

GELENEKSEL TİCARETTEN YENİ EKONOMİYE ELEKTRONİK TİCARETİN TEMEL EKONOMİK ETKİLERİ

Doç. Dr. Serdar ALTINOK
Selçuk Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü
saltinok@selcuk.edu.tr

Arş.Gör. İbrahim Halil SUGÖZÜ
Selçuk Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü
ihsugozu@selcuk.edu.tr

Arş.Gör. Murat ÇETİNKAYA
Selçuk Üniversitesi İİBF İktisat Bölümü
mcetinkaya@selcuk.edu.tr

Özet

Elektronik ticaretin birkaç yılda ulaştığı büyüklük, tüm zamanlar içinde ekonomik anlamda belki de en hızlı değişimin gerçekleşmekte olduğunun ispatıdır. Bugün Ticaretin tanımı yeniden yapılmış ve pazar kavramına değişik boyutlardan yaklaşılmak zorunda kalmıştır. Bunun sebebi sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişte geleneksel ticaretin yerini elektronik ticaretin almış olmasıdır. Ayrıca elektronik ticaretin diğer gelişen ekonomilerde olduğu gibi Türkiye Ekonomisi üzerine de etkileri olduğu açıkça fark edilmektedir. Bu çalışmada, elektronik ticaretin temel ekonomik etkileri incelenirken Türkiye Ekonomisi üzerindeki etkilerine de değinilecektir.

Anahtar Kelimeler: Elektronik Ticaret, Yeni Ekonomi, Makro Ekonomi

Giriş

İnternet kullanıcılarının ve web sitesi sayısının hızla arttığı günümüzde internetin sunduğu olanaklardan biri olan elektronik ticaretin boyutu da buna bağlı olarak hızla artış göstermektedir. Elektronik ticaretin hacminde meydana gelen bu artış onu, ülkelerin ekonomik, sosyal ve idari yapılarında önemli bazı etkilere sahip hale getirmektedir.

Elektronik ticaretin ekonomik etkileri, dünyadaki geleneksel ticaret anlayışından yeni ekonomiye geçiş sürecinin hızlanmasına sebep olmaktadır. Bu etkilerin ekonomilere olan olumlu katkıları ülkelerin elektronik ticaretin gelişmesi yolunda sürekli olarak yeni önlemler alması ve düzenlemelere gitmesi ile doğru orantılı olmaktadır.

Çalışmada elektronik ticaretin temel ekonomik etkileri ele alınmaktadır. Bu bağlamda elektronik ticaret tanımına giren ticari faaliyetlerin dünya ekonomisi ve Türkiye Ekonomisi üzerindeki makro ekonomik etkileri, maliyetler, rekabet, fiyatlar, işletme ve pazar yapısı ve istihdama etkileri başlıklar halinde incelenmektedir.

Elektronik Ticaretin Temel Ekonomik Etkileri

İnternet, askeri amaçlar doğrultusunda geliştirilmesine rağmen, takip eden yıllarda kamu hizmetleri ve akademik faaliyetlere doğru yönelmiştir. Yirminci yüzyılın son on yılı içerisinde ise enformasyon toplumlarında internetin kullanım alanı biraz daha farklı yönde ilerleyerek küreselleşmeye katkıda bulunmuş ve üzerindeki bilgi kaynakları çeşitlenerek çoğalmıştır. Bu dönemlerde domain kuruluş tiplerinden olan ticari kurumlar (com) eğitim ve kamu kurumlarına göre (edu, gov) daha fazla artış göstermiştir. Yani 1990'lı yıllardan itibaren internette ticari faaliyetler daha da yoğunlaşarak; elektronik ticaret hareketleri, birinci dereceden kullanım amacı haline gelmiştir.

Elektronik ticaretin temel ekonomik etkisi, engellerin daha az olduğu bir ekonomik faaliyet alanı yaratmasıdır. Söz konusu etki, esas olarak hızla gelişen bilgi ve iletişim teknolojilerinin doğurduğu bir sonuçtur. Elektronik ticaret, hızla gelişen söz konusu altyapıyı kullandığından ekonomik hayata etkisi de aynı oranda büyük olacaktır. Elektronik ticaret, potansiyel olarak bütün üretici, sağlayıcı, kullanıcı ve tüketicileri bir araya getirdiğinden, sanayi devriminden bu yana hayal edilen mal ve hizmet üretimi ile ticari hayatı gerçeğe dönüştürecek özelliklere sahip olduğu düşünülmektedir¹.

