



ELEKTRONİK TİCARET: GELİŞME YOLUNDAKİ ÜLKELER İÇİN İMKANLAR ve POLİTİKALAR

Murat İNCE
Planlama Uzmanı

MART, 1999

İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü

Hukuki Tedbirler ve Kurumsal Düzenlemeler Dairesi Başkanlığı

1. E-TİCARETİN GELİŞİM SÜRECİ VE GELECEĞİ.....	1
2. GELİŞME İÇİN SAĞLANMASI GEREKEN KOŞULLAR.....	6
2.1. ULUSLARARASI ALANDA SAĞLANMASI GEREKEN KOŞULLAR.....	7
2.1.1. DÜNYA ÖLÇEĞİNDE GEÇERLİ İLKE, POLİTİKA, NORM VE STANDARTLARIN OLUŞTURULMASI.....	7
2.1.2. KÜRESEL PAZARIN AÇIK TUTULMASI (SERBEST TİCARET).....	8
2.1.3. AÇIK AĞ ERİŞİMİ KONUSUNDA ÜLKELER VE BÖLGELER ARASINDAKİ FARKLARIN AZALTILMASI.....	8
2.2. ULUSAL ALANDA SAĞLANMASI GEREKEN KOŞULLAR.....	10
2.2.1. KULLANICI VE TÜKETİCİLERİN GÜVENİNİN SAĞLANMASI.....	11
2.2.2. SAYISAL PAZARIN TEMEL KURALLARIN BELİRLENMESİ	12
2.2.3. ELEKTRONİK TİCARET BİLGİ ALTYAPISININ GELİŞTİRİLMESİ VE YAYGINLAŞTIRILMASI.....	14
2.2.4. EN YÜKSEK FAYDANIN SAĞLANMASI	16
3. E-TİCARETİN EKONOMİK VE SOSYAL ETKİLERİ.....	16
4. GELİŞME YOLUNDAKİ ÜLKELERİN (GYÜ) E-TİCARETTEN SAĞLAYABİLECEKLERİ YARARLAR	19
5. E-TİCARETİN GELİŞTİRİLMESİ İÇİN ÜLKE POLİTİKALARI.....	22
5.1. TEKNİK, İDARI VE YASAL AÇIDAN YAPILMASI GEREKENLER.....	24
5.1.1. TEKNİK ALTYAPININ İYİLEŞTİRİLMESİ, ALAN İSİMLERİ TAHSİS SİSTEMİNİN KURUMSALLAŞTIRILMASI.....	24
5.1.2. TÜKETİCİYİ VE KİŞİSEL BİLGİLERİ KORUYACAK ÖNLEMLERİN ALINMASI.....	25
5.1.3. ELEKTRONİK İMZAYA YASAL GEÇERLİLİK KAZANDIRILMASI.....	25
5.1.4. ONAY KURUMLARI YASAL VE İDARI ALTYAPISININ KURULMASI.....	25
5.1.5. VERGİLEME, ÖDEME VE TESLİMAT USULLERİNİN GELİŞTİRİLMESİ.....	25
5.1.6. FİKRİ MÜLKİYET HAKLARINI KORUYACAK ÖNLEMLERİN ALINMASI.....	25
5.2. ELEKTRONİK TİCARET KONUSUNDA İZLENECEK DEVLET POLİTİKASININ BAŞLICA UNSURLARI.....	26
NOTLAR.....	27

BİBLİOGRAFYA.....28

YARARLANILABİLECEK DİĞER KAYNAKLAR.....29

ŞEKİL	SAYFA
Şekil 1: İnternet'in ve E-ticaretin Evriminde Kilometre Taşları	2
Şekil 2-a: Ülkelere Göre İnternet Kullanıcı Sayıları	2
Şekil 2-b: Dönemlere Göre İnternet Host (Sunucu) Bilgisayar Sayıları	3
Şekil 3: Bazı Mal ve Hizmetlerin Elektronik Satışında Olası Gelişmeler	4
Şekil 4: 1997 ve 2000 Yıllarında Ticari Araçların Gelişimi	4
Şekil 5: Bölgeler ve Ülkelere Göre İnternet Kullanan Nüfus	6
Şekil 6: Ülkelere Göre İnternet Erişim Maliyetleri	7

TABLO	SAYFA
Tablo 1: E-ticaretin Coğrafi Dağılımı için Tahminler	3
Tablo 2: Geleneksel Ticaret ile E-ticaretin Maliyet Yönünden Karşılaştırması	12

1. E-Ticaretin¹ Gelişim Süreci ve Geleceği

E-ticaretin gelişim sürecinden bahsetmeden önce, e-ticaret ile ilgili bir değerlendirmenin yeniden hatırlatılmasında yarar görülmektedir. Bu değerlendirme, e-ticaretin her anlamda yeni bir ticari yöntemi ifade ediyor olmasına ilişkindir.

E-ticaret kuşkusuz yenidir, ancak geçerli olan esaslar ve ilkeler bakımından geleneksel ticari yöntemlerle benzerlikler içermekte, zaman zaman aynı yöntemleri kullanmaktadır. Dolayısıyla e-ticaret, her anlamda yeni ve geleneksel ticarete alternatif bir ticari usuller seti değil, iletişim ve bilgi işleme teknolojilerinin gelişimine paralel olarak ortaya çıkan² ve ticareti kolaylaştıran bir yeniliktir.

