¹⁰⁵

Girişimciler ellerindeki küçük sermayeler ile işletmeler oluşturmakta, bu özsermayeleri de hem yatırım hem de pazarda yer almak için yeterli olmamaktadır. KOBİ'ler piyasa koşulları nedeni ile vadeli satışlarını da özsermayeleri ile finanse

¹⁰⁴ MÜFTÜOĞLU, s.179.

¹⁰⁵ Ertan OKTAY ve Alptekin GÜNEY, 21.Yüzyılda Kobi'ler: Sorunlar, Fırsatlar Ve Çözüm Önerileri” Sempozyumu, 03-04 Ocak 2002, Doğu Akdeniz Üniversitesi, K.K.T.C, Türkiye'de Kobi'lerin Finansman Sorunu Ve Çözüm Önerileri, s.4.

etmek zorunda kalmaları zayıflayan ekonomik yapının bilgi sistemlerini ertelenmiş bir ihtiyaç gibi görmelerine neden olmaktadır.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin hemen hepsinde işletme sahibi / yöneticiler teknik kökenli olduğundan, muhasebe ve finansman konularında çok az bilgiye sahiptirler. Bu konu genellikle istihdam ettikleri muhasebeci rolündeki kişiler tarafından yönetilmektedir. Uzman kişi veya kuruluşlardan bilgi alma imkan ve olanakları kısıtlıdır. Bu durum işletme faaliyetlerini olumsuz etkilemektedir, işletmenin devamı için gerekli olan kaynağı bulamadıkları gibi çoğu zaman yeni yatırım yapacak kaynağı da bulamamaktadırlar. Bundan dolayı işletme büyüyememekte ve faaliyetleri bölgesel bazda kalmaktadır.

ISO'nun 2000 yılı ikinci yarısında KOBİ'lerle ilgili yapmış olduğu anket sonuçlarından da anlaşılacağı üzere bu işletmelerin finansman aracı olarak kendi özsermayelerini kullandığı, ikinci finansman aracı olarak da banka kredilerine yöneldiği görülmektedir. Diğer finansman kaynaklarını ise pek kullanmamaktadırlar.

Tablo 10 : İşyerleri İtibariyle Finansman Kaynak Kullanım Oranları

FİNANSMAN KAYNAKLARI	KÜÇÜK ÖLÇEKLİ İŞYERLERİ	ORTA ÖLÇEKLİ İŞYERLERİ	BÜYÜK ÖLÇEKLİ İŞYERLERİ	TOPLAM İŞYERLERİ
ÖZKAYNAK	88.20	82.90	80.70	84.70
TİCARİ BANKA	40.10	59.70	73.10	54.20
EXİMBANK	11.10	26.00	48.00	25.00
YAT.KAL.BANK	0.30	2.80	9.90	3.50
FİNANS KURUMU	4.00	7.20	21.10	9.40
FACTORİNG	4.70	16.60	21.60	12.50
LEASİNG	16.20	21.50	26.90	20.50
DİĞER	9.80	8.30	8.80	9.10

(Kaynak:İstanbul Sanayi Odası: Ekonomik Durum Tespiti 2000/2)

Bazı bankaların KOBİ'lere yönelik kısa süreli işletme kredisi çalışmaları olmaktadır. Bu kredilerde de KOBİ'ler vade, limit, faiz oranı sorunu yaşamaktadır. En önemli sorunları da bu krediyi alabilmek için kendilerinden istenen teminatlarda olmaktadır. Finans kuruluşları riskli gördükleri KOBİ'lerle kredi ilişkisine girmek için

yüksek teminatlar istemektedir. Bu da KOBİ'leri kısır döngüye sokmaktadır.¹⁰⁶ Türkiye'de en yaygın finansman aracı olan banka kredilerinden KOBİ'lerin yararlanma oranı çok düşüktür. KOBİ'ler toplam bankacılık sektörü kredilerinin 1998 yılında %4,60'ı, 1999 yılında ise %4,82'sini kullanmışlardır.¹⁰⁷ Özsermeyeleri ile yeterli gelişmeyi sağlayamayan KOBİ'lerin ayrıca kredi alamama sorunları ile karşılaşmaları nedeniyle internetle tanışmaları ve optimal kullanımları gecikmektedir.

3. Ar-Ge Yetersizliği

Büyük ölçekli işletmeler, genelde bütün işlevlerini ekonomik açıdan inceleyebilmekte, analiz edip yorumlayabilmekte ve bu yolla bir takım ekonomik sonuçlar ortaya koyabilmektedirler. Ne var ki, bu olgular KOBİ'ler açısından oldukça kısıtlıdır. Hem aile işletmeciliğinin ekonomik kısıtlılığı hem de kredi alamama nedeniyle ekonomik zorluklar yaşayan KOBİ'lerin Ar-Ge için bütçe oluşturması mümkün olmamaktadır. Ar-Ge ile ilgili sorunlar kapsamında teknolojik gelişmelerin yadsınamaz bir yeri vardı. Türkiye'de KOBİ'ler, yenilik ve değişen teknolojiler karşısında yetersiz kalmakta ve olanaklarını değerlendirememektedirler.

Yeniliklerin taşıdığı önem, Türk işletmelerinin uluslararası piyasalarda boy göstermeye başladığı son yıllarda açık bir şekilde anlaşılmıştır. Zira yeniliklere açık olmayan ve bu konuda başarılı olamayan bir işletme, uzun bir süre piyasada kalamamakta ve önünde duran büyüme imkanlarını değerlendiremeyerek faaliyetlerini nispeten küçük ölçeklerde devam ettirmeye mahkum olmaktadır. Yeniliğin günümüz işletmeleri açısından taşıdığı önem, şu benzetmede güzel ve anlamlı bir şekilde dile getirilmiştir; "İşletmecilik aşağı doğru akmakta olan bir nehirde ters yönde kürek çekmeye benzer, durduğunuz an gerilemiş olursunuz".¹⁰⁸

¹⁰⁶ OKTAY, GÜNEY, s.6.

¹⁰⁷ G.ARAS, A.MÜSLÜMOV, *Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisinde Kobi'lerin Yeri : Finansman, Ekonomik Sorunları Ve Çözüm Önerileri*, s.7, http://www3.dogus.edu.tr/amuslumov/Kuresel_KOBI_MAG.pdf, 13.09.2003.

¹⁰⁸ MÜFTÜOĞLU, s.199.

Gümrük duvarlarının ve geleneksel korumacılığın giderek kalktığı, ulusal pazarların herkese açık olduğu bir dünyada rekabet etmek KOBİ' ler için daha da zorlaşacaktır.

Bilimsel ve teknolojik bulguları ekonomik ve toplumsal faydaya dönüştürme yeteneğine sahip bulunmayan herhangi bir ülke, sektör ya da işletmenin geleneksel korumacılığın kalktığı, uluslararası rekabete açık bir dünyada varlığını uzun zaman sürdürmesi mümkün gözükmemektedir.¹⁰⁹

Üyelik sürecini yaşadığımız Avrupa Birliği yenilikçi işletmelerin kurulması ve bu işletmelerin yeni ürün ve üretim teknolojileri geliştirmelerini temin etmek amacıyla geçmişte başlattığı muhtelif program ve projeleri ERA- Avrupa Araştırma Alanı politikası altında birleştirmiş ve bu politikaların uygulama aracı olarak Ar-Ge Çerçeve Programlarını yürürlüğe koymuştur. Türkiye'nin TÜBİTAK liderliğinde katılmayı hedeflediği 6. Ar-Ge Çerçeve Programı 2003-2006 dönemini kapsamaktadır.

Ülkemizde ise AR-GE faaliyetleri yapmak isteyen işletmelerin çalışmalarını kolaylaştırmak, desteklemek ve hayata geçirmelerine katkıda bulunmak üzere KOSGEB Teknoloji Geliştirme Merkezleri, TÜBİTAK-TİDEB, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı gibi kuruluşlar KOBİ'lere muhtelif hizmetler, yardımlar ve destekler sağlamaktadır.¹¹⁰

Devlet İstatistik Enstitüsü'nün yaptığı araştırmaya göre 1999 yılı rakamları itibariyle Türkiye'de çalışan her bin kişiden sadece 1,1'i AR-GE elemanı iken ülkeler itibariyle yapılan çalışmanın sonuçları Rusya'da çalışan her bin kişiden 15,3'ü Japonya'da 13,6'sı, Danimarka'da ise 12'si araştırma geliştirme bölümlerinde çalışıyor. Avrupa Birliği'nin ortalamasının 9,4 olduğu araştırmanın sonuçlarına göre, birçok ülkelerin temel alınan yılları Türkiye'den eski olmasına karşın Ar-Ge elemanı açısından en kötü rakamlar Türkiye'ye aittir.¹¹¹

¹⁰⁹ ÇOLAKOĞLU, s.187.

¹¹⁰ http://www.ttg.gov.tr/tur/05_sanayici_rehberi/51.htm, 01.12.2003,

¹¹¹ Desteknoloji Dergisi, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, Sayı: Sonbahar/2001, s.29, http://www.ttg.gov.tr/tur/tur_anamenu.html , 03.02.2003 .

D) KALİTE STANDARTLARI SORUNU

Günümüzün iş dünyası son yıllarda yeni bir kavramla tanıştı. “Kalite” ve “Kalite Güvencesi” kavramları, özellikle 1980'li yıllardan itibaren ulusal ve uluslararası piyasalarda mal ve hizmet satın alan tüm bireysel ve kurumsal müşteriler açısından öncelikli bir koşul haline geldi. Uluslararası standartlara uygun olmayan üretim ve pazarlama koşullarına sahip firmalar küresel piyasalarda olduğu kadar iç pazarlarda da tutunamazken, ISO'nun yarattığı standartlara uygun olarak üretim yapan şirketler başarılı oldular. Bu nedenle birçok şirket bünyelerinde uluslararası standartlara uygun tasarım, üretim ve dağıtım organizasyonları oluşturmaya, ISO'nun oluşturduğu küresel standartlara uygun düzenlemeler yapmaya yöneldiler.¹¹²

Artık günümüzde; toplam kalite kontrol, işletme çapında kalite geliştirme, kalite iyileştirme, sıfır hata, kalite güvencesi gibi unsurları içine alan Toplam Kalite Yönetimi aşamasına geçilmiştir. Ürün kalitesini etkileyen faktörler; pazarın profilinden, tüketiciye verilecek servis hizmetlerine kadar tüm süreci kapsamaktadır. Üretimlerinde standart yaratarak sürekliliği sağlayamayan KOBİ'lerin ihracat için interneti kullanarak yeni pazarlara ulaşmasının da bir anlam ifade etmemesi söz konusudur. Yani kalite sorunlarında aynı sektördeki tüm dünya rakiplerinden bir adım geride kalmışlardır.

ISO 9000; işletmelerde kalite güvencesi için kurulmuş, kapsamlı bir standartlar kümesidir. Etkili bir kalite yönetim sisteminin nasıl kurulabileceğini, dökümanite edilebileceğini ve sürdürülebileceğini göz önüne serer. Bunlar sadece büyük ölçekli işletmelerin değil, Türk sanayisinde önemli yeri olan KOBİ'lerinde yerine getirebilecekleri genel şartları içeren, uygulanabilir standartlardır.

AB ve EFTA (Avrupa Serbest Ticaret Birliği) üyesi ülkelerde geçerli olan “Ürün Sorumluluğu Yönergesi” üreticinin ürünlerinin kusursuzluğunu belgelemesi zorunluluğunu getirmektedir. Artık kalite belgesi bu ülkelere ihracat yapabilmek için “vize” kadar önem kazanmıştır.

¹¹² Desteknoloji Dergisi, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, S.1/02, s.21, http://www.ttgvt.org.tr/tur/tur_anamenu.html , 03.02.2003.

Bugün dünya pazarlarında söz sahibi olmak isteyen uluslararası işletmeler kalite standartlarını uygulamaya koymuşken, kendine gelişmiş ülkeler arasında bir yer edinme çabasında olan Türk KOBİ'lerinin bu sürecin dışında kalması olanaksızdır. Özellikle Gümrük Birliği'ne girdikten sonra tarife dışı engel olarak karşılına çıkan ISO 9000 Kalite Güvencesi Sistemi Standartlarından birine sahip olmaları, KOBİ'lerin yararına olacağı gibi, Türkiye Ekonomisi içinde büyük önem taşımaktadır.¹¹³

Küçük ve orta ölçekli işletmeler özellikle Gümrük Birliği sonrası yoğun bir rekabet ortamıyla karşı karşıya kalmışlardır. KOBİ'lerin Gümrük Birliği'nden sonra AB'deki işletmelerle rekabet edebilmeleri için bazı kıstasları karşılamaları gerekmektedir. Bu kıstaslar ISO 9000 Kalite Standartları, CE İşareti, ISO-14000 Çevre Yönetim Standartları, Eko-Etiket, Yeşil Nokta'dır.