Elektronik ticaretin özellikleri ile ilgili yapılan kısmi analizler sonucunda; ileri teknoloji (High-Tech) üretiminde yaşanan hızlı artışın beraberinde verimliliği de artırdığı ve artan verimlilik ile beraber işgücü piyasasının yeniden şekillendiği, bunun sonucunda işçilik maliyetlerinin bir azalış trendi içerisinde bulunduğu, bunların yanı sıra düşen vergi gelirleri ile birlikte harcanabilir gelirden bir artış olduğu ortaya çıkmıştır. Yeni ekonomide ortaya çıkan bu özellikler, eski ekonomiye göre rekabetin yeniden şekillendiğini, sektörler özel stratejik rekabet kalıplarının ortaya çıktığını göstermektedir².

Makro Ekonomik Etkiler

Elektronik ticaret, gelişmekte olan ülkelerde makro ve mikro ekonomik birimler açısından kaynakların daha verimli kullanılmasını sağlayacak fırsatlar sunan bir gelişmedir. Gelişmekte olan ülkelerin bu fırsatları değerlendirmesi, elektronik ticaretin önündeki yasal ve kurumsal engellerin kaldırılmasına ve teşvik edilmesine bağlıdır. ABD başta olmak üzere gelişmiş ülkeler, elektronik ticarete gelişmekte olan ülkelere öndedir ve bu üstünlüklerini sürdürme eğilimindedirler. Dolayısıyla gelişmekte olan ülkeleri her konuda olduğu gibi zorlu bir yarış beklemektedir. Türkiye'deki nüfusun yaklaşık yüzde 70'inde bilgisayarın olmaması, bilginin mobilitesini, özellikle eğitimde olumsuz yönde etkilemektedir. İnternet kullanımını bakımından bazı Avrupa ülkelerinin üzerinde yer alan Türkiye, elektronik ticaret konusunda daha alt sıralarda bulunmaktadır³.

Yeni ekonominin makro ekonomik anlamda meydana getirdiği en önemli etki, ekonominin verimlilik büyüme trendinde gözlenen hızlanmadır. Verimlilik artışı emek verimliliğindeki artışın yanı sıra, maliyet tasarrufları aracılığı ile de sağlanır. Verimlilikte gözlenen artış ekonominin toplam hasılasında artışlar sağlar⁴.

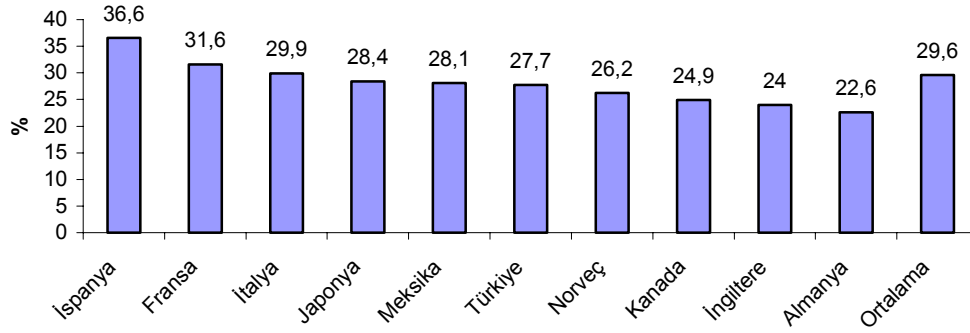
¹ Murat İnce, **Elektronik Ticaret: Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar**, DPT Yayını, Ankara, 1999, s: 17

² Ekin Keskin, Bilgi Teknolojisi ve Elektronik Ticaret", **Stratejik Analiz**, Cilt 1, Sayı 5, Eylül 2000, s: 19.