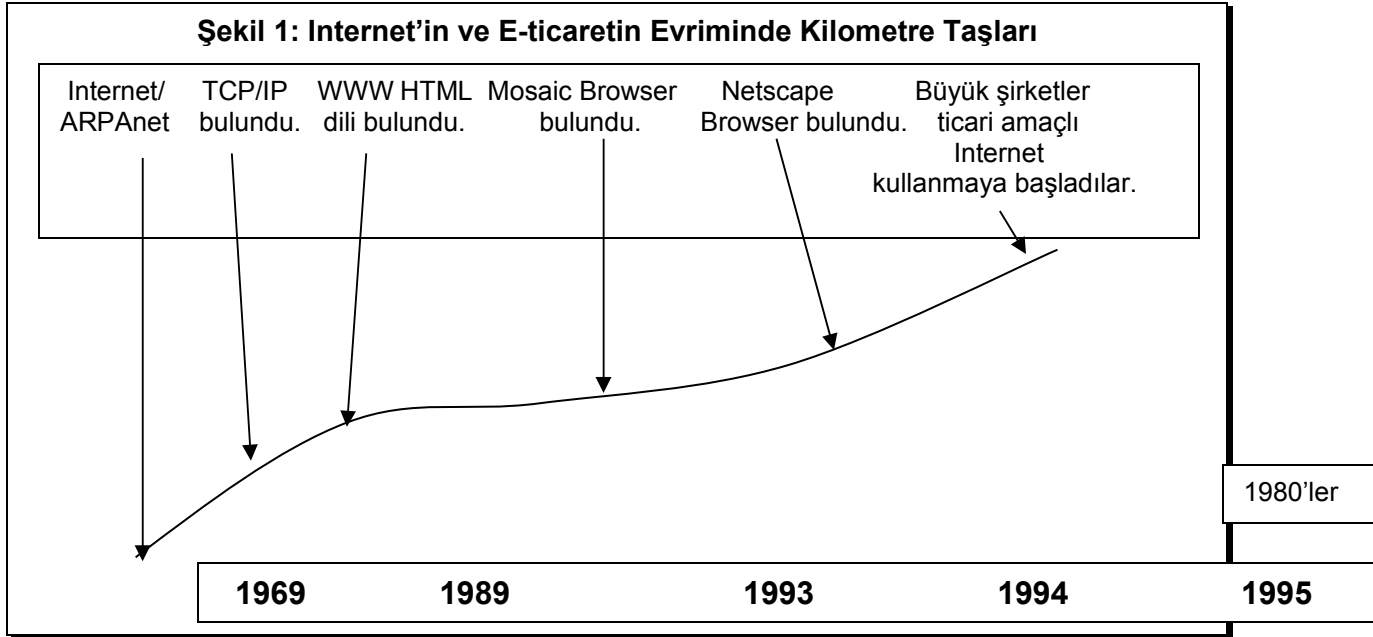
E-ticaretin gelişim süreci, üç yıl öncesine dayanmaktadır. Şekil 1’de de görüldüğü gibi, İnternet ortamında e-ticaret şirketler tarafından yoğun olarak 1996 yılında kullanılmaya başlanmıştır. Bundan önceki yıllarda da e-ticaret uygulamalarının varlığından bahsetmek mümkündür. Ancak, bu tür uygulamalar ya “intranet” olarak adlandırılan şirket içi ağlar ya da “ekstranet” adı verilen ve şirketlerin kendi aralarında veya belirli müşterileri ile bilgi alışverişinde/ticari ilişkide buldukları ve üçüncü taraflara kapalı olan uygulamalardır. Bu uygulamalarda EDI (electronic data interchange) adı verilen bir yöntem kullanılmaktadır. EDI, 1990’lı yılların ortalarında ABD ve Avrupa’da yoğun olarak kullanılmaya başlanmıştır. Dünya Bankası’nca 1995 yılında yapılan bir araştırmada, Avrupa’da EDI kullanan şirketlerin sayısının 30 bini bulunduğu tespit edilmiştir. İnternet üzerinden yapılan e-ticaret ise, EDI’den farklı olarak, yalnız belirli üretici, sağlayıcı, dağıtıcıları bir araya getirmeyip, İnternet erişimi olan her bir kullanıcıya eşit fırsatlar yaratabilmektedir.

¹ E-ticaretin tanımı ve dolayısıyla kapsamı hakkında değişik yorumlar vardır. E-ticaret, ideal tanımı ile; açık ağ üzerinden, bilgisayar-bilgisayar aracılığı ile gerçekleştirilen ticari uygulamaları ifade etmektedir. Çünkü e-ticarete ulaşılmak istenen hedef, bu tür uygulamalardır. Bunun dışında; telefon, faks, televizyon, elektronik fon transferi (EFT), elektronik veri iletişimi (EDI) gibi araçlar, halen ticari uygulamalarda yaygın olarak kullanılmaktadır. Örnek olarak, telefonla sipariş vererek, kredi kartı ile ödemedede bulunmak da tanımı gereği bir e-ticaret uygulamasıdır. İnternet ile sağlanan yenilik, e-ticaretin gelişmesinde arzu edilen seviyeyi yakalamak açısından sonsuz olanaklar sağlamasıdır. İnternet’in bir başka özelliği de, yukarıda sayılan diğer e-ticaret araçlarının hemen hepsini bir arada barındırmasıdır. Dolayısıyla metin içerisinde, “e-ticaret” kavramı ile ifade edilmek istenen husus, açık ağlar (İnternet) üzerinden gerçekleştirilen e-ticaret uygulamalarıdır.

² E-ticaret ve bilgi teknolojilerinin ilişkisi konusunda kısa bir yorum için bkz.: NOT 1.

1989 yılında bulunan "world wide web (www) html dili" (standart kodlama sistemi) ve daha önce 1980'lerin ortalarında geliştirilen TCP/IP transfer protokolü, bilgisayarların açık ağlarda, ya da daha iyi bilinen adıyla "Internet" üzerinde birbirleri ile iletişime geçmesini sağlamıştır. Daha sonra, tarama, sınıflandırma araçları, hızlı işlemciler, uydular, optik kablolar vb. gibi bilgisayar ve iletişim teknolojilerinde sağlanan diğer gelişmeler, söz konusu iletişimi önceden öngörülemeyen boyutlara taşımıştır. 1992 yılında 1 milyon olan host (sunucu) bilgisayar sayısının, 1997 yılında 20 milyon olduğu, 2001 yılında ise 110 milyon olacağı tahmin edilmektedir. Internet kullanıcı sayısının ise 2001 yılında 300 milyon olması beklenmektedir.