Son yıllarda giderek artan sorunlar, çevre duyarlılığının gelişmesine yol açarak, tüketicilerin tercihlerini yaparken kalite, çevre, hijyen gibi konularda da güvence istemesine kadar ulaştı. ISO 14000 standardı bu doğrultuda yaratılmış bir kalite güvencesidir. Bu standardı sağlamış kuruluşlar çevreyi koruduklarını ve bunu bir sistem içinde yaptıklarını TS EN ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemi standartları aracılığı ile kamuoyuna duyurabiliyor. Dünyada ekonomik yaşamın değişen koşullarında TS EN ISO 14000 Çevre Yönetim Sistemi, küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin pazarda rekabet edebilmelerini sağlayan araçlardan biridir.¹¹⁴

Şirketlerin günümüzde kolay ihracat yapmaları mümkün değildir. ISO-9000 ve devamı standardizasyon uygulamaları giderek yaygınlaşmakta, bu standardı taşımayan ürünlerin rekabet imkanı kalmamaktadır. AB ülkeleri için geçerli CE işareti de, Avrupa'ya uygunluk taşımayan ürünlere ihraç imkanı tanımamaktadır. Dolayısı ile sadece üretmek yeterli olmamakta, belirli standartları yakalamak ve internet üzerinden sürekli duyurmak gerekmektedir.

¹¹³ <http://iktisat.uludag.edu.tr/dergi/5/gulay2/gulay2.html> , 28.01.2004.

¹¹⁴ Desteknoloji Dergisi, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, S.1/02, s.21, http://www.ttgvi.org.tr/tur/tur_anamenu.html , 03.02.2003.

E) YASAL SORUNLAR

Deregülasyon sürecini tamamlayıp telekom sektörünü serbestleştirmiş ülkelerde, üzerinde sayısal kalıptaki paketlerin yer aldığı trafiği taşıyan ana iletim ve erişim altyapılarını işleten farklı operatörler bulunmaktadır. Türkiye'de bu işletim tekeli henüz kalkmıştır. Buna göre, ülkemizde tek bir altyapı operatörü: Türk Telekomünikasyon A.Ş. vardı. Türk Telekom, bu özelliği ve mevzuat olanakları çerçevesinde, yalnızca operatör kimliği ile değil, düzenleyici kimliğiyle de davranabilmektedir. Son günlerde sıkça gündeme gelen liberalleşme konusu, ses trafiğinin tekel yapısı içinde tutulması ve daha ileri tarihlerde serbestleştirilmesi kararları nedeniyle yeterli açıklığa kavuşmamaktadır.

Oysa günümüzde tüm regülasyon yönelişlerinde öncelikle gözetilmek ve önü açılmak istenen yakınsama olgusu, temelinde ses-data ayırımını ortadan kaldıran bir doğaya sahiptir.

Öte yandan, tüm dünyada hızla artan bant genişliği altyapı ile bağlantılıdır. Türkiye'de internet için yapılan altyapı yatırımları TURNET ve bunu yenileyen TTNET ile sınırlı kaldığı için, bu yatırımlar da gereken hızda tamamlanamamıştır.

1. Hukuki Düzenlemeler

Elektronik ticaret ve internet işlemlerindeki en önemli konuların başında yasal düzenleme yetersizliği ve belirsizliğidir. Yasal belirsizlik özellikle internet aracılığıyla yapılan ticaretin geliştiği ülkelerde düzenleme boşluğu ortaya çıkarmıştır.

İnterneti yürürlükteki mevzuat açısından ele aldığımız zaman, konunun farklı yönleri bakımından oldukça değişik bir görünüm ile karşılaşmaktayız. Hukuk sistemimizin, internetin bazı önemli öğelerinin düzenlenmesi bakımından yetersiz olduğu anlaşılacakla beraber, birçok yönlerine çözüm getirecek hükümleri bulunduğu da görülmektedir.

Amaç, internetin hukuk alt yapısının, kamu hukuku alanında da kısıtlayıcı olmaktan ziyade düzenleyici, istikamet verici ve hatta teşvik edici hükümler ile kurulması; internetin önünün hukuk yolu ile açılması ve çağı simgeleyen bu olağanüstü olgunun, herkese sınırsız açık tutulmasını temin edecek kuralların getirilmesidir.

Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu Hukuk Çalışma Gurubu Raporunda; elektronik ticarete ilişkin faaliyetler ve yasal düzenleme alanları aşağıda yer alan başlıklar altında değerlendirilmiştir.¹¹⁵

- Tüketicinin korunması ile ilgili mevzuatın elektronik ticaret açısından yeniden gözden geçirilmesi,
- Elektronik ortamda sözleşmelerin yapılması konusunun Borçlar Hukuku çerçevesinde irdelenmesi,
- Elektronik ortamda elde edilen veya muhafaza edilen delillerin tanınmasının Usul Hukuku açısından değerlendirilmesi,
- Elektronik imza konusunda, özellikle gizli anahtar unsurunun tevdi edileceği bir kuruma gerek duyulup duyulmadığının incelenmesi,
- Elektronik ödeme araçları arasında yer alan elektronik parayı kullanıma sunacak olan kurum ve bu kurumla ilgili hukuki çerçevenin belirlenmesi,
- Elektronik ödeme sistemlerinde faaliyet gösterecek operatörlerin saptanması, bu operatörler arasında yapılacak sözleşmeler açısından Rekabet Kanunundaki ilkeleri dikkate alan hukuki kuralların saptanması,
- Elektronik ödeme araçlarını verenler ile kullananlar arasındaki sorumluluk dağılımının hukuken ve adil bir orantı gözetilerek tesisi,
- Elektronik ödeme araçlarının yasadışı faaliyetler için kullanılmasını önleyici cezai tedbirlerin alınması,
- Elektronik ödeme araçlarının çalınması veya kaybedilmesi halinde sorumluluk ve ispat yükü konularının düzenlenmesi,

¹¹⁵ <http://www.e-ticaretmerkezi.net/eticaretinetkileri.php>, 29.01.2004

- Servis sağlayıcılarının sorumluluğu ve bunun kapsamı (özellikle pornografi, ırkçı ve şiddete yönelik muhteva, hakaret, telif hakları ve haksız rekabet açısından),
- Elektronik işlemler sırasında açıklanan kişisel verilerin gizliliği ve korunması,
- Telif Hakları ve Komşu haklar ile ilgili Fikir ve Sanat Eserleri Kanununda yer alan çoğaltma, umuma arz, dağıtım yetkilerinin elektronik iletim açısından yeniden gözden geçirilmesi; bu konuda WIPO (Dünya Fikri Mülkiyet Teşkilatı) tarafından oluşturulan diplomatik konferansta hazırlanan iki uluslararası antlaşmaya (Telif Hakları Antlaşması ile icracı Sanatçı ve Fonogram Yapımcıları Antlaşması) taraf olunması hususunun değerlendirilmesi; kopyalamayı önleyici sistem ve bilgiler ile ilgili hükümlerin yukarıda sözü edilen Kanuna ilavesinin incelenmesi,
- On-line ticaret sırasında haksız rekabet ve aldatıcı reklamların irdelenmesi,
- Elektronik ticaret sırasında kullanılan internet alan isimlerin (domain names) hukuken korunması,
- Kamu alımlarında on-line sisteminin kullanımınıdır.

E-ticaret alanındaki hukuki düzenleme ihtiyacının mahiyetine gelince; bu alandaki en yoğun hukuki işlem olan mal ve hizmet satımı ve benzer sözleşmeler yönünden klasik ticareti düzenleyen Borçlar Hukuku genel hükümleri ihtiyacı karşılayacağı kabul edilmektedir. Ancak e-ortamdaki hız ve esnekliğin; yapılan hukuki işlemlerin içeriğinin ve tarafların kimliklerinin doğrulanması yönünden ispat hukuku, tüketici riskleri yönünden tüketici hukuku, otomasyona tabi tutulan kişisel bilgilerin korunması yönünden bilgi güvenliği hukuku konularında mevcut kuralların uyarlanması ve yeni kurallar konulması gereği üzerinde görüş birliği bulunduğu görülmektedir.

2. Bürokratik Engeller

KOBİ'ler, gerek kuruluş, gerekse de faaliyetleri sırasında, kamu kuruluşları ile olan ilişkilerinde bürokratik engellerle karşılaşmaktadırlar. KOBİ'lerle ilgilenen kamu kuruluşları arasında, tam bir işbirliği ve koordinasyon sağlanamaması kavram

kargaşasına, işlerin uzamasına sonuçta zaman ve para kaybına neden olmaktadır. KOBİ'ler kamu kurumları ile olan ilişkilerinde daha çok, gereksiz muamelelerin çokluğundan yakınmaktadırlar. Buna ek olarak, yönetmelik ve benzer mevzuatın yarattığı sorunlar ile, sistemin çok yavaş çalışması gibi durumlar en çok şikayetçi olunan konular arasındadır. Orta ölçekli işletmeler ise, daha çok belediyelerle olan ilişkilerinde, yerel yönetimin karar ve uygulamalarından doğan sorunlar ve memurların tutum ve davranışlarından kaynaklanan sorunları dile getirmektedirler.¹¹⁶

KOBİ'lerin, özellikle Gümrük Birliği nedeni ile, uluslararası pazarlarda karşılaşılabilecekleri yasal ve bürokratik engellerin nitelik ve niceliği değişmiştir. Bugün en önemli sorun da, KOBİ'lerin gerek yurt içinde, gerek yurt dışında, çeşitli yasal ve bürokratik engellerle yalnız başlarına mücadele etmeye terk edilmiş olmalarıdır. KOBİ'lerin karşılaştığı mevzuat hükümlerinin bazıları, gerçekten yanlış veya gereksiz yere getirilmiş; bazıları ise, doğru yere getirildiği halde, zamanla değişen koşullar bu hükümlerin doğruluğunu kaybetmelerine neden olmuştur.¹¹⁷

Bugün, mevcut bürokratik engellerin, kamu kuruluşları dahil olmak üzere bütün işletmeleri etkilerken en fazla KOBİ'ler üzerinde olumsuz etki gösterdiği görülmektedir. Oysa KOBİ'ler, birçok ülkede en büyük istihdam kaynağını teşkil etmekte; formalite yüklerinden de en çok yeni kurulmuş işletmeler etkilenmektedir. Bu noktada e-devlet gelişiminin gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

E-devlet en yalın biçimiyle; "Devletin vatandaşlara karşı yerine getirmekle yükümlü olduğu görev ve hizmetler ile vatandaşların devlete karşı olan görev ve hizmetlerinin karşılıklı olarak elektronik iletişim ve işlem ortamlarında kesintisiz ve güvenli olarak yürütülmesidir." biçiminde tanımlanmaktadır.¹¹⁸

Gelişen teknolojiyle beraber, devletin yönetim sisteminin gözden geçirilmesi ve hizmet kalitesinin artırılması zorunluluğu doğmuştur. Bu doğrultuda gelişmiş ülkeler

¹¹⁶ BAĞRIAÇIK, s.165.

¹¹⁷ Nezih VARGAN, "Küçük ve Orta Büyüklükteki Teşebbüslerden Bürokratik Yükün Kaldırılması", *A.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi*, Eskişehir Cilt:6. S.1, Haziran, s.192.

¹¹⁸ <http://bilisimsurasi.org.tr/home.php?cg=e devlet>, Türkiye Bilişim Şurası E-Devlet Çalışma Grubu Raporu, 10-12 Mayıs 2002, Ankara, s.4, 29.01.2004

artık e-devlet'ten söz etmeye ve devlet yapısının teknolojik yeniliklere uygun olarak dönüştürülmesi gereğini vurgulamaktadırlar. Bu nedenle Türkiye'de Ulusal Bilgi Sistemi oluşturma faaliyetleri başlatılmıştır. Bu sistemde; kamu internet servisi sağlayıcısının kurulması, sayısal imza ve elektronik haberleşme altyapısının oluşturulması ve benzeri yönde çalışmalar sürdürülmektedir.