³ <http://www.foreigntrade.gov.tr/ead/strateji/III-10.htm>, 2003

⁴ Seyfettin Erdoğan, "Makro Ekonomik Etkileri Açısından Yeni Ekonomi", **1. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi** - Kocaeli Üniversitesi, s: 19

Şekil.1 Elektronik Ticaret Tanımına Giren Faaliyetleri İçeren Katma Değerin GSYİH İçindeki (Potansiyel) Payı (%)



Kaynak: WTO Staff Working Paper ERAD-99-01, aktaran; www.etkk.gov.tr, 2001

Şekil.1’de görüldüğü üzere elektronik ticaret tanımına giren faaliyetleri içeren katma değer GSYİH içindeki (Potansiyel) payı, Türkiye’de yüzde 27,7 olarak gerçekleşmektedir. Ülkeler ortalamasına bakıldığında elektronik ticaret tanımında giren ticari faaliyetlerin Türkiye’nin GSYİH’sı içerisindeki oranı daha düşük seviyede gerçekleşmektedir.

Kamu ve özel sektörlerdeki gelişmelere rağmen internet hızının çok yavaş olması, dijital telefon hatlarının her yere ulaşamaması, internet kullanım ücretlerinin yüksek olması, internet servis sağlayıcılarının kaliteli hizmet verememesi, kargo hizmetlerinin güvenli olmaması, en önemlisi de elektronik ticaret alanında hukuksal altyapının oluşturulamaması, bu faaliyetlerin paylarının bazı ülkelere göre daha düşük seviyede olmasının nedenlerindedir⁵.

Üretim Maliyetlerinde Azalma

Üretim maliyetlerini azaltıcı etki başlıca iki boyutuyla görülmektedir. Birincisi, elektronik ticaretin, firmanın maliyet yapısını değiştirmesi; ikincisi de diğer işletmelerle geriye ve ileriye doğru ilişkilerinde elde edilen maliyet düşüşleridir⁶.

İnternet kullanımı ile birlikte elektronik ticaretin geniş boyutlara ulaşması maliyet yapılarında masraflarda azalma şeklinde kendini göstermekte, bilgiye ana kaynağından, aracısız, doğru, daha hızlı ve ucuz yoldan ulaşma gibi fırsatları beraberinde getirmektedir.

Tablo.1 Cisco’nun Elektronik Ticaret Müşterisi Dolayısıyla Sağladığı Tasarruflar

	Milyon ABD Doları
Elle yazma maliyeti	270
Yazılım dağıtımı	130
Telefonla teknik destek	125
Toplam	525

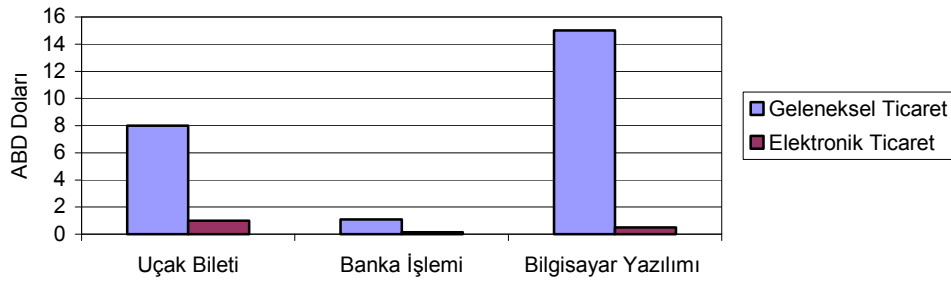
Kaynak: OECD, **The Economic and Social Impacts of Electronic Commerce: Preliminary Findings and Research Agenda, in the Conference Proceedings of "A Borderless World -- Realizing the Potential of Global Electronic Commerce,"** Ottawa, Canada, October 1998, p:61

Cisco’nun elektronik ticaret müşterilerine sağladığı ürünlerdeki belirgin maliyet düşüşü tablo 1’de görülmektedir. Bu da yaklaşık olarak toplam gelirin yüzde 9’unu oluşturmaktadır ya da maliyetlerin yüzde 17’si olmaktadır⁷.