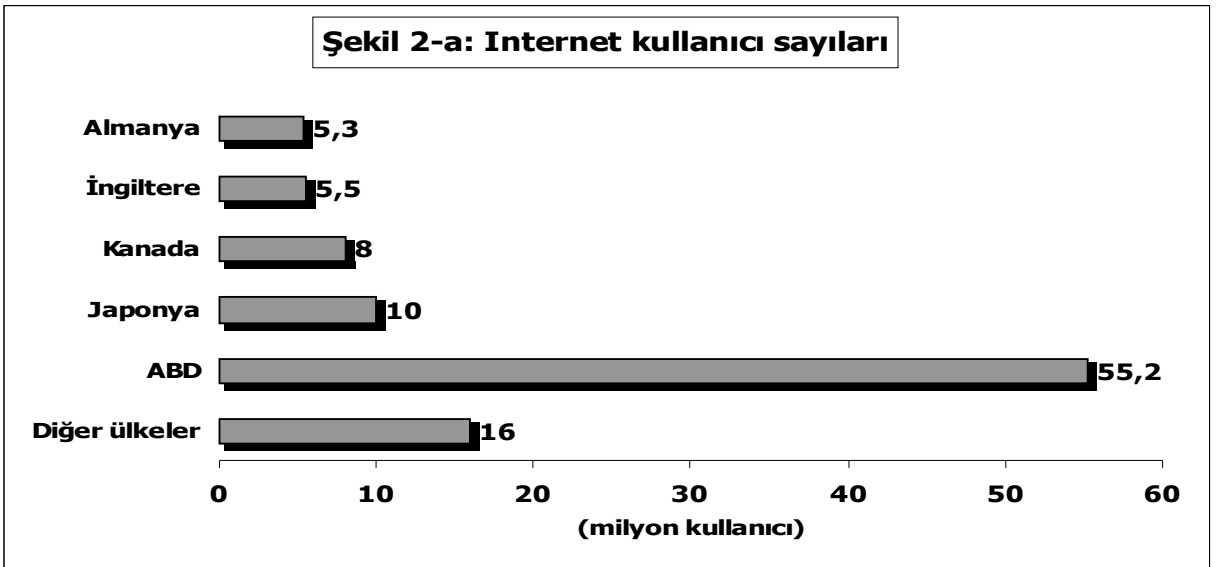
E-ticaretin gelişim sürecinin, doğal olarak, Internet'in gelişimine paralel olduğu gözlenmektedir. Çünkü, e-ticaret kavramı; herkese açık elektronik ağ üzerinden gerçekleştirilen ticari faaliyetleri ifade etmektedir. Toplam e-ticaretin, 1997 yılında tahmin edilen 26 milyar USD'lık seviyesinden, 2001 yılında 330 milyar USD ve 2005 yılında da 1 trilyon USD seviyesine yükselmesi beklenmektedir.



E-ticaretin gelişimi, Internet kullanımının yaygınlaşmasına bağlı olduğuna göre, Internet kullanım istatistiklerinin de bilinmesinde yarar vardır. Aralık 1997-Haziran

1998 döneminde yapılan ve bazı ülkelerdeki İnternet kullanıcı sayısını kapsayan bir araştırmanın sonuçları Şekil 2-a'da görülmektedir.

Türkiye'de ise, 1997 yılında yapılan bir çalışmaya³ göre toplam bilgisayar sayısı 1,18 milyon, modem sayısı ise 310 bindir. Modemlerin tamamının İnternet bağlantısı için kullanıldığı varsayımıyla, İnternet kullanıcı sayısının yaklaşık 300 bin olduğu tahmin edilmektedir. Ölçek bakımından, Türkiye'ye ait bilgiye Şekil 2-a'da yer verilememiştir.

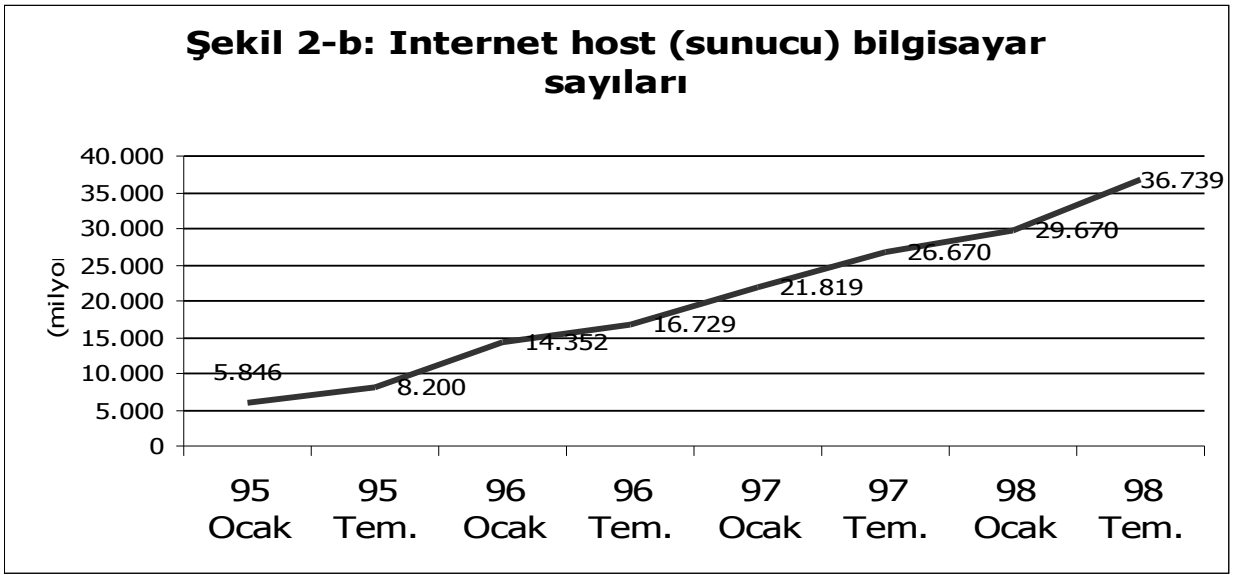


Kaynak: www.headcountcom.com sitesinden sağlanan veri ile üretilmiştir.