E-devlet, devlet ve vatandaş arasındaki bağlantıyı büyük ölçüde değiştirebilir. Devletin vatandaşların isteklerine daha fazla ve daha hızlı cevap vermesini ve daha uzaktaki vatandaşlarla olan işlemlerin büyük ölçüde gelişmesini sağlayabilir.

Ülkemizde e-devlet konusunda, yer yer başarılı ama dağınık bazı çalışmalar olmasına rağmen örgütlü, planlı, öncelikleri ortaya konmuş bir e-devlet projesi oluşmamıştır. Bunun başlıca sebebi konunun toplumun gündemine henüz girmemiş olmasıdır. Siyasal ve bürokratik sahiplenme olmaması "e-devlet"ten sorumlu bir siyasal sahip ve icracı birimin olmaması, somut projelerin olmayışı ve kamuda iş birliği mekanizmalarının olmayışı da altı çizilmesi gereken önemli konular arasındadır. Ülkemizde bilgi teknolojilerinde ciddi insan gücü açığı ve personel politikaları nedeniyle kaliteli uzmanları kamuda tutmanın zorluğu da önemli problemler yaratmaktadır.¹¹⁹

E-devlet tüm bu bürokratik çarpıklıkları ve mükerrer işlemleri en aza indirgeyerek özellikle KOBİ'lerin sorunlarında azalma sağlayacaktır. Günden güne daha az bürokratik engelle uğraştığına inanan işletmelerin internet kullanarak e-devlet hizmetinden yararlanmaması söz konusu olmayacaktır.

F) ALTYAPI YETERSİZLİĞİ

Teknik altyapıdan kaynaklanan sorunlar, açık ağlara erişimi, dolayısıyla e-ticareti önemli ölçüde kısıtlamaktadır. Hızlı, güvenilir, ucuz ve herkesçe erişilebilir bir açık ağ altyapı olmaksızın, internetin ve e-ticaretin gelişme yolundaki ülkeler açısından faydalarına ulaşmak mümkün olmayacaktır. Bu çerçevede, kullanıcıların erişeceği ağ

¹¹⁹ Desteknoloji Dergisi, "e-devlet için elele..", Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, S.4/ 02, s.35.

sitelerinin isimlerinin (domain names) tahsis edilmesi, bunların daha sonraki kullanımları kolaylaştırmak amacıyla sınıflandırılması ve bunlar yapılırken de haksız rekabet koşullarının yaratılmaması için alan isimleri tahsis sisteminin şeffaf ve uluslar arası normlara uygun kurallarla işleyen bir kurum haline getirilmesi gereklidir.¹²⁰

Bilgi ve iletişim teknolojilerinden ekonomik kalkınmada tam kapasite ile yararlanabilmek için bir ülkedeki ulusal bilgi alt yapısının kurulmuş ve her tür bilgi hizmetinin örgütlenmiş olması gereklidir. Bilindiği gibi, bir ülkenin ulusal bilgi alt yapısı mevcut bilgilerin işlenmesine, depolanmasına, bir yerden bir yere iletilmesine ve bu bilgilere gerektiğinde erişilmesine olanak sağlayan teknolojileri, kuralları, standartları ve politikaları kapsar.

Son yıllarda ülkemizde ulusal bilgi alt yapısı kurulmasına yönelik önemli adımlar atılmıştır. Türkiye Ulusal Enformasyon Ana Planı (TUENA) çalışmaları sırasında, Türkiye'de 2010 yılında isteyen herkesin ulusal bilgi alt yapısına erişebilmesinin toplam maliyeti 35 milyar dolar olarak hesaplanmıştır. Bu miktarın 14 milyar dolarının alt yapı için, 21 milyar dolarının da bilgisayar, web TV gibi uç birimler için harcanması öngörülmektedir. Ancak ulusal bilgi alt yapısı kurulması için gerekli parasal kaynaklar üzerinde henüz herhangi bir çalışma yapılmamıştır. Sözü edilen 35 milyar dolarlık yatırımın hangi kaynaklardan ve nasıl bir harcama planı çerçevesinde gerçekleştirileceği açık değildir. Ülkemizde ulusal bilgi alt yapısının kurulmasında fiili ve kısmi sorumluluklar yüklenmiş olan Türk Telekomünikasyon A.Ş., TBMM Bilgi Teknolojileri Komisyonu, İnternet Üst Kurulu, Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu, Kamu-Net, Okul-Net, ULAKNET, KOBİNET vb. gibi kurum ve kuruluşlar arasında halihazırda bir eşgüdüm olduğunu söylemek mümkün değildir. Bu kuruluşların hemen hemen tümü çalışmalarını teknolojik alt yapı üzerinde yoğunlaştırmaktadırlar.¹²¹

Ülkemizde her türlü telekom altyapısının Türk Telekom A.Ş.'nin elinde toplanması, piyasanın rekabetten uzak olmasını dolayısıyla kalitenin düşmesine neden

¹²⁰ M.İNCE, *Elektronik Ticaret: Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar Ve Politikalar*, Mart-1999, s.25, <http://ekutup.dpt.gov.tr/ticaret/incem/eticaret.html> , 06.02.2003

¹²¹ <http://ekutup.dpt.gov.tr/bilisim/oik576.pdf>, Bilişim Teknolojileri Ve Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporu DPT:2560-ÖİK:576 Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Ankara 2001, s.15, 31.08.2003

olmaktadır. Ancak 2004 yılında ses tekelinin kalkmasıyla piyasada bir rekabetten bahsetmeye başlayabilmekteyiz.

G) E-TİCARET İÇİN VERİ TABANI OLUŞTURAMAMA

İnternet yoluyla bilgiye ulaşılmasının kolaylaştığı aşikardır. Globalleşme ve bilgi toplumu içinde kullanılan bilgi kadar bu bilginin saklanması da önemlidir. Bugün bilişim araçlarının gelişmesiyle beraber işletmeler tüm bilgilerini bilgisayar ortamında veritabanlarında saklamaktadırlar. Yıllar sonra bile herhangi bir konu hakkında raporlama yapabilmektedirler. Ancak aynı durum küçük ve orta ölçekli işletmeler için pek geçerli değildir. Çünkü bu hem pahalı bir yatırım hem de bu konuda yetişmiş eleman ihtiyacını beraberinde getirmektedir.

KOBİ'lerin bu işi kendi imkanlarıyla yapmaları çok güçtür. Bunu için özellikle üniversite-sanayi işbirliğine gidilmelidir. Üniversiteler eğer KOBİ örgütlenmesinin yerel ayaklarında yer alırlarsa veya üniversitelerin katılmadığı yerlerde özel şirketlerin mali desteğiyle bu işin üstesinden orta vadede gelinebilir.

H) TEKNİK ÇİZİM VE TEKNİK FOTOĞRAF SORUNLARI

CE işaretlemesi, ISO 9000, Toplam Kalite Yönetimi, vb. kavramları ve olayları sıkça konuştuğumuz günümüzde ne yazık ki pek çok KOBİ' nin yaptığı üretimle ilgili halen önemli eksiklikleri bulunmaktadır. Bunlardan en başta geleni ürünlerin teknik resimlerinin eksik veya yetersiz olmasıdır. Genellikle numuneye göre üretim yapılmaktadır, imalatın teknik resimleri bulunmamaktadır.¹²² Bu durum zincirleme olarak şu hususları gündeme getirmektedir.

- Bugünkü üretim tekniklerinde teknik çizimler olmadan bir işletmenin verimli olabilmesi çok güçtür.ölçülerdeki toleranslar, hassasiyet ve kalitede istenen grafiğin sağlanması güçtür.

¹²² ÇOLAKOĞLU, s.209.

- Malzeme kesiminde optimizasyona gidilememektedir.
- Hangi birimde hangi malzemenin yapılacağı optimum olarak hesaplanamaz bu da işletme giderlerini artırıcı yönde etkilemektedir.
- İşçilerin becerileri ve kapasiteleri yanlış kullanıldığından bazı birimlere yığılma yaşanırken diğer bölgelerde atıl hatlar meydana gelmektedir.
- İş planı yapılamadığından, belli bir maliyet hesabı da yapılamamaktadır.

Yukarıda belirtilen hususlara pek çok ilaveler yapılabilir, ancak genel olarak şunu söylemek yerinde olacaktır. İmalat resimlerinin ve teknik çizimlerin önemli evrak gibi sistematik olarak saklanması, arşivlenmesi gerekir. Bunun içinde en önemli eksikliğin eğitim olduğu hemen karşımıza çıkmaktadır. “Bilgisayar Destekli Tasarım” sonucu olarak imalat sırasında çıkabilecek hatalara anında müdahale edilebilecek ve hata oranı en aza indirilebilecektir. Ayrıca AR-GE faaliyetleri bu sayede hız kazanmaya başlayacak ve dışa bağımlılık daha aza indirgenebilecektir. Teknik çizim ve fotoğraflamanın sağlandığı işletmelerin internet yoluyla bu bilgileri müşterilerine sunmaları kolaylaştığından alış-veriş sonrası iade ürünlerinde azalma olacaktır. Ayrıca teknik bilgiyi oluşturan özel yazılımların ortak kullanımını internet vasıtasıyla edinen işletmeler kendi sektörlerinin gelişiminden de uzak kalmayacaktır.

I) GÜVENLİK SORUNU

Güvenlik; normal yaşamda olduğu kadar elektronik ortamda yapılan işlemlerde de çok büyük önem taşımaktadır. Elektronik ticaretin gelişmesinin önündeki en büyük engeldir. İnsanların çoğu internet üzerinde yapılan işlemlerde kişisel bilgilerinin güvenliğinden emin olmadıkları için pek sıcak bakmamaktadır. Çünkü internet teknolojisi birkaç saatlik çalışmayla firma kurabilmeyi ve olmayan malları satabilme imkanına sahiptir. Dolayısıyla gerek bireyler, gerekse firmalar internet işlemleri sırasında özel bilgilerinin deşifre olması ve zarar görme riskine sahiptirler. Ayrıca bilgilerin doğrulanması yoluyla başlayan sanal işlemlerin güvenliğe sahipliği

tartışılabilir. Güvenlik sorununun en önemli yansıması e-ticaretteki güvenlik karmaşasıdır.

Elektronik ticaretin gelişmesiyle beraber internette dolaşan kişisel bilgilerin önemi daha da artmıştır. Bazı kötü niyetli kişilerin internet üzerinde başka kişilerin bilgisayarlarına girerek veya Truva Atı (trojan) göndererek bilgisayarlarındaki şahsi bilgileri ele geçirip bunları kullanmaları elektronik ticaretin önündeki en büyük engellerden biridir. Bu nedenle özellikle alışveriş amaçlı web sitelerinin güvenliklerini sağlamak ve tüketicinin kafasında herhangi bir soru işareti bırakmadan güvenli alışverişi sağlamak için bazı protokoller geliştirilmiştir. Bunlar SSL, SET ve 3DSET dir. Bunları kısaca incelemek gerekir.

1. SSL (Secured Sockets Layer)

SSL, internetteki işlemler dijital sertifikalar kullanmaktadır. Dijital sertifika sahibi, kendisine gönderilecek mesajı şifrelemesi için diğer partiye sertifikası ile birlikte şifreleme anahtarını gönderir. Şifrelenen mesaj ve sertifika ile gönderilen anahtar ancak sertifika sahibi tarafından deşifre edilebileceğinden mesajın doğru kişi tarafından okunması sağlanır.