⁵ <http://www.foreigntrade.gov.tr/ead/strateji/III-10.htm>, 2003

⁶ Yakup Kepenek, **Ekonomik Yönleriyle Elektronik Ticaret**, Tübitak Bilten Raporu, Ankara 1999, s: 62

Şekil.2 Geleneksel Ticaretle Elektronik Ticaretin Maliyet Yönünden Karşılaştırılması

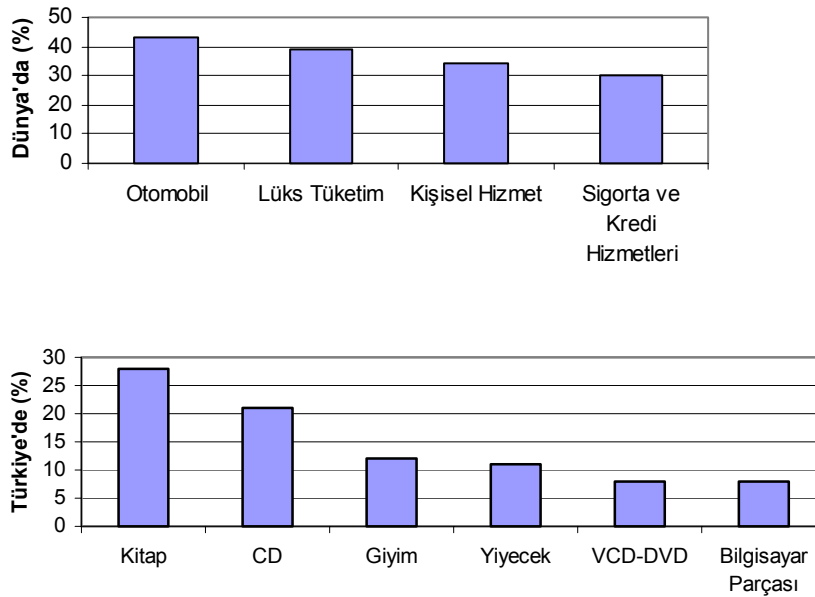


Kaynak: OECD, a.g.e, p:63

ABD’de yapılan bir araştırmada (şekil 2) uçak bileti, banka işlemi ve bilgisayar yazılımı ticaretinde elektronik ticaretin maliyeti geleneksel ticaretin maliyetinden çok yüksek oranlarda daha düşük düzeydedir.

Elektronik ticaretin sağladığı maliyet avantajı mal ve hizmetlerin fiyatlarına yansyarak tüketicilerin lehine sonuçlanmaktadır. (İşletmeler internet üzerinden gerçekleştirdikleri ticari faaliyetlerde mal ve hizmet fiyatlarını daha düşük oranlarda gerçekleştirmektedirler. Örneğin Bankacılık işlemleri, interaktif sistemle – internetten ya da telefon sisteminden – gerçekleştirildiğinde daha düşük maliyetle sonuçlandığı görülmektedir.) Tüketici alışveriş, sipariş, yatırım vb. pek çok ticari faaliyetini hem daha çabuk sonuçlandırabilmekte hem de sonucunu bizzat takip edebilmektedir⁸.

Şekil.3 Dünya’da ve Türkiye’de İnternette En Çok Satın Alınan Ürünler



Kaynak: NTV Mag Dergisi, Mart 2001, Sayı 19, s: 90’dan aktaran; “Elektronik Ticaret”, <http://www.basarm.com.tr/yayin/internet/internetreklamcilig/01.htm>, 2003

⁷ OECD, *The Economic and Social Impacts of Electronic Commerce: Preliminary Findings and Research Agenda, in the Conference Proceedings of "A Borderless World -- Realizing the Potential of Global Electronic Commerce,"* Ottawa, Canada, October 1998, p:61

⁸ Aşkın Keser, “Küreselleşen Dünyanın Yeni Gerçeği Elektronik Ticaret”, *Elektronik Ticaret*, Der: Veysel Bozkurt, Alfa Yay., Mayıs 2000, Ankara, ss: 97-98

Araştırma sonuçları incelendiğinde Türkiye’de alışveriş kalemlerinin farklı olduğu görülmektedir. Bunun sebebi olarak internet kullanıcılarının Türkiye’de daha genç olması (28 yaş civarı) ve ekonomik gelir seviyesinin dünya üzerindeki internet kullanıcılarına oranla daha düşük olmakla beraber eğitim seviyesinin daha yüksek olduğu görülmektedir.⁹

Üretim maliyetlerindeki azalma ülkeden ülkeye değişim göstermekle birlikte, aradaki fark çok büyük olmayacaktır. Örneğin Türkiye’de her ne kadar internet altyapısının yetersizliği ve maliyetinin diğer ülkelerden fazla olması söz konusu olsa da geleneksel ticaretin maliyeti elektronik ticaretin maliyetinden daima daha fazla olacaktır.