İnternet kullanıcılarında olduğu gibi, "İnternet host" olarak adlandırılan açık ağ erişimli server sayısındaki gelişmeler de dikkat çekicidir. İnternet hostları, esas olarak şirketlerin İnternet ortamına açık bilgisayarları olabileceği gibi, kamu kurumlarının bilgi içeren serverları ya da İnternet tarama makineleri de olabilmektedir. Bu konuda ilk araştırmanın yapıldığı Haziran 1995'den sonra İnternet host sayısındaki gelişme Şekil 2-b'de gösterilmektedir. Araştırmanın sonuçlarına göre, İnternet host sayısı 3,5 yıl içinde yaklaşık 6 kat artarak 37 milyona yükselmiştir.

³ TUENA-Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı Projesi, "Durum Saptaması ve Dünyadaki Eğilimler", Ocak 1998.

E-ticaret, ticari ilişkiler açısından yenilikler içerdiğinden, ekonomik ve sosyal hayatı kaçınılmaz olarak birçok yönden etkilemesi beklenmektedir. Çalışma koşulları, kamu görevlerinin yerine getirilmesindeki usuller, tüketim paternindeki değişimler, e-ticaretin gelişmesine paralel olarak etkilenmesi beklenen alanlardan yalnızca bir kaçıdır. Söz konusu ekonomik ve sosyal değişimlerin, esas olarak sadece ülke ve bölge yaşam şartlarına değil, giderek küresel etkileşimlerle tüm dünya yaşamına hakim olması beklenmektedir.



Kaynak: NUA, How Many Online?; Nielsen/CommerceNet Survey, "Policy issues relating to access to participation in electronic commerce" adlı UNCTAD belgesinden aktarma.

Tahminler az çok farklı olmakla birlikte, günümüzde e-ticaret uygulamalarının büyük bölümünün Kuzey Amerika ve Avrupa ülkelerinde gerçekleştiği görülmektedir. Bununla birlikte, yakın gelecekte diğer ülkeler lehine gelişme olması beklenmektedir. Çeşitli araştırma şirketlerinin bu konudaki tahminleri Tablo 1'de verilmektedir.

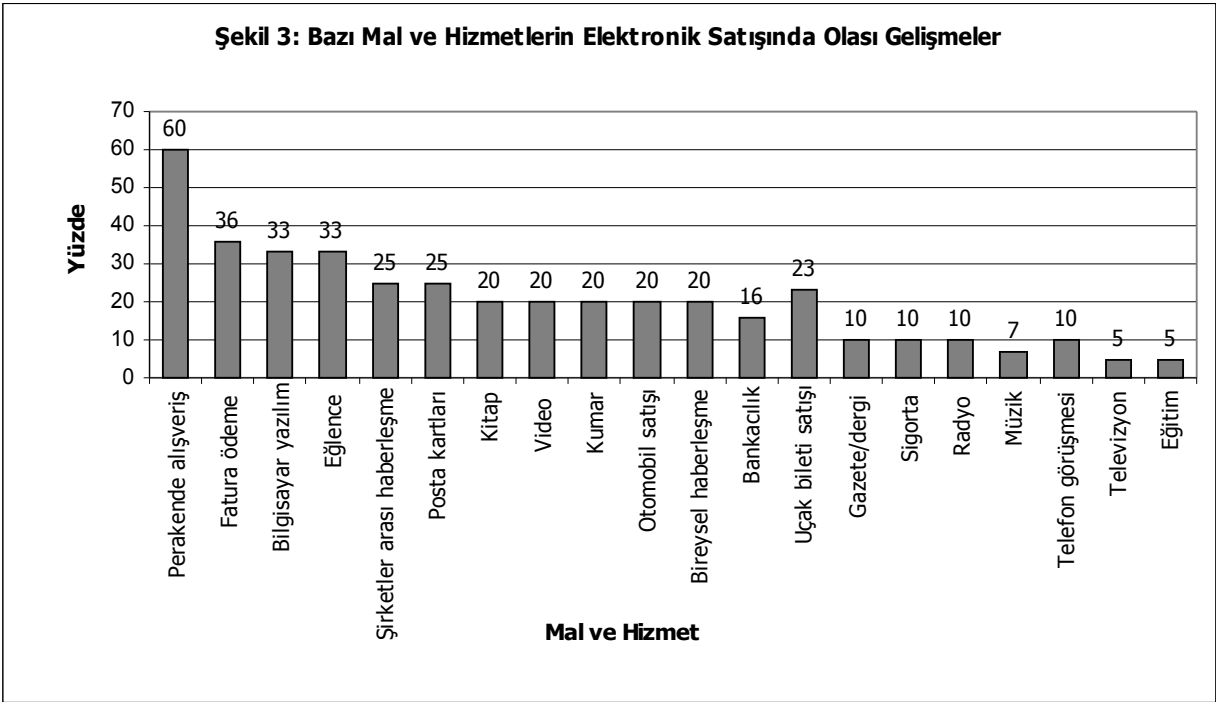
Tablo 1: E-ticaretin Coğrafi Dağılımı için Tahminler (Yüzde)