SSL protokolünde 40 bit ve 128 bit şifreleme yapılır. 128 bit şifrelemede 2^{128} değişik anahtar vardır ve bu şifrenin çözülmesi hem çok büyük maliyet hem de yıllar almaktadır. Herhangi bir kırılma olsa dahi o anahtar sadece o oturumda geçerlidir, diğer bir oturumda eski anahtar imha edilir ve yeni bir anahtar üretilir. SSL protokolünde web üzerinde dolaşan bilginin güvenliğini ve bütünlüğünü sağlamakta hem de istemci (client) ve sunucu (server) kimliklerini doğrulamaktadır. Ancak işlemi gerçekleştiren kişinin kredi sahibinin geçek sahibi olup olmadığını anlayamamakta ve mağazanın kredi kartı bilgilerine girişini engelleyememektedir.¹²³

¹²³ <http://wp.netscape.com/security/techbriefs/ssl.html> , 25.07.2003

2. SET (Secure Electronic Transaction)

Visa, Mastercard, Microsoft, Netscape, GTE, IBM, SAIC, Terisa Systems ve Verisign'in oluşturduğu konsorsiyum tarafından elektronik ticarete güvenliği sağlamak için bulunan ve neredeyse tüm dünyada bir standart olarak kabul edilen güvenlik protokolüdür.¹²⁴

Açık anahtar Şifrelemesi (Public Key Cryptography), DES (Data Encryption Standard) ve RES (Rivest, Shamir, Adleman) şifreleme metotlarını kullanmaktadır. SET protokolünde alışveriş, sanal cüzdan ve sertifika aracılığıyla daha güvenli bir ortamda gerçekleştirilir. Kredi kartı sahibi ve mağazanın yanı sıra kartın ait olduğu banka (issuer bank) ve POS'un ait olduğu banka'yı (acquirer bank) da kapsadığı için uçtan uca ödeme protokolü olarak kabul edilir. kredi kartı ve sipariş bilgileri farklı olarak şifrelendiğinden kredi kartı bilgilerinin mağaza tarafından görülmesini engellemektedir. SET'in altyapı bileşenleri aşağıdaki gibi sıralanabilir.

a) Sanal Cüzdan (Virtual Wallet)

Bir ağ üzerinden güvenli ödeme kartı işlemlerinin yapılmasını sağlayan ve online müşteriler tarafından kullanılan üründür. Kart sahibinin kart bilgileri, anahtarlarını ve şifreleme bilgilerini saklamak için kullanılır. Yazılım kart sahibinin bilgisayarına yüklenir ve her seferinde kart bilgilerinin girilmesi ihtiyacı ortadan kaldırılır.

b) Sanal POS (Virtual POS)

Ödeme kartı ve yetkilendirme işlemlerini gerçekleştirmek için online mağazalar tarafından kullanılan üründür. Mağazanın kart bilgilerini, anahtarlarını ve şifreleme bilgilerini saklamak için kullanılır.

¹²⁴ http://www.ykb.com/hizmetler/e_ticaret/e_ticarette_guvenlik.html
http://www.visaeu.com/virtual_visas/merchants/3dset.html , 25.07.2003

c) Ödeme Çıkışı (Payment Gateway)

Mağaza bankası veya üçüncü bir parti tarafından kullanılan ve mağazanın ve ödeme bilgilerinin doğruluklarının kanıtlanması için gönderilmesi gereken özel finansal ağa arayüzlük yapan üründür.

d) Sertifika Otoritesi (Certificate Authority)

Bir kişi veya kuruluşun internet üzerinde doğruluğunun kanıtlanması için kullanılan dijital sertifikaları üretmeye ve onaylamaya yetkili bir finansal kuruluş veya onaylanmış üçüncü bir parti tarafından kullanılan üründür.

SET sisteminde provizyon işlemi müşteri alışveriş seçimini yaptıktan sonra müşterinin sanal cüzdanı ile mağazanın Sanal POS'unun birbirlerinin gerçekliklerini dijital sertifikalar aracılığıyla kontrol etmeleri ile başlar. Müşteri tarafından gönderilen bilgilerin mağazaya ulaşması ve mağazanın sipariş tutarını ve sanal cüzdanda bulunan ve kendisinin göremediği kredi kartının sertifika bilgilerini bankaya iletmesi ile devam eder. Banka bu bilgileri kontrol ederek provizyon verir. Sanal mağaza bankadan onayı aldıktan sonra ürünü müşteriye gönderir.¹²⁵

3. SSL İle SET Arasındaki Farklar

Aynı şifreleme yöntemini kullanmakla beraber SSL ile SET güvenlik protokollerinin birbirinden farklı olduğu önemli noktalar şunlardır:¹²⁶

- SSL'de kart bilgilerini gönderen kişinin kart sahibi olduğu garanti edilememektedir. Oysa kart sahibinin kullanıcı ismi ve şifresi ile ulaştığı sanal cüzdanını kullandığı SET protokolünde kart bilgilerini gönderen kişinin kart sahibi olduğu garanti edilir.

¹²⁵ http://www.ykb.com/hizmetler/e_ticaret/e_ticarette_guvenlik.html , 25.07.2003

¹²⁶ http://www.ykb.com/hizmetler/e_ticaret/sorular.html , 25.07.2003

- SSL'de kartın ait olduğu ve POS'un ait olduğu bankalar bu modele dahil değildirler.

- SSL'de kart sahibinin kart bilgileri internet üzerinde Őifrelenmekte fakat mağaza kart bilgilerini gormektedir. Oysa SET'te kart bilgileri mağazadan gizli tutulup sadece banka tarafından gormebilmektedir.

4. 3D SET (Three Domain Secure Electronic Transaction)

3D SET, Üç Alan Modeli (Three Domain Model) mimarisi üzerine kurulan ve SET teknolojisini kullanan bir güvenlik protokolüdür. Ekim 2001'den beri Avrupa'da Visa Kredi Kartını kullanan bütün bankalarda kullanılmaya başlanmıştır.

Üç Alan Modeli işlem akışının farklı alanlarını kapsamaktadır. Bunlardan ilki mağaza ve POS'un ait olduğu banka (Acquirer Domain), ikincisi kart sahibi ve kartın ait olduğu banka (Issuer Domain), üçüncüsü ise kartın ait olduğu banka ve POS'un ait olduğu banka (Interoperability Domain) dir.

Sistemin işleyiş olarak SET'ten farkı, kart sahibinin yazılımı ve sertifikasının kartın ait olduğu banka tarafında ve mağaza yazılımı ve sertifikasının ise POS'un ait olduğu banka tarafında tutabilmesidir.

5. Elektronik İmza

Elektronik imza, e-ticarette gerekli olan kullanıcı güveninin ve sistemin güvenilirliğinin sağlanması açısından, aynı zamanda da geleneksel ticaretin önemli unsurlarından olan imzanın yerini alması bakımından çok önemli bir bileşendir. Elektronik imza; bir bilginin üçüncü şahıs ya da kurumların erişimine kapalı bir ortamda, bütünlüğü bozulmadan ve tarafların kimlikleri doğrulanarak iletildiğini elektronik araçlarla garanti eden harf ya da sembollerden oluşmuş bir karakter setidir. Elektronik imza bir anlamda elektronik noter oluşumunun da temelini oluşturmaktadır.

Elektronik imzanın yasal geçerliliği sağlanmadan, elektronik ortamda yapılan alışverişlerde ortaya çıkacak anlaşmazlıkların çözümü hiç de kolay değildir.

Elektronik yaşamın gelişebilmesinin ve tarafların birbirlerini sorunsuzca tanıyabilmelerinin en önemli şartı, elektronik ortama ve açık ağ sistemine güvenin sağlanmasıdır. Bu nedenle taraflar arası iletilerde; bilginin gizliliği, bütünlüğü ve tarafların kimliklerinin doğruluğu kurulacak olan teknik ve yasal altyapı ile garanti edilebilmelidir.

a) Sayısal İmza (Dijital İmza)

Elektronik imzanın özel bir çeşidi olup, bir anahtar çifti (açık ve kapalı anahtarlar) ile elektronik ortamda iletilen veriye vurulan bir mühürdür. Gönderici kapalı anahtar ile veriyi mühürler ve alıcı bu dosyayı ancak kullanıcının açık anahtarını kullanarak açabilir. Sayısal imzalar doğrulanabilirler ve inkar edilemezler.¹²⁷

Dijital imzaların oluşturulmasında ve doğrulanmasında dijital sertifikalar kullanılır. Kullanıcının gönderdiği veriyi imzalaması için kendine ait bir dijital sertifikası bulunmalıdır.

b) Dijital Sertifika

Dijital sertifika, dijital kimlikler gibi kullanılmakta ve sertifika sahibinin internet üzerinde kimliğinin doğrulanmasını sağlamaktadır. Sertifika sahibinin adını, sertifikanın son kullanma tarihini, sertifikanın alındığı sertifika otoritesinin adını, sertifikanın seri numarasını ve sertifika sahibine ait açık anahtarı içerir. Sertifika sahibi, kendisine gönderilecek mesajın , dijital sertifikasının içerdiği açık anahtarla şifrelenmesini ve mesajın sadece kendisinin sahip olduğu gizli anahtarla okunmasını sağlar.¹²⁸

¹²⁷ http://www.oecd.org/publications/pol_brief/1997/9701_poli.htm , Organization for Economic Co-operation and Development, E-commerce, 15.01.2003

¹²⁸ http://www.ykb.com/hizmetler/e_ticaret/sorular.html , 25.07.2003.

Dijital sertifikaların verilmesi ve yönetilmesi işlemleri sertifikasyon kurumu tarafından düzenlenir. Dijital sertifikalar bu kurumların gizli anahtarıyla imzalanır. Dijital sertifika açık anahtar ile kişi veya kurumun eşleştirilmiş halidir. Sertifika isteyen kişinin bilgileri sertifikasyon kurumuna ulaştıktan ve doğrulandıktan sonra sertifika talepleri otomatik olarak işleme konur ve elektronik ortamda sertifikalar iletilir.

6. E-Sözleşme

Ülkemizin de benimsediği Kıta Avrupa'sı sözleşme hukuku kurallarına göre sözleşmelerin hukuki geçerliliği belirli sözleşmeler haricinde hiçbir şekilde bağlı değildir. Kanunen yazılı şekillerin arandığı hallerde ise tarafların irade beyanlarının yazılı yapılması ve bunun imza ile teyit olunması ve resmi şekil arandığı hallerde işleme resmîyet kazandıracak kurum önünde sözleşme yapılması gereklidir.

İmza yerine kaim olacak işaretler mevcut kanunlarda sıkı şartlara tabi tutulmuştur. E-ortamda iletilen sözleşme yapma teklifinin (icap) muhatap tarafından kabulüne yönelik karşı iletinin icapçıya ulaşması ile sözleşme kurulmuş olmaktadır. Kabul beyanının icapçıya ulaşması ile gönderilme anı arasında pek uzun bir zaman geçmediğinden, kural olarak elektronik ortamda yapılan bir sözleşmenin kurulması anı ile hüküm ve sonuçlarını doğurmaya başladığı an aynıdır. Ancak icapçının, muhatabın kabul beyanını gönderdiği zamanda çeşitli sebeplerle kabul beyanını aynı gün öğrenememesi halinde kabul beyanının icapçı tarafından öğrenilmesi ile akit kurulacak, muhatap tarafından kabul beyanının gönderildiği tarihte ise ticari sözleşme hükümlerini doğurmaya başlayacaktır.

E-ortamda taraflarca işlem anında veya daha sonra sonuçlandırılan ve icap ve kabul beyanları dışında bilgisayar tarafından otomatik olarak yapılan irade beyanları bir takım özellikler gösterir.

Bu sistemde bilgisayara yüklenmiş olan bir program - araya insan unsuru girmeden - otomatik olarak "irade beyanında" bulunur ve bunu yine otomatik olarak muhatabına gönderir. Mesela büyük bir hipermarketin bilgisayar sistemi kendiliğinden

deponun son durumunu kontrol etmekte ve gerekirse ihtiyaç halinde daha önceden belirlenmiş firmaya siparişte bulunmaktadır. Burada insan tarafından yapılan aktif bir hareket söz konusu olmamakla birlikte taraflarca açıklanmış bir iradenin mevcudiyeti kabul edilmektedir. Zira beyanda bulunan burada sadece irade beyanının kurulması ve karşı tarafa iletilmesinde bilgisayardan faydalanmaktadır. Bu beyan, daha önce belirlenmiş parametreler vasıtasıyla yapılmaktadır ve dolayısıyla beyanda bulunanın arzusuna uygundur. Ayrıca böyle bir bilgisayar sistemi kullanan, bu sistem tarafından yapılan irade beyanlarıyla bağlı olacağı hususunda karşı tarafta bir güven oluşturmuştur ve dolayısıyla bu tür beyanlar kendisine izafe edilmek gerekir.¹²⁹

E-ortamda yapılan en yoğun sözleşme olan (mal ve hizmet) satımı genellikle tüm hukuk sistemlerinde yazılı şekle bağlı olmadığından sözleşmenin hukuki geçerliliği konusunda e-ortam bir engel oluşturmamakla birlikte asıl sorun yapılan hukuki işlemlerin ispatlanması alanındadır. Öyle ki gerçeğe uygun olarak iletilen veri ve beyanlarda dahi kimlik ve içerik bütünlüğünün sağlanması ve korunması sorun yaratmaktadır. Bir kimsenin bir takım manipülasyonlarla, kendi adına bir doküman düzenlemesi veya kendisini gönderici olarak göstermesinin mümkün olması ispat ve güvenlik zaafiyeti doğurmaktadır. İşte bu sorunların çözümü için şifreleme tekniklerinden yararlanılarak bazı kavram ve kurumlar önerilmektedir.¹³⁰

7. Hack Edilme

Bilişim suçları çok çeşitlidir ve dünyanın teknolojik yönden gelişmiş ülkelerinde son yıllarda artan bir tempoda çoğalmaktadır. Program hırsızlıkları, sabotajlar, hukuk dışı yollar ile bilgisayarlara girişler, veri dosyası hırsızlıkları, terminaller vasıtasıyla hukuk dışı eylemler, dolandırıcılık, zimmet, kara para aklama faaliyetleri, elektronik fon transferleri yoluyla bankalara yönelik eylemler, web sitelerine yönelik "hacker" faaliyetleri, kredi kartı bilgilerinin çalınması vb. suçlar bu kapsamda varolan bilişim suçlarına örnek gösterilebilir.