Rekabet

Stratejilerini doğru belirleyen, hedeflerini doğru ortaya koyan firmalar elektronik ticaretin avantajlarından ve yeni iş imkanlarından faydalanarak rakipleri karşısında avantaj sağlayacaklardır. İşletme için ürün, yeni fikir ve mevcut genel durum ile ilgili bilgilere erişim olanağı çok değerlidir. Enformasyon toplumunda bilgiye ulaşmanın rasyonel yolu internette geçmektedir¹⁰. Rakip firma ne kadar büyük bir firma olursa olsun, otomasyona bağlanmış iş yönetimi ve maliyetlerindeki azalma ile aynı ürünü daha az personel çalıştırarak daha ucuz fiyattan ve daha hızlı bir şekilde müşterilere ulaştırılabilir, kişiye özel en iyi hizmet sunulabilmektedir¹¹.

Türkiye’de elektronik ticaret ve rekabet konusunda, Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu Rapor Özeti’nde şu ifadeler yer almaktadır: “Zaman, yer ve personel tasarrufu sağlama nedeniyle firmaların serbest rekabet gücüne önemli katkı sağlama beklenen elektronik ticaret konusunda, devletin düzenleyici rolünün içerik ve boyutunun belirlenmesi önem taşımaktadır. Elektronik ticarete devletin müdahalesinin sınırları VII. Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda benimsenen, devletin, ekonomi ve piyasalara müdahalesinin en az düzeyde olması yaklaşımı çerçevesinde çizilmelidir. Refah düzeyini artırmak, kaynakların etkin kullanımını sağlamak, pazarı açık tutmak ve belirsizlikleri önlemek için kuralların konulması ve uygulamanın bu kurallara uygun olarak yürütülmesi, elektronik ticaret açısından da geçerli olacaktır.”¹²

Fiyatlar

Geleneksel yöntemlerin dışında elektronik ticaretle, daha hızlı, sürekli ve maliyetler açısından daha fazla avantajlar sağlanması sonucunda fiyatlar genel seviyesindeki artışlarda da azalma kaçınılmaz olmaktadır.

Artan rekabet fiyatları şeffaflaştırmakta, alıcılar ve satıcılar açısından piyasa genişlemektedir. Dolayısıyla firmalar maliyet tasarrufu sağlayıcı yeni teknikleri zorunlu olarak edinmeye çalışmaktadırlar. İnternet kullanımı ile birlikte gerek ulusal gerekse uluslararası düzeyde ortaya çıkan rekabet, tam rekabet piyasası koşullarına benzer sonuçların doğmasını sağlayabilmektedir. Dolayısıyla Düşük kar marjları, etkin üretim ve müşteri memnuniyeti sağlanabilmektedir¹³.

⁹ NTV Mag Dergisi, Mart 2001, Sayı 19, s: 90’den aktaran; “Elektronik Ticaret”, <http://www.basarm.com.tr/yayin/internet/internetreklamciligi/01.htm>, 2003

¹⁰ Selçuk Burak Hasiloğlu, **Enformasyon Toplumunda Elektronik Ticaret ve Stratejileri**, Türkmen Kitabevi, İstanbul 1999, s: 97

¹¹ www.webaktif.com/etbilgi.htm, 2001

¹² ETKK, Rapor Özeti, <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/005a1.html>, 2003

¹³ Robert E.Litan and Alice M.Rivlin, **a.g.m.**, s.314-315

Türkiye’de elektronik ticaretle şimdiye kadar aracı ile ulaşılabilen bilgi kaynağına aracısız ulaşılma imkanı sağlamaktadır. Bu durumda önce aracı işinin niteliği değişmektedir; aracı, tükenmeyen, eskimeyen ve her an değişebilir bilgi kaynağı olmaktadır. Bunun sonucunda masraf azalmakta ve rekabet nedeniyle azalan masrafların fiyat düşüşlerine yol açacağına kesin gözüyle bakılmaktadır. Oysa bu noktada öncelikle belirtilmesi gereken, yukarıda değinilen maliyet düşüşlerinin otomatik ya da kendiliğinden fiyatlara yansımadığıdır; yani maliyet azaldı, fiyatlar zorunlu olarak düşecektir, sonucuna varılamaz. Çünkü fiyatlar, esas olarak, pazar yapısı belirler. Firmaların büyük çoğunluğu, yüzde 95’ten fazlası, fiyat listesi vermediklerinden bu konuda araştırma yapma olanağı da şimdilik, çok sınırlı kalmaktadır¹⁴.