IDC	Booz-Allen &	ActiveMedia
-----	--------------	-------------

	(1998)	Hamilton (1997)	(1997)
ABD/Kuzey Amerika	87	76	93
Avrupa ülkeleri	8	24	5
Japonya/Asya-Pasifik	4		1
Diğer ülkeler	1		1
Toplam	100	100	100

Kaynak: OECD

E-ticaretin geleceği konusundaki tahminler, birbirinden farklıdır. Çok yeni bir kavram olduğundan, bu güne kadarki gelişme trendi göz önüne alınarak geleceğe yönelik tahminlerde bulunmak güç olmaktadır. Bununla birlikte; mal ve hizmetler bazında e-ticaretin toplam satışlar üzerinden alacağı payların 2000-2005 yıllarını kapsayan dönemde Şekil 3'de gösterildiği gibi olması beklenmektedir.

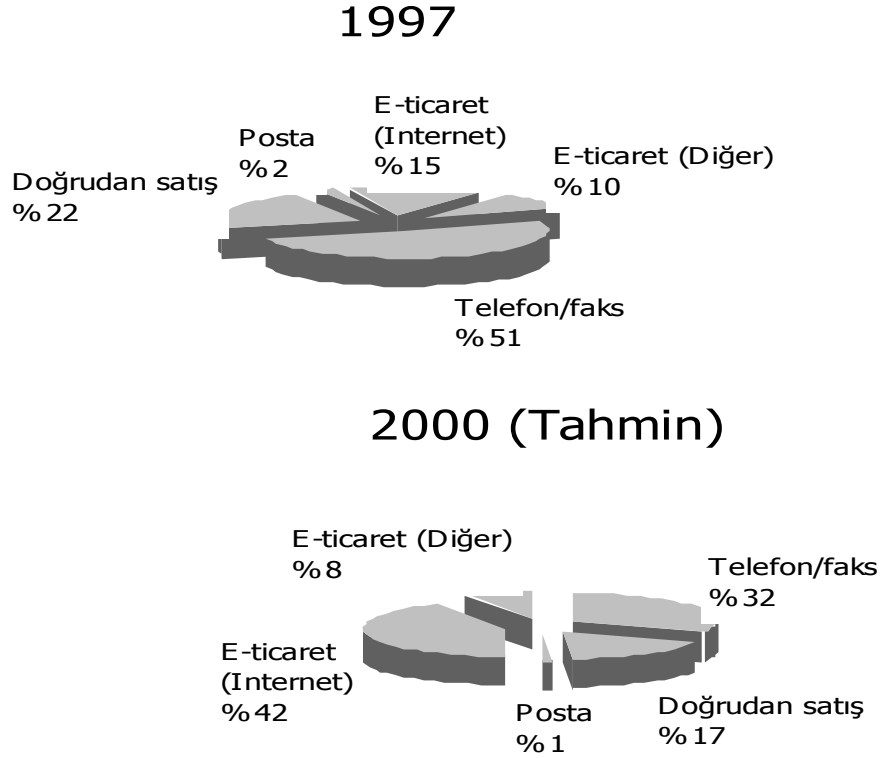


Kaynak: OECD; çeşitli kaynaklardan derleme.

Şekil 3'de yer alan mal ve hizmet grupları, aynı zamanda, halen e-ticaretin en yoğun uygulandığı alanları göstermektedir. Buna göre, 2000-05 yıllarında söz konusu mal ve hizmetlerin toplam satışının ortalama %20'si e-ticaret yoluyla yapılacaktır.

E-ticaret ile birlikte diğer ticari araçların gelişimi ise Şekil 4'de verilmektedir.

Şekil 4: 1997 ve 2000 yıllarında Ticari Araçların Gelişimi



Şekil 4'de yer alan rakamlar, Forrester Research Inc.'ın, halen Internet aracılığıyla e-ticaret faaliyeti içerisinde bulunan 63 ABD firması üzerinde yaptığı bir araştırmanın sonuçlarını yansıtmaktadır. Bu araştırmanın sonuçlarına göre; 1997 yılında toplam ticaret içinde %15 olan e-ticaret uygulamaları oranının, 2000 yılında 2,8 kat artarak %42 seviyesine yükselmesi beklenmektedir.

2. Gelişme İçin Sağlanması Gereken Koşullar

Yukarıda yer alan istatistikler ve tahminler, e-ticaretin gelişme süreci için ipuçları vermektedir. Söz konusu gelişme trendinin yakalanması hem ulusal ve hem de uluslararası düzeylerde çaba gerektirmektedir.

2.1. Uluslararası Alanda Sağlanması Gereken Koşullar

2.1.1. Dünya Ölçeğinde Geçerli İlke, Politika, Norm ve Standartların Oluşturulması

E-ticaret, dünya ticaretinin küreselleşmesi açısından gelinen en son noktayı ifade etmektedir. Daha ileri bir görüşle e-ticaret; OECD, UNCTAD ve DTÖ gibi birçok uluslararası organizasyonun uzun zamandan beri sağlamaya çalıştığı daha kolay, uyumlu, ucuz ve hızlı bir uluslararası ticari prosedür için bir çıkış noktasıdır.

E-ticaretin gelişmesi için alınacak önlemler esas itibarıyla ulusal olmakla ve belirli alanlarda uygulamaya geçen ülke örnekleri bulunmakla birlikte, açık ağ sisteminin "küresel" olma niteliğinden dolayı, her şeyden önce temel ilke ve prensiplerde uluslararası uzlaşma sağlanması gereği kaçınılmazdır. Uluslararası ilke, norm ve standartlara uyumlu olmayan ulusal uygulamaların birçoğu, söz konusu ülke açısından e-ticareten beklenen faydanın sağlanamaması sonucunu doğuracaktır.