¹²⁹ S.BOZBEL, *İnternet Üzerinden Yapılan Hukuki İşlemler ve Bu Konudaki 97/7 Sayılı AB Yönergesi ile Alman ve İsviçre'deki Düzenlemeler*, s.10,

http://www.hukukcu.com/bilimsel/kitaplar/internet_uzerinden_hukuki_islem.htm , 29.01.2004,

¹³⁰ <http://www.turkhukuksitesi.com/faq/eticaret2.shtml> , 26.03.2003

Bilişim suçları bilgisayar ağlarının sayesinde teknolojik gelişmeler doğrultusunda uluslararası nitelik kazanmıştır. Bu yüzden artık ülkelerin kendi ulusal yasaları bu suçları bertaraf etmekte yetersiz kalmaktadır. İleri ve teknolojik yönden gelişmiş Batı ülkeleri bilişim suçlarına karşı gerekli hukuki altyapılarını kurmaya başlamışlar, idari tedbirlerini almışlardır. Ülkemizde ise hukukun hemen hemen her alanında olduğu gibi ekonominin değişen enstrümanlarına ve teknolojik yeniliklere yönelik yasal düzenlemelerin varlığına gereksinim duyulmaktadır.¹³¹

Güvenlik konusunda, tüketiciler açısından önemli bir sorun olan kredi kartı bilgilerinin istismarıdır. Nitekim geçtiğimiz dönemde, Web üzerindeki bazı sanal firmaların bu bilgileri kötü niyetle kullandıklarına dair bir takım haberler medyada yer almıştır. Bunun yanında bilgisayar meraklısı olan ve bu bilgilerini de daha ziyada bazı web sitelerinin kırılması yolunda kullanan bazı gençler (hackers), sık sık web sitelerine saldırıda bulunmaktadırlar; ya da şifreleri kırarak elde ettikleri bilgileri illegal yolla kullanan, bazı suç örgütlerine aktarabilmektedirler.

Her ne kadar konunun uzmanları, sık sık günlük yaşam ne kadar güvenli ise elektronik ticaret de o kadar güvenlidir tezini sürekli dile getiriyor olsalar bile, elektronik suçların kullanıcılarda ciddi bir kaygı yaratmasını ortadan kaldırmamaktadır. Nitekim CDB danışmanlık firmasının yapmış olduğu bir araştırmaya göre, kredi kartı ile alışveriş yapanların yarısından çoğu güven sorunu olduğunu beyan etmişlerdir. Güvenlik alanında hükümetlerin yansıra uzmanlar da sürekli yeni önlemler almaktadırlar. Muhtemelen önümüzdeki dönemde çok daha yeni güvenlik önlemleri gündeme gelecektir; ancak internetin bir tür asileri olan şifre kırıcılar ve kötü niyetli kişiler de Web üzerinde varlığını sürdürdüğü müddetçe tam bir güvenlikten de bahsedilemeyecektir. Ancak güvenlik tehlikesinin mevcudiyetine rağmen, trend elektronik ticaretin hızla gelişmeye devam edeceğine işaret etmektedir.¹³²

¹³¹ Ercan ALPTÜRK, “Elektronik Ticarete Hukuki Sorunlar”, *Mükellefin Dergisi*, Lebib Yalkın Yayınları, Haziran 2001 Sayı : 102, s.140.

¹³² V.BOZKURT, *KOBİ'ler ve Elektronik Ticaret*, <http://iktisat.uludag.edu.tr/dergi/6/veysel/veysel.html>, 24.02.2003,

Günümüzde işletim sistemleri geliştirilirken sistem hataları ve güvenlik açığı bulunmamasına özellikle dikkat edilmelidir. Ancak dünyanın bir çok yerinde bulunan çoğu program dahisi hackerlar sistemi didik didik ederek küçük bir noktadan sistemi dize getirebilmektedirler. Bu açığın kullanılabilmesi için küçük programlar yazarak internete koyan programcı hackerlar diğer insanların da bu programlar sayesinde bu açıklardan basit bir şekilde yararlanmasını sağlamaktadırlar. Bir çok gönüllü kuruluş güvenliği arttırabilmek için farklı şifreleme algoritmaları geliştirmektedirler (SET ve SSL gibi.). Şifreleme uygulamalarının dışında internete bağlı olan bilgisayar ve bilgisayar ağının herhangi bir saldırıdan korumak için firewall adı verilen programlar geliştirilmiştir. Bu ticari programlar internet sitesini güvenli kılan en önemli etkenlerden biridir.¹³³

Virüslerin veya zararlı programların bilgisayar sisteminize giriş şekilleri çok benzerdir. Genelde e-mail yolu ile veya internet sitelerinden yükleyip bilgisayarınızda çalıştırdığınız programlar aracılığı ile bulaşır. Virüslerden veya zararlı programlardan korunmanın en iyi yolları şu şekilde sıralanabilir:¹³⁴

- Tanımadığınız kişilerden gelen e-mail eklerini açmamak. Eğer ekte gelen dosyanın içeriğini merak ediyorsanız, bu bilgiyi yazılı bir şekilde e-mail metninin içerisinde talep etmek.
- Gelen e-mail dosyalarının eklerini otomatik olarak açma seçeneğini iptal etmek.
- Size güvensiz görünen internet sitelerinin bilgisayarınıza program yüklemesine izin vermemek.
- Size güvensiz görünen İnternet sitelerinden bilgisayarınıza program yüklememek.

¹³³ K.OKUDAN, A.SALT, *İnternet ve Güvenlik*, s.20, <http://www.ytukvk.org.tr/arsiv/sistem.htm>, 25.01.2004.

¹³⁴ <http://www.isbank.com.tr/guvenlik.html> , 29.10.2003.

İnternet teknolojileri her gün büyük bir hızla ilerlemekte ve bu ilerlemeler bir çok yeni imkanlar sağlamaktadır. Bu nedenle size veya bilgisayar sisteminize zarar vermek isteyen kişiler her gün yeni yöntemler geliştirmektedirler. İnternet ortamında güvenliğinizi sağlamak için kullanıcılara düşen en büyük görev tanımadıkları kişi veya internet sitelerine karşı temkinli davranmaktır.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

AFYON'DA İNTERNET BAĞLANTISI OLAN KOBİ'LERİN İNTERNETTEN SAĞLADIĞI AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARINA İLİŞKİN ARAŞTIRMA SONUÇLARI VE ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

I. ARAŞTIRMANIN AMACI

Yapılan bu çalışmanın amacı Afyon ili Organize Sanayi Bölgesi'nde faaliyette bulunan ve KOBİ statüsünde ki işletmelerin internet kullanımlarının olumlu veya olumsuz sonuçları incelenmesidir. Türkiye'nin kozmopolit yapısı nedeniyle işletmelerin faaliyet gösterdikleri il ve ilin özelliklerinin tamamen olmasa da taşınması nedeniyle incelenen işletmelerin Organize Sanayi Bölgesi'nde faaliyet göstermesi tercih edilmiştir. Bunun nedeni ise KOBİ'lerin daha önce değinilen yapısal özelliklerinden biraz olsun farklılaşabilen ve organize sanayi bölgelerinin getirilerini görerek çağdaş yapıya ulaşmaya çalışan işletmeler olmasıdır.

II. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

KOBİ tanımının genişliğine rağmen Afyon ilinde Organize Sanayi Bölgesinde faaliyette bulunan KOBİ'lerden 50 işletmeye gidilmiştir. Ön görüşme sırasında bu işletmelerden 1'i anket çalışmasına katılmak istemediklerini belirtirken; diğer 1 işletmenin yöneticisinin yurtdışı seyahatinde bulunması nedeniyle anket cevaplanmasına olumlu karşılık alınamamıştır. Diğer işletmelerle yüzyüze yapılan görüşme sırasında 13 işletme için bilgisayar sahibi olmama veya internet bağlantısı olmaması nedeniyle çalışma dışı kabul edilmiştir. Bu araştırma fiilen internet kullanıldığı görüşme sırasında tespit edilen toplam 35 işletmeyi kapsamaktadır. Ağustos-Eylül 2003 döneminde Afyon Organize Sanayi Bölgesinde fiilen internet kullanımı teyidi alındıktan sonra işletmelerde yapılan anketi kapsamaktadır.

III. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Anket hazırlanarak öncelikle üç işletmeyle yüz yüze pilot uygulama yapılmıştır. Bu anketlerin uygulanması sırasında yaşanan açıklayıcı bilgiye duyulan ihtiyaçtan ve soruların anlaşılabilir olarak doğru cevaplanmamasından dolayı yaşanan sorunlara bağlı olarak soruların sorulma yönteminde değişikliğe gidilmesi kararı verilmiştir. Bu değişiklik kesinlikle katılmıyorum, katılmıyorum, yorumsuz, katılıyorum ve kesinlikle katılıyorum seçenekleriyle beşli ölçek uygulanması ve soruların anlaşılabilirliği için bazı sorular parçalanarak sorulmasıdır.

Tekrar hazırlanan sorularla anket uygulaması için Organize Sanayi baz alınarak KOBİ statüsündeki işletmelere gidilmiştir. Uygulamada işletmelerin bilgisayar kullanıp kullanmadıkları incelenerek olumlu sonuçlanması durumunda internet bağlantısı araştırılmıştır.

Anket uygulamasına katılmakta şartları yerine getiren ve katılmakta sorunu olmayan işletmelere yöneticileri veya yöneticilerinin uygun bulduğu çalışanlarının doldurması için soru formları dağıtılmıştır. Bu teslimde soruları hemen cevaplayan işletmelerden anketler alınmış; doldurmeyen işletmelerden birkaç gün sonra doldurulan anketler alınarak değerlendirilmeye tabi tutulmuştur.

Afyon Ticaret ve Sanayi Odası'ndan güncel duruma ulaşmak için faal durumdaki sanayiciler listesi alınarak önce işletmelerin faaliyet sektörlerine göre dağılımı incelenmiştir. Ardından e-posta adreslerini bildiren firma sayıları tespit edilmiştir. Afyon Ticaret ve Sanayi Odası'nın verileri tablo 11'de gösterilmiştir.

Tablo 11'den anlaşılacağı gibi toplam 200 işletmeden 67'sinde e-posta adresine sahipliği söz konusu olduğu halde son dönem durumunun anlaşılabilirliği amacıyla Türk Telekom Afyon İl Müdürlüğü'ne başvurulmuş olup 2004 yılında Organize Sanayi Bölgesi'ne bağlanan ADSL sayısının 38 olduğu ortaya konmuştur. Buradan anlaşılacağı üzere günden güne internet kullanımını ve kalitesinde artış olmaktadır.

Tablo 11. Afyon Organize Sanayi Bölgesi İşletme Özellikleri.

	Sayı	%
İşletmelerin Faaliyet Sektörleri		
Mermer/maden	52	26%
Gıda	44	22%
İnşaat	5	3%
Ambalaj	13	6%
Makine Ekipmanı	15	7%
Tekstil	3	2%
Mobilya	8	4%
Diğer	60	30%
TOPLAM	200	100%
İşletmelerin URL& e-posta Adresi Olanlar		
Mermer/maden	26	26%
Gıda	16	22%
İnşaat	3	3%
Ambalaj	2	6%
Makine Ekipmanı	2	7%
Tekstil	2	2%
Mobilya	3	4%
Diğer	13	30%
TOPLAM	67	100%

(Kaynak: Afyon Ticaret Sanayi Odası)

Anket verileri SPSS “Statistical Package for Social Sciences” istatistiksel analiz programı yardımı ile değerlendirilmiştir.