İşletme ve Pazar Yapısı

Elektronik ticaretin, işletme örgütlenmesi, aynı anlama gelmek üzere işletmenin işleyiş yapısını yeniden biçimlendirmesi üzerine giderek artan ölçüde etkili olacağı ve bunun önemli sonuçlar doğuracağı tahmin edilmektedir. Fiziksel pazardan elektronik pazara geçişte, özellikle bazı sektörlerin firma yapılarında önemli değişiklikler olmaktadır. Elektronik ticaret nedeniyle firma yapıları değişen sektörlerin başında müzik, yayıncılık, bankacılık hizmetleri, gelmektedir. Bu sektörlerde firma örgütlenmesi olarak yeni, eskinin yerini almakta, ulaştırmada kısmen değişiklik yaşanırken bilişim hizmetlerinde karma bir yapının meydana geldiği görülmektedir¹⁵.

İnternette birlikte ortaya çıkan yeni şirket yapısı ve pazarlama anlayışı, tüketiciye yönelik satışlarla, şirketler arası ticarete farklı bir boyut getirmiştir. Çarpıcı gelişmelerin gözlemlendiği elektronik ticaret, ürün, bilgi veya hizmet satışlarının internetin de dahil olduğu birçok kanal aracılığı ile gerçekleştirilmesidir. Bankalar ise ticaret yapma şekillerini internete taşıyan firmaların ödeme işlemlerine aracılık etmektedirler. Dünyada elektronik ticaretin en yaygın olduğu sektörler bilişim, elektronik, telekomünikasyon, finans, perakendecilik, enerji ve turizm olarak görülmektedir¹⁶.

Tüketiciler geleneksel perakendecilere, toptancılara ve fiziksel varlığı olmayan hizmetleri satın almak için dağıtıcılara gitmek yerine doğrudan üreticiye gidebilir. Yeni araçlara ihtiyaç duyulurken, bu tür hizmetler geleneksel araçlara kıyasla oldukça az işgücü gerektirir ve belirli bir coğrafi yerleşime ihtiyaç yoktur¹⁷.

İnternet ekonomisi özellikle pazaryerini ya da piyasayı değişime uğratmaktadır. Geleneksel Pazar yöntemlerinde nesnel vasıtalarla oluşturulan satış ve alış tarzlarının sanal dediğimiz elektronik düzleme kayması tüm ticari ilişkilerde bir dönüşüme neden olmaktadır. Elektronik ticaret yöntemleri, işletmeler arası elektronik ticaret (business to business) ve müşteriye yönelik elektronik ticaret (business to consumer) olarak iki ayrı şekilde belirlenmektedir. Firmalar arası elektronik ticaretin yoğunlaşması yönünde gelişen dünya ekonomik eğilimlerinin tersine olarak Türkiye’de, özellikle perakendecilik sektöründe müşteriye yönelik elektronik ticaret çalışmaları hızlı bir şekilde ilerlemektedir. Türkiye’de internet üzerinden satış yapan sanal mağazaların sayısı 37’nin üzerine çıkmış durumdadır. Buna karşın tedarik zinciri yönetiminin internet üzerinden yapılması Türk şirketlerinin yeni tanıştığı bir yöntem ve henüz tartışılma aşamasındadır¹⁸.