E-ticaretin gelişmesine engel olabilecek etkenler ve bu konuda uygulayıcıların karşılaşmaları olası sorunlar, 1997 yılında Turku, Finlandiya'da yapılan OECD Konferansında bütün yönleriyle tartışılmıştır. OECD'nin ikinci önemli konferansı ise 1998 yılında Ottova, Kanada'da yapılmış ve aradan geçen bir yıl içinde üretilen çözümler değerlendirilmiştir. Bugün gelinen noktada, söz konusu çözüm yolları üzerinde uluslararası uzlaşma sağlanmasına yönelik çalışmalar sürdürülmektedir.

Çözümlemesi gereken sorun alanları konusunda yapılan değerlendirmeler ışığında, aşağıdaki sınıflandırma üzerinde anlaşma sağlanmıştır:

- Kullanıcı ve tüketicilerin güveninin sağlanması,
- Sayısal pazarın temel işleyiş kurallarının belirlenmesi,
- Elektronik ticaret bilgi altyapısının geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması,
- En yüksek faydanın sağlanması.

Sınıflandırmada yer alan başlıklar, büyük oranda teknik, idari ve yasal düzenlemeler içermektedir. Gerçekleştirilmesine ihtiyaç duyulan yenilik ve değişiklikler, uluslararası örgütlerde oluşturulan tartışma zeminlerinde fikir birliği sağlanarak adım adım yapılacaktır. Sınıflandırmanın alt başlıklarına, çalışmanın

“Ulusal Alanda Sağlanması Gereken Koşullar” kısmında daha geniş şekilde yer verilmiştir.

2.1.2. Küresel Pazarın Açık Tutulması (Serbest Ticaret)

Dünya pazarının açık olması, e-ticaretin gelişmesi için en önemli şartlardan biridir. E-ticaret açısından pazarın açık olması, serbest piyasa koşullarında, şeffaf, güvenilir, herkes tarafından hızlı ve ucuz erişilebilir bir altyapının kurulmasını ifade etmektedir. Serbest ticaret politikaları ne kadar geniş ölçekte uygulanırsa, e-ticaret için uygun gelişme ortamı da o ölçüde sağlanmış olacaktır. Bu bakımdan, ülkelerin yapısal reformlara ağırlık vermeleri ve özellikle telekomünikasyon sektörünü ve İnternet servis sağlama hizmetlerini serbestleştirmeleri önem taşımaktadır. Ayrıca, uyumlu e-ticaret prosedürlerine paralel olarak uygulanacak uyumlu gümrük prosedürlerinin de uluslararası ticareti önemli ölçüde ucuzlatacağı düşünülmektedir. Özellikle, bilgisayar yazılımı, fatura ödeme, danışmanlık, uçak bileti rezervasyonu gibi fiziksel olmayan mal ve hizmetlerin alım satımında e-ticaretin maliyetleri büyük oranda düşürdüğü görülmektedir (Bkz. Tablo 2).

Diğer taraftan, fiziksel malların uluslararası ticaretinin elektronik ortamda gerçekleştirilmesi halinde, gümrük idaresinin teknik olarak uyumlu olması durumunda, bürokratik işlemlerden doğan maliyetin büyük ölçüde azaltılabileceği öngörülmektedir. Bu konuda önemli mesafeler katetmiş bulunan Singapur’da gümrük bildirimlerinin %98’inin elektronik olarak yapıldığı ve maliyetin %50 oranında azaltıldığı gözlenmiştir⁴.

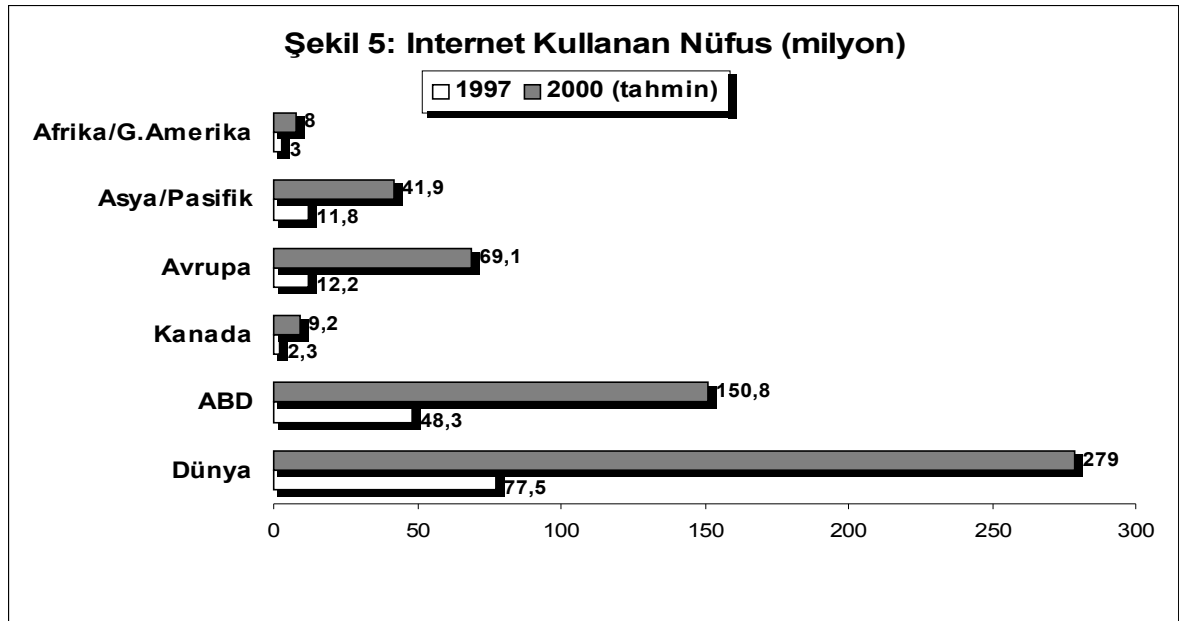
2.1.3. Açık Ağ Erişimi Konusunda Ülkeler ve Bölgeler Arasındaki Farkların Azaltılması