IV. ARAŞTIRMA SONUÇLARININ DEĞERLENDİRİLMESİ

Araştırmaya katılan işletmelerin özelliklerini gösteren tablo aşağıdadır.

Tablo 12. Anket örneklemelerinin özellikleri.

	Sayı	%
İşletmelerin Hukuki Durumu		
Anonim Şirket	19	54%
Limited Şirket	16	46%
İşletmelerin Yaşı		
0 - 5	7	20%
6-10	7	20%
10-.....	21	60%
İşletmelerin Üretim Tipleri		
Seri Üretim	5	14%
Sipariş Üretim	14	40%
Karma	11	32%
Diğer	5	14%
İşletmelerin Faaliyet Sektörleri		
Mermer/maden	16	46%
Gıda	6	17%
İnşaat	3	9%
Ambalaj	2	6%
Yem Üretimi	2	6%
Makine		
Ekipmanı	2	6%
Tekstil	2	6%
Mobilya	1	2%
Temizlik ürünleri	1	2%
İşletmelerde Üretim Hattında Bilgisayar Kullanımı		
Mevcut	13	37%
Mevcut değil	22	63%
İşletmelerin Web Sayfası		
Mevcut	20	57%
Mevcut değil	15	43%
TOPLAM	35	100%

Örneklem özelliklerinden ilk dikkati çeken işletmelerin hukuki yapısı olmaktadır. Afyon Organize Sanayi Bölgesi'nde % 57 ile limited şirket yapısı yoğunluğuna karşın ankete katılan işletmelerden % 54 oranı ile anonim şirket daha fazla olmuştur. Bunun nedenlerinden ilki işletmelerin mali güçlerinin diğerlerinden daha iyi olması olduğu gibi daha profesyonel yönetimlerinden ve yeniliğe açık olmalarıyla doğrudan ilişkilidir. Yine internet kullanan işletmeler tercih edilmesiyle bu oranlamada denge örnekleme çok farklı ortaya çıkmıştır.

Örneklemelerin faaliyet sektörlerine göre incelediğimizde Afyon Organize Sanayi Bölgesi'nde % 26 oranı ile 52 adet mermer/maden işletmesinden 16'sına ulaşılmıştır. Gıda sektöründe % 22 pay ile 44 işletmeden 6 işletme ile anket yapılmıştır. Yine makine ekipmanı üreten işletme sektöründe % 7 oranıyla 15 işletmeden 2 işletme ankete katılmıştır.

Genel olarak faaliyet sektörü incelendiğinde fiili sayım ile örneklemelerin sayımlarının birbirine uyumlu olduğu gözlenmektedir.

Anket örneklemelerinin işletme yaşlarına bakıldığında % 80'ni 6 yaşından büyük işletmeler tarafından oluşturduğu görülmektedir. 1980 yılında kurulan Afyon Organize Sanayi Bölgesi'nde işletmelerin uzun yıllardır faaliyet gösterdiğini düşünebiliriz.

İşletmelerin üretim yöntemlerine bakarsak % 40 ile sipariş üretimi yapan 14 işletme başı çekmektedir. Bu sırayı % 32 payla 11 işletme ile karma (sipariş ve/veya seri) üretimle takip etmektedir.

Ankete katılan KOBİ'lerin web sayfasına sahip olma oranlarına baktığımızda % 57 oranında 20 işletmenin bu değere sahip oldukları anlaşılmıştır. İşletmelerin artık daha bilinçli internet kullanımı sağladığını düşündüren web sayfası kullanım oranının yüksekliği memnun edicidir.

Aynı şekilde üretim hattında bilgisayar kullanan işletme oranı % 37 ile (13 işletme) sınırlı kalmıştır. Üretim hattında hala bilişim teknolojisinden yararlanmayan işletme oranı % 63 ile yüksek kabul edilebilir.

Aşağıda araştırmaya katılan işletmelerin internet kullanımından sağladığı faydaların ortalamaları tablo olarak sunulmuş ve değerlendirilmiştir.

Ankete katılan KOBİ'lerin internet kullanımının sektörel ve ulusal krizlere dayanıklılık sağlaması etkinliği genel ortalama 2,8 değeriyle diğer avantajlara göre düşük kalmıştır.

Tablo 13: İnternetin Kullanımının Sağladığı Avantajlar

	Ortalama
Sektörel ve ulusal krizlere dayanıklılık	2,8
Fiyatlarda düşme ve ciro artışı	3
Personel eğitiminde gider düşmesi	3,34
Büyük işletmelere karşı güç sağlaması	3,37
Yeni ürün geliştirme	3,43
Uluslar arası piyasalarda ortaklık-işbirliğine ulaşma	3,51
Sık sorulan sorularla zaman kaybı önleme	3,57
Satışta zaman tasarrufu	3,63
Müşteri memnuniyetini anketle ölçme	3,63
Pazar payının yükselmesi	3,66
Uluslar arası piyasalara ulaşma	3,66
Ulusal işbirliği ve bilgi transferi (sektörel paylaşım)	3,74
Alışta zaman tasarrufu	3,77
Satış ve reklam giderlerinde düşme	3,8
Yeni ürünleri duyurma	3,8
Marka oluşturma ve duyurma	3,86
Tedarikçilere ulaşma	3,94
Rakip firmaların tanınması	4
Şirket tanıtımı	4,09
İletişim giderlerinde düşme	4,11
Bilgiye hızlı ulaşma ve uygulama önceliği	4,17
Teknoloji takibi	4,17

Notlar : Ortalamalar 1(Kesinlikle Katılmıyorum),5(Kesinlikle Katılıyorum) şeklinde 5'liölçek bazında alınmıştır.

İnternet kullanımının ankete katılan işletmelere göre en önemli faktör olarak teknoloji takibi ve bilgiye hızlı ulaşma ve uygulama önceliği (4.17 genel ortalama) ortaya çıkmıştır. İşletmelere göre iletişim giderlerinde düşme sağlaması (4.11 genel ortalama), şirket tanıtımı (4.09 genel ortalama) ve rakiplerin tanınması (4.00 genel ortalama)ile öncelikli faydalar olarak tanımlanmıştır.

4.00 ortalamasının altında fayda olarak belirtilenler tedarikçilere ulaşmada (3.94 genel ortalama), marka oluşturma ve duyurmada (3.86 genel ortalama), satış ve reklam giderlerinde düşmede ve yeni ürünleri duyurmada (3.80 genel ortalama), alımda zaman tasarrufunda (3.77 genel ortalama), ulusal işbirliği ve bilgi transferinde yani sektörel paylaşımında (3.74 genel ortalama), pazar payının yükselmesi ve uluslar arası piyasalara ulaşmada (3.66 genel ortalama) ile sıralanmaya devam etmiştir.

Diğer internet kullanımının faydaları azalan ortalamalarla tabloda gösterilmiştir.

Sonuç olarak; ankete katılan işletmelerin en yüksek katılımı ile internet kullanımının faydası olarak teknoloji takibi yapıldığına inandıkları ortaya çıkmıştır. Ayrıca internet kullanmalarının faydalarından bilgiye hızlı ulaşma ve dolayısıyla iletişim giderlerinde tasarruf sağladıklarını düşünmektedirler. Yine işletmeler kendi tanıtımlarında kullandıkları internetin rakiplerini tanıma fırsatının oluştuğunu ortaya koymuşlardır. İşletmeler yeni ürünlerini ve marka tanıtımlarının internet üzerinden başarısını 3.5 ortalamasının üzerinde değerlendirerek kabul etmişlerdir. İnternetin sağladığı avantajların genel değerlendirmesinde giderlerde sağlanan tasarrufların işletmenin ve ürünlerinin tanıtımından kaynaklanan getiriyle desteklenmesi ve internetin hızından yararlanmayla tamamlanmıştır.

Tablo 14: İnternet Kullanımının Dezavantajları.

	Ortalama
Eğitim için BT şirketlerinden yararlanamama	2,54
Sorunların çözümünde servis sağlayıcılarında yararlanamama	2,57
Standartlara uyma zorunluluğunun sonucunda maliyet yükselmesi	2,71
İlk alım maliyetlerinde yükseklik	2,8
Yeni personel istihdamı ile maliyet yükselmesi Bilgisizlik ile personel zaman kaybı ile maliyet yükselmesi	2,89
Alt yapı yetersizliğinden iletişim giderlerinde artış	2,97
Mesajın ulaşmaması tehlikesi	2,97
İnternete kullanan tedarikçi sayımız az.	3,06
Yasal mevzuatın yetersizliği	3,2
İnternete kullanan müşteri sayımız az.	3,23
Ödemelerde güvenlik sağlanamıyor	3,34
Bilgi hırsızlığına açık	3,49

Notlar : Ortalamalar 1(Kesinlikle Katılmıyorum),5(Kesinlikle Katılıyorum) şeklinde 5'liölçek bazında alınmıştır.

Yukarıda araştırmaya katılan işletmelerin internet kullanımının dezavantajlarının ortalamaları sunulmuştur.

Ankete katılan işletmeler internet kullanımında en büyük dezavantaj olarak 3.49 genel ortalama ile bilgi hırsızlığına açık olmasını belirtmişlerdir. Ayrıca 3.00-3.50 genel ortalama arasında kalan dezavantajlar ödemelerde güvenlik sağlamaması (3.34 genel ortalama), yasal mevzuatın yetersizliği (3.23 genel ortalama) ve internet kullanan müşteri yada tedarikçi sayısının azlığı olarak tanımlanmıştır.

3.00 genel ortalamasının altında kalan konular ise mesajın ulaşmaması tehlikesi ve alt yapı yetersizliğinden iletişim giderlerinde artış (2.97 genel ortalama), bilgisizlik ile personel zaman kaybının maliyetlere yansması (2.89 genel ortalama), yeni personel istihdamı ile maliyet yükselmesi ve ilk alım maliyetlerinde yükseklik dezavantajı (2.80 genel ortalama), standartlara uyma zorunluluğunun sonucunda maliyet yükselmesi (2.71 genel ortalama), sorunların çözümünde servis sağlayıcılarında yararlanamama dezavantajı (2.57 genel ortalama), eğitim için bilişim teknolojileri şirketlerinden yararlanamama (2.54 genel ortalama) olarak ankete katılan işletmeler için listelenmiştir.

Sonuç olarak; ankete katılan işletmelerin internet kullanımından doğabilecek dezavantajları sıralamasında bilgi hırsızlığı ve ödemelerde güvenlik sorununun yasal mevzuat yetersizliği ile desteklemesi olarak öne çıkmasıdır. İnternette beklenen performansın oluşabilmesi için öncelikle yapılması gereken yasal mevzuat ve güvenlik sorunlarının çözülmesi olacaktır. Ayrıca işletmelerin genel olarak kabul ettiği bir diğer dezavantaj ise internetin yeterince yaygınlaşmaması nedeniyle müşteri ve tedarikçilerle iletişimde faydalanılamamasıdır. Bunun için ise e-devlet çalışmaları ve teşvikleriyle KOBİ'lerin genelinde internet kullanımının yaygınlaşması sağlanmalıdır. Yine işletmelerin internet kullanımından doğabilecek dezavantaj olarak ilk alım maliyetlerinin, yeni personel istihdamı maliyetlerinin, personelde zaman kaybı ile oluşabilecek maliyetlerin ve alt yapı sorunlarıyla artan iletişim maliyetlerinden bahsedilmiştir. Zaten düşük sermayeleri ile dikkati çeken KOBİ'lerde bu maliyetlerin yeterince caydırıcı olduğunu söyleyebiliriz.

V. İNTERNET KULLANIMI SORUNLARINA ÇÖZÜM ÖNERİLERİ

KOBİ'lerin gelecekte kendi teknolojik rekabetlerini ve pazarlama bilgilerini üretimlerine yansıtmaları zaman, maliyet avantajları ve ürün farklılıkları yaratarak uluslararası rekabet gücüne sahip olmaları için bilişim teknolojilerinden daha fazla faydalanmaları gerekmektedir. Bu yararlanma düzeyi ürün tasarımı, ürün geliştirme, stok kontrolü, mali raporlama ve tüketici hizmetlerine kadar kapsamlı olmalıdır.