¹⁴ Yakup Kepenek, **a.g.m.**, s: 64

¹⁵ OECD, **a.g.e.**, 70

¹⁶ http://eticaret.garanti.com.tr/garantide_e_tic.htm, 2003

¹⁷ Devlet Planlama Teşkilatı, “Küresel Elektronik Ticarete Karşı Engellerin Kaldırılması – OECD Tartışma Raporu”, **Elektronik Ticarete İlişkin Bazı Temel Belgeler**, DPT yay., Mayıs 1999, s: 2

¹⁸ Turgut Haspolat, **a.g.m.**

İstihdam

Elektronik ticaretin dar anlamda istihdam ya da iş gücü üzerine etkisi iki farklı şekilde gerçekleşmektedir. İlk olarak elektronik ticaretin yeni iş alanlarının ortaya çıkmasına sebep olması dolayısıyla olumlu etkisi, ikinci olarak ise var olan iş sahalarında görevlerin yeniden oluşturulması sürecinde bazı sahaların ortadan kalkması dolayısıyla olumsuz etkisi söz konusu olmaktadır.

Kısaca, gerek yeni kurulan firmaların, gerekse elektronik ticarete geçen eski işletmelerin işgücü yoğunluğunu azaltan bir üretim yapısına yöneldikleri görülmektedir. Ek olarak elektronik ticaret geçiş döneminde en büyük işgücü kaybına, seyahat acenteleri, perakende ticaret ve posta hizmetlerinin uğrayacağı konusunda görüş birliği vardır¹⁹.

Ayrıca KOBİ'ler toplam işletmelerin %98-99 gibi önemli bir ağırlığını kapsamaktadır. Bu işletmeler, ekonomiye dinamizm ve rekabetçi bir boyut kazandırarak piyasa mekanizmasının etkinliğini artırma, sürdürülebilir kalkınmayı sağlama, istihdam yaratma, bölgesel sosyo-ekonomik dengesizlikleri giderme ve kalkınmayı tabana yayma gibi önemli fonksiyonları ile Türk ekonomisinin temel dinamiğini oluşturmaktadırlar. Bu gün KOBİ'ler imalat sanayinin yüzde 99.47'sini oluşturmakta ve toplam istihdamın yüzde 56.3'ünü sağlamaktadır²⁰. Günümüzde enformasyon teknolojileri içinde özel bir öneme sahip olan İnternet, KOBİ'ler açısından yaratmış olduğu elektronik ticaret imkanlarıyla yepyeni kapılar aralamıştır²¹.

Türkiye'de bir kişiye istihdam yaratma imkanının maliyetinin oldukça yüksek olduğunu göz önüne aldığımızda elektronik ticaretin önemi bir kez daha artmaktadır. Elektronik ticaretle birlikte Türkiye'de yeni çalışma alanları açılmasına imkan sağlamakta bu da istihdamı doğrudan arttırıcı bir etki yapmaktadır. Genel olarak elektronik ticaretle genişleyecek olan pazarlar ülke ekonomimiz açısından istihdam üzerine önemli katkılar sağlayabilecektir.

Sonuç

Elektronik ticaretin getirdiği makro ekonomik avantajların dezavantajlarına oranla çok daha yüksek düzeyde olması, ekonomik anlamda onun benimsenmesine ve ona teveccüh edilmesine yeterli sebep olmaktadır. Ayrıca üretim maliyetlerini azaltıcı etkide bulunması, rekabet gücüne olumlu katkıda bulunması, fiyatlar genel seviyesinde azalmaya yol açması ile fiyatlarda istikrarın sağlanmasına olumlu etkide bulunması, daha basit işletme ve pazar yapısı ve yeni iş olanaklarının ortaya çıkması ile dezavantajlarını telafi edebilecek bir istihdamın gerçekleşmesine sebep olması, elektronik ticaretin temel ekonomik etkilerinin çerçevesini oluşturmaktadır.

Türkiye'de de bu konu ile ilgili gerekli düzenlemelere gidilmesi yönünde yol gösterici olması amacıyla kurullar ve kuruluşlar oluşturulmasına rağmen elektronik ticaretin gelişmesi yolunda daha ileriye gidilememesi ve elektronik ticaretin önündeki engellerin ortadan kaldırılması doğrultusunda önlemler alınmaması hatta ilave engellerin ortaya çıkarılması elektronik ticaretteki gelişmelerin çoğu ülkelerden daha düşük seviyede oluşmasına sebep olmaktadır. Türkiye'nin ekonomik yapısı, söz konusu düzenlemelerin gerçekleştirilmesi sonucunda elektronik ticaretin hızlı bir gelişme göstermesine olanak tanımaktadır.