E-ticaret temel olarak İnternet üzerine kurulduğundan, İnternet kullanımı ile e-ticaretin gelişmesi arasında bir korelasyon olması kaçınılmazdır. Aynı şekilde, İnternet kullanımının da fiber optik telefon hatları ve sayısal santrallerin (iletişim altyapısı) yeterliliği ve kullanıcı maliyeti ile doğrudan ilişkisi bulunmaktadır. İnternet kullanan nüfusa ilişkin olarak bölgeler arasında karşılaştırma yapan bir araştırmanın sonuçlarını yansıtan Şekil 5’te de görüleceği gibi, bu konuda büyük farklar göze

⁴ Dünya Ticaret Örgütü, “Electronic Commerce and the Role of the WTO”, Mart 1998.

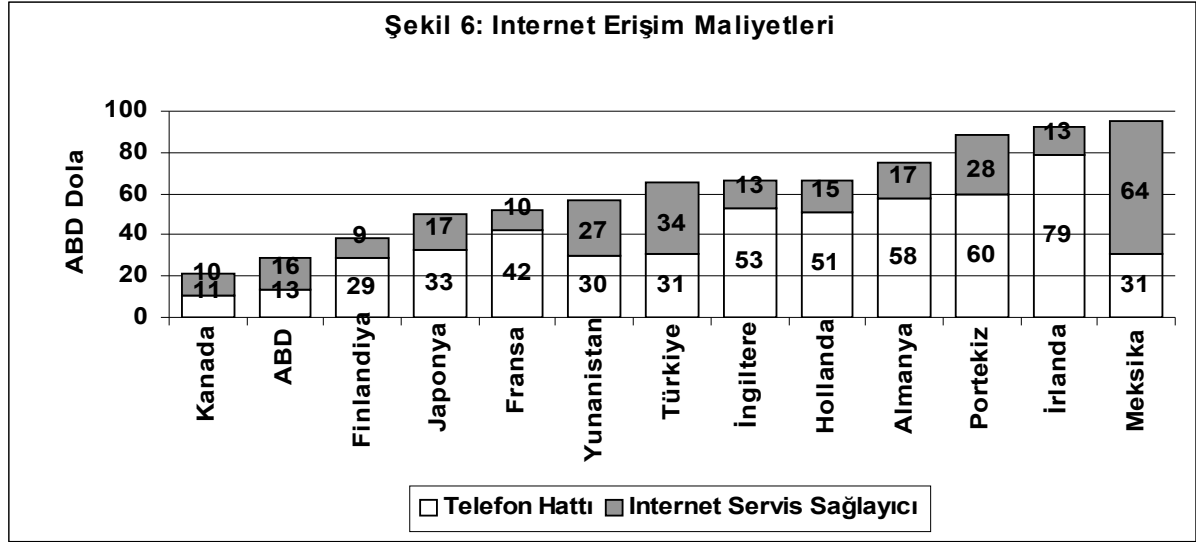
çarpmaktadır. 1997 yılında İnternet erişimi olan dünya nüfusunun % 62'sinin ABD'nde yaşadığı, bunu sırasıyla %16 ve %15 ile Avrupa ve Asya/Pasifik ülkelerinin izlediği, Afrika/G.Amerika ülkelerinin ise sadece % 3 ile temsil edildiği anlaşılmaktadır. Aynı araştırmada yapılan tahminlerde; İnternet kullanımının 1997 yılına göre 2,6 kat artacağı öngörülen 2000 yılında ise bu oranların; ABD için %54'e düşeceği, Avrupa için %24'e yükseleceği, diğer bölgelerde ise önemli bir değişiklik olmayacağı beklenmektedir.

Kaynak: ActiveMedia, Inc., 1997; (<http://www.activemedia.com>)



Söz konusu araştırma sonuçları tahmini büyüklükleri yansıtır olsa da, gelişmekte olan ülkelerin yer aldığı coğrafyalarda İnternet'in ve dolayısıyla e-ticaretin altyapısının bir an önce geliştirilmesi gereğini gözler önüne sermektedir. Yeterli gelişme sağlanamadığı takdirde, gelişmiş ve gelişmekte olan bölgeler arasındaki farkın daha da açılması kaçınılmaz olacaktır. Bazı uluslararası örgütlerin, böyle bir olası gelişmenin önüne geçme yönünde başlattıkları çalışmalar sürmektedir. Birleşmiş Milletler Teşkilatı bünyesindeki UNCTAD (UN Conference on Trade and Development) tarafından hazırlanan GTPNet Projesi (Global Trade Point Network Project) ile ulusal ticaret noktaları oluşturularak uluslararası ticaretin kolaylaştırılmasına çalışılmaktadır. Türkiye'de söz konusu ticaret noktası çalışmaları

İGEME tarafından yürütülmektedir. Ayrıca Dünya Bankası, "Kalkınma için Bilgi Programı (The Information for Development Program-*infoDEV*)" çerçevesinde, kalkınmakta olan ülkelerin bilgi teknolojisi imkanlarından daha fazla yararlanabilmelerini sağlamak üzere çalışmalar yapmaktadır.



Kaynak: OECD, Communication Outlook 1997.

Ülkeden ülkeye farklılıklar gösteren İnternet erişim maliyetinin; yerel telefon hattı kullanım maliyeti ile İnternet servis sağlayıcı maliyeti olarak iki bileşeni vardır. Şekil 6'da bazı OECD ülkelerinin 1996 yılı İnternet ulaşım maliyetleri yer almaktadır. Görüleceği gibi, OECD ülkeleri arasında İnternet ulaşım maliyeti 20 ila 95 ABD Doları arasında değişmektedir. Bu farklılığın, ulusal kullanıcıların İnternet erişimini, dolayısı ile ülkedeki e-ticaret uygulamalarının yoğunluğunu etkilemesi kaçınılmazdır.