KOBİ tanımının Türkiye'de ki farklı kurum ve kuruluşlar tarafından ayrı ayrı yapılmaması ve yapılması gereken tek tanımda ise küçük ölçekli işletmelerin ve orta ölçekli işletmelerin ayrı tanımlama yapılması gerekmektedir. Bu ayırım hangi grupta hangi sorunların yaşandığını daha net anlamamız açısından yararlı olacaktır.

Ayrıca bu tanımlanın ardından Türkiye'de işletme envanterini güncellenmesi gelecekte yapılması beklenen desteklerin netleşmesini sağlayacaktır.

Ekonomik sorunların yaşanan krizlerden dolayı daha fazla olduğu KOBİ'ler için bir borsa oluşturularak kurumsallaşmış ve vizyonunun oluşturmuş başarılı KOBİ'lerin desteklenmesi sağlanmalıdır.

KOBİ'lerin bir arada ve kendi ihtiyaçlarına uygun organize sanayi bölgelerine taşınabilmelerine mali destek verilerek hem danışmanlık desteğiyle hem de bilgi sistemlerine yatırım yapacak mali gücü olmayan KOBİ'ler için ücretsiz veya düşük maliyetli internet odaları kurulmasının kamu eliyle desteklenmesi gerekmektedir. Ayrıca yapılacak eğitimlerle KOBİ'lerin kalifiye eleman ihtiyacı hizmet içi çözümlenebilecektir.

Özellikle internet kullanımında yabancı dil sorunu yaşayan KOBİ'lerimiz bu sorununa düşük maliyetli bir çözüm önerisi internet odalarında kalifiye personel istihdamı söz konusu olunca yine istekli KOBİ'ler için web sayfaları ile tanıtımına yardımcı olunabilecektir.

Yeni ekonominin getirisi olan dijitalleşmeye öncelikle kamuda önem verilmesi ve e-devlet çalışmalarının hızlandırılması, yaygınlaştırılması sonucu KOBİ'lerin tüm yönetim süreçlerinde bilgisayar kullanımına özendirilmesi gerekmektedir.

Hem üretim hem de yönetim süreçlerinde bilgisayar kullanımının e-ticarete destekleyici rolü ile kayıt dışı ekonominin azalma eğilimine girmesi beklenmelidir.

E-ticaret konusunda bilgisi olmasına rağmen güveni tam oluşmayan KOBİ'ler için ve tüm alanlarda yasal düzenlemelerin en kısa zamanda tamamlanması gerekmektedir. Dünya ile uyumlu yasaların korumasında yapılacak işlemlerin sağlıklı ve güvenilirliğini sağlayacak tüm yazılımlar desteklenmelidir. Bilgi hırsızlığının önüne geçebilecek bu çaba aynı zamanda ödemede de güvenliği yaratacaktır. Böyle bir sürecin ardından güven sağlanan sanal ortamda e-ticaret KOBİ'ler için kaçınılmaz bir yöntem haline alacaktır.

İnternet kullanan tedarikçi ve müşteri sayılarının azlığından şikayetçi olan işletmeler arasında yaygınlaşan internet kullanımı toplumsal bir sürükleyici rol edinecektir. Kullanımı artan internetin yaşattığı sorunlar daha hızlı çözülebilecektir. Aynı sorunlarla karşı karşıya gelen işletmeler arası dayanışma sağlandığında oluşan bilgi gücüyle KOBİ'ler için internet tercih edilebilecektir.

E-ticaretin getirdiği tüketici istek ve ihtiyaçlarında ki değişikliklerin yakından takip edilmesiyle üretimin doğru yönlendirilmesi sağlanabilecektir. Sonuçta artan müşteri memnuniyeti ile KOBİ'lerin sürekli bir gelir elde etmeleri gerçekleşecektir.

KOBİ'lerde yöneticilerin genellikle alt eğitim düzeyine sahip olmaları sonucu işletmelerin geleceğe yönelik vizyon yaratamamaları nedeniyle kısa yaşam süreçlerinden kurtulmaları için danışmanlık ve eğitim desteği verilmesi gerekmektedir. Bu eğitimlerde bilişim teknolojilerinin önemi yöneticilerden başlayarak işletmelerde yaygınlaştırılmalıdır.

Yine bilişim teknolojilerini kullanan KOBİ'lere yaratıcılık desteği vermelidir. Bu yaratıcılık hem işletme hem de ülke için hızla değişen dünya uyum sağlamayı kolaylaştırdığı gibi rekabette önde olmanın getirilerini sağlayacaktır.

SONUÇ

KOBİ'ler halen uluslararası ticaretten yeterli ölçüde katma değer sağlayamamaktadırlar. İthalatta yüksek fiyatlarla karşılaşırken ihracat yapma olanağına sahip değildirler. İnternet ve araçları bu anlamda KOBİ'lere hareket esnekliği sağlamaktadır. Geleneksel yapı içerisinde pazara girişte değişik zorluklar yaşayan KOBİ'ler için globalleşen pazara giriş yeni fırsatlar yaratmaktadır.

Ekonomik sistemde büyük kuruluşların çoğu sağlıklı büyümeyi başarabilmiş eski küçük işletmeler olarak kabul edersek bugün varolan küçük işletmelerde geleceğin potansiyel büyük işletmeleri olarak kabul edilebilirler. Fakat küçük işletmeler örgütsel yapıları nedeniyle büyük işletmeler karşısında özellikle finansman ve pazar açısından bir çok zorluklarla mücadele etmek zorundadırlar. Bilgi teknolojilerinin firma ve coğrafyaların ötesinde yaygınlık kazanmaya devam ettiği günümüzde KOBİ'ler başta olmak üzere uluslararası ticaret potansiyeli olan işletmeler , bilgiye ve bilgi ağlarına erişimlerinin olmaması veya destek hizmetlerinin yetersizliği gibi nedenlerle uluslararası elektronik ticaretten yeterince yararlanamamaktadırlar.

Türkiye'nin bilgi ve iletişim teknolojilerinin hızlı gelişimi ile ortaya çıkan globalleşmenin olumlu yönlerinden yararlanması ve uluslar arası ticaretten devamlı artan payla ekonomik kalkınmasını hızlandırması için internet kullanımı ve e-ticaretin artışının KOBİ'lerde de sağlanması gerekliliği ortaya çıkmıştır.

İnternetin bir zorunluluk haline almaya başlamasıyla e-ticaret birçok sektör için vazgeçilmez bir faktör haline gelmiştir. İnternet ve e-ticaretin KOBİ'ler tarafından kullanımının artırılması için güven ortamının sağlanması, bilgi ve veri gizliliğinin sağlanması, hukuki sorunların kısa zamanda çözümü, vergileme konusunda yasal eşitliğin oluşturulması ve bu konularda KOBİ'lerin bilgilendirilmesi gereklidir.

Gelişmiş ülkelerin dünya ticaretinden aldığı payın her gün Türkiye aleyhine artmaması için gerekli açık ağ erişim altyapısını, yasal düzenlemeleri en kısa zamanda gerçekleştirerek yaygınlaşmasını sağlamalıdır. Ayrıca bu bilgi teknolojisini tanıyan ve yaygın kullanan insan gücünü de yanında yaratacaktır. Bilişim teknolojilerinin içerdiği, “bilişsel okur yazarlık” adı verilen personel niteliği e-ticarete geçişte firmaların edinmeleri gereken insan kaynaklarının olmazsa olmaz özelliklerinden birisi durumundadır. E-ticaretin, müşteriler, tedarik zinciri, kreditorler ve bankalar gibi tüm bileşenleri ile işbirliği içinde bir çalışma süreci olması, firmaları kendi başına birimler olmaktan çıkarmakta ve diğer işbirliği birimleriyle iletişim sağlayabilecek bilişsel okur-yazar tarafından yönetilmesini zorunlu kılmaktadır

Hızlı yaşanan globalleşme sonucunda rekabet gücüne katkı sağlaması beklenen elektronik ticaret uygulamalarının dışında kalınmaması için devletin düzenleyici rolünü kısa zamanda yerine getirmesi ve ulusal ve uluslararası politikaların buna uyumunun sağlanması gerçekleşmelidir. Gerekli teknoloji transferinin oluşturularak iş olanakları yaratılmasıyla KOBİ’lerin elektronik ticaretten daha etkin bir biçimde yararlanabilmeleri için daha iyi donatılmaları, hizmet almaları, eğitilmeleri, global düşünme alışkanlığı edinmeleri sağlanmalıdır.

İnternet yoluyla edinilecek faydaların farkında olan KOBİ’lerin kendi imkanlarının birlikteliğiyle sağlanacak yüksek fayda için gerekli ortaklıklara açık olması; böylece tüm çabanın devlete yüklenmemesi nedeniyle zamandan kazançda sağlayacaktır. Böylece KOBİ’ler arası otomatik bilgi dağıtım sistemi yardımıyla, tedarikçilerden müşterilere kadar geniş kitlelere kolayca ulaşılabilecek, iş dünyasıyla olan etkileşim artacaktır. Değişimin getirdiği sinerji ile inovasyon yeteneği kazanan KOBİ’lerin ekonomik başarısı kaçınılmaz hale gelecektir.

İnternet kullanımının ilk faydası verimlilik olacaktır ki bu direkt olarak rekabet gücünü etkileyecektir. Üretimde kullanılacak hammadde ve ara girdilerin optimal fiyatla tedarik edilmesi, üretilen malların dağıtımında, pazarlamasında imkanların çeşitlenerek kolaylıklar yaratması, envanter bilgilerinin güncellenmesi bilgi teknolojilerinin kullanımıyla hızlanacaktır. Kısıtlamalar nedeniyle rakiplerinden geri

kalmaya başlayan ve yok olmaya mahkum olan KOBİ'lerin yararlanması gereken bilgi teknolojileri ve e-ticarettir. KOBİ'ler için büyüme ve rekabet için fırsatların değerlendirilmesinde yardımcı olacaktır.

KOBİ'ler genel görünümüleriyle klasik yöntemlerle çalışmaya devam eden, teknoloji kullanımı yetersiz ve örgütsel yapıları düzensiz bir haldedir. Ayrıca en önemli sorunlarından biri üretim yönetiminde teknolojik bilgi eksikliği olup; en kısa zamanda yeni teknolojilerin transferi ve uygun yöntemlerle uyarlanması sonucunda kendi üretim sistematiğine göre işletmeler yeni teknolojilerin yaratılmasına temel hazırlık yapılmış olacaktır. Dağınık ve düzensiz bir kitle halindeki KOBİ'lerin gerekli değişimi yaşamaları ve birbirleri ile ve küresel işletmelerle eşgüdümlü çalışmaları sağlanmalıdır. Kaynakların optimal kullanımının sağlanması işletmeler için sürdürülebilir büyümenin; ülke için sürdürülebilir kalkınmanın anahtarı olacaktır.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

AKGEMCİ Tahir, KOBİ'lerin Temel Sorunları ve Sağlanan Destekler, KOSGEB Yayınları, Haziran 2001.

AKIN Cahit, Her Yönüyle İnternet, Alfa Basım Yayım Dağıtım, 1. Baskı, 1996

ATKINSON J., MEAGER N, Running to Stand Still: The Small Firm in the Labour Market, Employment in the Small Firm and the Labour Market, Routledge, 1994

BAĞRIAÇIK Atilla, Başka Ülkelerle Karşılaştırmalı Olarak Türkiye'de Küçük ve Orta Boy Firmalar, Uluslararası Sempozyum 17 Mayıs, İstanbul Sanayi Odası Araştırma Dairesi Yayın No:1991/5, İstanbul.

ÇELİK Adnan, AKGEMCİ Tahir, Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara 1988

ÇETİN Canan, Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi, Der Yayınları, İstanbul 1996.

ÇOLAKOĞLU Mustafa H., KOBİ Rehberi, KOSGEB Yayınları, Nisan 2002

DİNÇER Ömer, Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ., 5.Baskı, İstanbul 1998.

ERSOY Zeynep, Elektronik Ticaret ve Ticaret Noktaları, İGEME Yayınları, Ankara 1999

ERTAŞ Sacit, Elektronik Ticaret: Tanımı, Gelişimi, Avantajları, Güvenliği, Alfa

Yayınları, 2000

HAAG Stephen, CUMMINGS Maeve, DAWKINS James, Management Information Systems for Information Age, McGraw-Hill, New York, 1998

GONZALES Jennifer S., The 21st Century Intranet, Prentice Hall Inc, 1998

KAF(Konrad Adenauer Foundation), Standardization Quality Control and Quality Assurance Systems for SMEs, Ankara 2001.