¹⁹ Yakup Kepenek, **a.g.e.**, s: 70

²⁰ Turgut Haspolat, "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ)", http://dergi.tbd.org.tr/yazarlar/15042002/turgut_haspolat.htm, 2002

²¹ Veysel Bozkurt, "Kobi'ler ve Elektronik Ticaret", <http://iktisat.uludag.edu.tr/dergi/6/veysel/veysel.html>, 2003

KAYNAKLAR

- AKIN, H.Bahadır, **Yeni Ekonomi: Strateji, Rekabet, Teknoloji Yönetimi**, Çizgi Kitabevi Yayınları, 2001
- BOZKURT, Veysel, “Kobi’ler ve Elektronik Ticaret”, <http://iktisat.uludag.edu.tr/dergi/6/veysel/veysel.html>, 2003
- ERTAŞ, Sacit, “Elektronik Ticaret: Tanımı, Gelişimi, Avantajları, Güvenliği”, **Elektronik Ticaret**, Der: Veysel Bozkurt, Alfa Yay., Ankara Mayıs 2000
- ERDOĞAN, Seyfettin, “Makro Ekonomik Etkileri Açısından Yeni Ekonomi”, **1. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi - Kocaeli Üniversitesi, 2002**
- HASILOĞLU, Selçuk Burak Hasıloğlu, **Enformasyon Toplumunda Elektronik Ticaret ve Stratejileri**, Türkmen Kitabevi, İstanbul 1999
- HASPOLAT, Turgut, “Elektronik Ticaret”, http://dergi.tbd.org.tr/yazarlar/15042002/turgut_haspolat.htm, 2002
- HASPOLAT, Turgut, “Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (KOBİ)”, http://dergi.tbd.org.tr/yazarlar/15042002/turgut_haspolat.htm, 2002
- İNCE, Murat, **Elektronik Ticaret: Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar**, DPT Yayını, Ankara, 1999
- KEPENEK, Yakup, **Ekonomik Yönleriyle Elektronik Ticaret**, Tübitak Bilten Raporu, Ankara 1999
- KESER, Aşkın, “Küreselleşen Dünyanın Yeni Gerçeği Elektronik Ticaret”, **Elektronik Ticaret**, Der: Veysel Bozkurt, Alfa Yay., Ankara Mayıs 2000
- KESKİN, Ekin, Bilgi Teknolojisi ve Elektronik Ticaret”, **Stratejik Analiz**, Cilt 1, Sayı 5, Eylül 2000
- LİTAN, Robert E. and Alice M.Rivlin, “Projecting the Economic Impact of the Internet”, **The American Economic Review**, Vol:91, No:2,2001
- OECD, **The Economic and Social Impacts of Electronic Commerce: Preliminary Findings and Research Agenda, in the Conference Proceedings of "A Borderless World -- Realizing the Potential of Global Electronic Commerce,"** Ottawa, Canada, October 1998
- SÖYLEMEZ, Alev, **Yeni Ekonomi**, Boyut Kitapları, İstanbul, 2001
- Devlet Planlama Teşkilatı, “Elektronik Ticarete Avrupa Girişimi – Avrupa Parlamentosu, Konseyi, Ekonomik ve Sosyal Komite ve Bölgeler Komitesi İçin Deklarasyon”, **Elektronik Ticarete İlişkin Bazı Temel Belgeler**, DPT yay., Mayıs 1999
- Devlet Planlama Teşkilatı, “Küresel Elektronik Ticarete Karşı Engellerin Kaldırılması – OECD Tartışma Raporu”, **Elektronik Ticarete İlişkin Bazı Temel Belgeler**, DPT yay., Mayıs 1999
- ETKK, Rapor Özeti, <http://www.kobinet.org.tr/hizmetler/e-ticaret/e-ticaret-kutuphanesi/005a1.html>, 2003
- <http://dergi.tbd.org.tr>
- <http://eticaret.garanti.com.tr>
- <http://www.basarm.com.tr>
- <http://www.ceterisparibus.net>
- <http://www.e-ticaret.gov.tr>
- <http://www.etkk.gov.tr>
- <http://www.foreigntrade.gov.tr>
- <http://www.kobinet.org>