KÜÇÜKÇİRKİN Mehmet, Küçük ve Orta Boy İşletmelerin Finansman Sorunlarının Çözümünde Alternatif Finansman Yöntemleri, 2001, Türkiye İktisat Kongresi'nde Sunulmak Üzere Hazırlanmış Tebliğ, 5-8 Haziran 2001.

LIAO Ziqi, GREENFIELD Paul F.,The Synergy Of Corporate R&D And Competitive Strategies: An Exploratory Study In Australian High-Technology Companies, Journal of High Technology Management Research, Spring 2000, Vol. 11

MÜFTÜOĞLU Tamer, Türkiye' de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler: Sorunlar ve Öneriler, Sevinç Yayınevi, 3. Baskı, Ankara 1991

OKTAY Ertan, GÜNEY Alptekin, 21.Yüzyılda KOBİ'ler: Sorunlar, Fırsatlar Ve Çözüm Önerileri” Sempozyumu, 03-04 Ocak 2002, Doğu Akdeniz Üniversitesi, K.K.T.C, Türkiye'de Kobi'lerin Finansman Sorunu ve Çözüm Önerileri.

OLALI Hasan, DOĞAN Muammer, DOĞAN Üzeyme, KOBİ Planı, İzmir Ticaret Odası Yayınları, 1993

ÖZBAY A., DEVRİM J., 7'den 77'ye Yeni Başlayan Herkes İçin e-Ticaret Rehberi, Hayat Yayıncılık No: 107, İstanbul 2001.

RONSTADT Robert, WINSTON Rudolph, Just in Time and Small Business

Evaluation, Enterprencurship: Theory & Practice, Boston University, Vol:14,1990.

SABUNCUOĞLU Zeyyat ve TOKOL Tuncer, İşletme, Ezgi Kitabevi, Bursa, 2001

SCHULTHEIS Robert, SUMNER Mary, Management Information Systems: The Manager's View, McGraw-Hill, New York, 1998.

SZONYI Andrew J., Small Business Management Fundemantals, New York, 1991

ŞİMŞEK Muhittin, Ekonominin Lokomotifi KOBİ'lerin Olmazsa Olmazları, Alfa Yayınları, İstanbul 2002.

TAPSCOTT Don, The Digital Economy - Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence, Mc Graw-Hill, New York, 1996

TEKİN Mahmut , GÜLEŞ Hasan K., BURGESS Tom, Değişen Dünyada Teknoloji Yönetimi, Damla Ofset, Konya, 2000.

TOSUN Kemal, Yönetim ve İşletme Politikası, İstanbul Üniv. İşletme Fak. Yayınları, İstanbul 1990

ULUDAĞ İlhan ve SERİN Vildan, Türkiye' de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, İTO Yayınları, No. 1990/25, İstanbul, 1990.

UYSAL Mithat ve TUNÇ Murat , Kullanım Tekniği ve İş Dünyasında İnternet , Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ., 1.Bası , İstanbul, 1996.

YAHYAGİL Mehmet Y., KOBİ'lerde Bilgisayar Teknolojileri Uygulamaları, İTO Yayınları, Yayın No:2001-26, İstanbul 2001

YAZMAN İrfan S., KOBİ'ler için Bilgi İşlem Ağının Uygulanması Sorunlar ve Çözüm Önerileri, Türkiye Esnaf-Sanatkar ve Küçük Sanayi Araştırma Enstitüsü Tartışma Notları No:5 , Ankara 1996

WEBSTER Frank, Ed. Allen KENT, The Information Society: Conceptions and Critique, in Encyclopedia of Library and Information Science, New York: Marcel Dekker, 1996, Vol. 58.

ZWASS Vladimir, Foundation of Information Systems, McGraw-Hill, New York, 1998

BASILMAMIŞ YÜKSEK LİSANS TEZLERİ

ÖNCEL Mesut, " Bilgi Teknolojisinin Bir Aracı Olarak İnternet, İnternet ve Ekstranetin İşletme Yönetimi Üzerine Etkileri, Kobi'ler İçin Çözüm Noktaları", (Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü), 2001

DERGİLER

ALGAN Sibel, "Bilgi Yolunda Bildik Yeni Bir Durak: Ekstranet", BT Haber, Sayı:111, 31Mart-6 Nisan, 1997

ALPTÜRK Ercan, Elektronik "Ticarette Hukuki Sorunlar", Mükellefin Dergisi, Lebib Yalkın Yayınları, Haziran 2001, Sayı : 102

ALPTÜRK Ercan, "İnternet ve Yeni Ekonominin Getirdikleri", Mükellefin Dergisi, Lebib Yalkın Yayınları, Haziran 2002, Sayı : 114

ALPTÜRK Ercan, "Türk Sanayinin Rekabet Gücü", Mükellefin Dergisi, Lebib Yalkın Yayınları, Ocak 2003, Sayı : 121

APAK Talha, “Sektörel Dış Ticaret Şirketlerinin Kuruluş ve Faaliyet Şartları İle Sağlanan Başlıca Destekler”, Mükellefin Dergisi, Lebib Yalkın Yayınları, Kasım 2002, Sayı : 119

BALCI Nilgün ve KÜÇÜKYILDIRIM Nejat, “Yeni Ekonomi”, Power Dergisi, Nisan 2000,

Desteknoloji Dergisi, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı Sayı: Sonbahar/2001, http://www.ttgiv.org.tr/tur/tur_anamenu.html , 03.02.2003

Desteknoloji Dergisi, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı Sayı:1/02 http://www.ttgiv.org.tr/tur/tur_anamenu.html , 03.02.2003.

Desteknoloji Dergisi, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı Sayı:2/02, http://www.ttgiv.org.tr/tur/tur_anamenu.html , 03.02.2003.

Desteknoloji Dergisi, “e-devlet için elele..”, Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı, Sayı :4/02.

MEMİŞ H ve SEZER E, “Avrupa Birliği’ne Uyum Sürecinde KOBİ’lerin Değerlendirilmesi”, Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi, Ocak 2001, Sayı:38.

ÖZBEK Aziz “Elektronik Ticaret ve Vergilendirilmesi”, Vergici ve Muhasebeciyle Diyalog Dergisi, Ağustos-Eylül-Ekim-2000

ÖZGEN Hüseyin ve DOĞAN S., “Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Uluslar arası Pazarlara Açılmada Karşılaştıkları Temel Yönetim Sorunları”, Dış Ticaret Dergisi, Sayı 9, Nisan 1998

VARCAN Nezh, “Küçük ve Orta Büyüklükteki Teşebbüslerden Bürokratik Yükün Kaldırılması”, A.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, Eskişehir , Cilt:6 Sayı:1, Haziran.

GAZETELER

TÜRKALP Tayfun , Dünya Gazetesi, Tarih: 19.01.2003

İNTERNET

ARAS G., MÜSLÜMOV A., Küreselleşme Sürecinde Türkiye Ekonomisinde KOBİ'lerin Yeri : Finansman, Ekonomik Sorunları Ve Çözüm Önerileri, http://www3.dogus.edu.tr/amuslumov/Kuresel_KOBI_MAG.pdf, 13.09.2003,

BOZBEL S., İnternet Üzerinden Yapılan Hukuki İşlemler ve Bu Konudaki 97/7 Sayılı AB Yönergesi ile Alman ve İsviçre'deki Düzenlemeler, http://www.hukukcu.com/bilimsel/kitaplar/internet_uzerinden_hukuki_islem.htm , 29.01.2004,

BOZKURT V., KOBİ'ler ve Elektronik Ticaret, <http://iktisat.uludag.edu.tr/dergi/6/veysel/veysel.html>, 24.02.2003,

CANPOLAT Ö., E-ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler, <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/011.html>, 21.01.2003

ÇAĞLAYAN S., Enformasyon Toplumu Yolunda İnternet Kafeler Ve İnternet Kafelerin Yapısı, <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/12.doc>, 25.12.2003.

GÖKTAŞ Y., Bilişim Sektöründe Eleman Açığı :Mevcut Durum Ve Çözüm Önerileri , s.3, <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/93.doc>, 01.11.2003.

GÜNEŞ İ., Elektronik Ticaretin ve Vergilendirilmesinin Uluslararası Boyutu, <http://idari.cu.edu.tr/igunes/yayin.htm> ,14.12.2003.

İNCE M., Elektronik Ticaret: Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar Ve Politikalar, Mart-1999, <http://ekutup.dpt.gov.tr/ticaret/incem/eticaret.html> , 06.02.2003,

OKUDAN K.- SALT A., İnternet ve Güvenlik, <http://www.ytukvk.org.tr/arsiv/sistem.htm>, 25.01.2004.

<http://www.whitehouse.gov/WH/SOTU00/sotu-text.html>, (01.02.2000).

<http://www.aksam.com.tr/arsiv/aksam/2002/12/30/ekonomi/ekonomi8.html>,
15.06.2003

<http://bilisimsurasi.org.tr/home.php?cg=e devlet>, Türkiye Bilişim Şurası E-Devlet Çalışma Grubu Raporu, 10-12 Mayıs 2002, Ankara, S.4, 29.01.2004

http://bilisimsurasi.org.tr/listeler/tbs-e-devlet/Feb/att-0005/01-e.ticaret_Sanayi_ve_Ticaret_Bakanl____.pdf, 23.11.2003

http://bilisimsurasi.org.tr/listeler/tbs-e-ekonomi/Feb/0017.html/e-ekonomi_nedir.doc , 06.11.2003

http://wwwcozum2000.net/Teknoloji_Kullanimi/ 31.10.2002

http://www.egiad.org.tr/ekonomi/k002_kobilerinyeriveonemi.asp?ekonomi=1,
23.12.2003

<http://ekutup.dpt.gov.tr/bilisim/oik576.pdf>, 31.08.2003 Bilişim Teknolojileri Ve Politikaları Özel İhtisas Komisyonu Raporu DPT:2560–ÖİK:576 Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı,Ankara 2001,.

<http://ekutup.dpt.gov.tr/oik575.pdf> , Elektronik Sanayii Özel İhtisas Komisyonu Raporu DPT:2559–ÖİK:575 Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, 08.12.2003.

<http://www.e-ticaretmerkezi.net/eticaretinetkileri.php>, 29.01.2004

http://www.e-shop.gen.tr/e-ticaret/c_et_raporlar.htm, 20.06.2003, INTERSHOP,
E-ticaret,20.06.2003

<http://www.foreigntrade.gov.tr/ead/DTDERGI/tem2001/ersan.htm> , 25.06.2003

<http://www.hurriyetim.com.tr/eko.01.htm>,2001, 21.08.2003.

<http://iktisat.uludag.edu.tr/dergi/5/gulay2/gulay2.html> , 28.01.2004

<http://www.isbank.com.tr/guvenlik.html>, 29.10.2003

<http://www.iso.org.tr/html/KOBINet.doc> , 20.01.2004

<http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/ba2.html>,
11.11.2003.

<http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/bb1.html>,
14.10.2003.

<http://www.kosgeb.gov.tr/KOSGEB/kanun.asp> , 17.09.2003

<http://www.mpm.org.tr/verimlilik.htm>, 26.11.2003

<http://www.netscape.com/security/techbriefs/ssl.html> , 25.07.2003

<http://www.ntvmsnbc.com/news/220961.asp> , 05.07.2003

http://www.oecd.org/publications/pol_brief/1997/9701_poli.htm , 15.01.2003

<http://www.tesid.org.tr/Pdf/tuenafinalreport.pdf>, 28.01.2003.

<http://www.personelonline.com/girisimci.htm>, 02.12.2003

<http://www.superonline.com/hukuk/> 15.11.2003.

http://www.tread.com.tr/tr/static/eis_sozluk_eis.html, 20.01.2004

http://www.ttgV.org.tr/tur/05_sanayici_rehberi/51.htm, 01.12.2003.

http://www.ttgV.org.tr/tur/01_neden_ttgV/13.htm, 29.10.2003

<http://turk.internet.com/haber/yazigoster.php3?yaziid=6433> , 15.02.2003

<http://www.turkhukusitesi.com/faq/eticaret2.shtml> , 26.03.2003

http://www.visaeu.com/virtual_visa/merchants/3dset.html , 25.07.2003

http://www.ykb.com/hizmetler/e_ticaret/sorular.html , 25.07.2003

http://www.ykb.com/hizmetler/e_ticaret/e_ticarete_guvenlik.html , 25.07.2003