2.2. Ulusal Alanda Sağlanması Gereken Koşullar

Bir ülkede e-ticaretin gelişmesi, bir dizi ulusal düzenlemenin gerçekleştirilmesine bağlıdır. Esas olarak, e-ticaret altyapısı için sağlanması gereken koşullar, geleneksel ticaret için sağlanan ve halihazırda işleyen sistemin gerektirdiği koşullardan çok farklı değildir. Örneğin, geleneksel ticaret açısından güven ortamının oluşturulması ne kadar önemli ise, aynı koşul e-ticaret için de geçerlidir. Ancak, doğaldır ki, her iki yöntem uygulandığında ticari sisteme olan güveni sağlamak için

kullanılacak araçlar farklılıklar gösterecektir. Her şeyden önce e-ticaret, elektronik ortamda ve çoğu kez birbirini tanımayan ya da tanıma şansı olmayan bireyler, şirketler ve kamu kurumları arasında olacaktır. Tarafların birbirlerini tanımaları durumunda dahi iletilen bilginin gizliliği, güvenliği ve tarafların kimliğine ilişkin emniyet koşullarının nasıl sağlanacağı konularında tartışmalar devam etmektedir. Teknik ihtiyaçlar, yasal ihtiyaçlar ve idari altyapının kurulmasına yönelik ihtiyaçların yanısıra, e-ticaretten beklenen faydanın en yüksek seviyede sağlanması gibi konular tartışmaların odak noktalarını oluşturmaktadır. Üzerinde tartışılan konular ve bunların alt başlıkları diğer bazı kaynaklarda çok daha detaylı ele alınmış olduğundan aşağıda yalnızca özetlenmektedir⁵:

2.2.1. Kullanıcı ve Tüketicilerin Güveninin Sağlanması

i) Kişisel bilgilerin ve gizliliğin korunması:

Geleneksel ticarete olduğu gibi, e-ticarete de temel koşul, kullanıcıların sisteme güven duymalarıdır. Herhangi bir sözleşme doğuran ticari bir işlemde ya da yalnızca bilgi iletişimi için yapılmış da olsa bir elektronik haberleşmede, kullanıcılar (birey ya da şirketler); kişisel/şirkete ait özel bilgilerin, birbirlerine aktardıkları ticari, finansal vb. bilgilerin üçüncü taraflara açık olmasını haklı gerekçelerle istemezler. Ayrıca, üçüncü taraflara açık olan bir haberleşmede kişisel bilgilerin gizliliğinin yanısıra, iletilen bilginin bütünlüğü (bir başka ifade ile bilginin en ufak bir değişime uğramadan alıcının eline geçmesi) ve tarafların kimliklerinin doğrulanması da sağlanmalıdır. Hem teknik, hem de temel insan hakları açısından tartışılmakta olan husus, istenilen düzeyde gizliliğin, bilgi bütünlüğünün ve kimlik doğrulamanın hangi teknik, idari ve yasal araçlarla sağlanacağıdır. Bunlar yeterli düzeyde sağlanamadığı takdirde, e-ticaretin küresel gelişimi büyük ölçüde engellenecektir.

ii) Birlikte çalışabilir ve güvenilir altyapının sağlanması:

Her türlü bilgi iletişimi, birlikte çalışabilir altyapıları gerektirir. Karşılıklı olarak birbirini algılayabilen ve dolayısıyla birlikte çalışabilen elektronik araçlar (bilgisayarlar, faks cihazları vb.), e-ticaretin başlangıç noktası olacaktır. Birlikte çalışabilir (interoperable) altyapılar, esas olarak bir dizi teknik, idari ve yasal düzenlemeyi ifade

⁵ Daha detaylı bilgi için bkz.: OECD (1997a ve b), OECD (1998a ve b).

etmektedir. E-ticaretin evrensel olma niteliğinden dolayı, ülkeler arasında hem teknik, hem idari yapılanma, hem de yasal düzenleme ve süreçler açısından uyum sağlanması şarttır. Güvenilirlik ise, söz konusu düzenlemelerin ortak paydası olacaktır.

iii) Tüketicinin korunması:

Gerçek ya da tüzel kişi olarak tüketici, son kullanıcıyı ifade etmektedir. E-ticarette tüketicinin korunması; iletişimin hızı, ürün hakkında bilgi noksanlığı, tarafların birbirleri hakkında yeterli ya da doğru bilgi sahibi olmamaları (E-ticaret çoğu kez bilgisayar sisteminin kendisi tarafından başlatılmakta ve sonuçlandırılmaktadır.) gibi nedenlerle geleneksel ticarete oranla daha çeşitli ve çözümü daha güç sorunlar içermektedir. Mal veya hizmetin teslim koşulları, memnuniyetsizlik vb. nedenlerle iadesi, aldatıcı ve hileli davranışların izlenmesi, zararın tazmini, anlaşmazlıkların giderilmesi ile bütün bu olası durumların uluslararası alanda da çözülmesinin gerekli olması gibi hususlar, bu konudaki sorunlara ve tartışmalara sadece birer örnektir. Şüphesiz, e-ticaret yaygınlaştıkça ortaya çıkacak yeni sorunlara yeni çözümler üretmek de gerekecektir.

2.2.2. Sayısal Pazarın Temel Kuralların Belirlenmesi

i) Vergileme:

Vergileme, e-ticarette en çok tartışılan konuların başında gelmektedir. Sınır ve engel tanımayan e-ticaretten elde edilecek kazançlar nasıl ölçülecek, vergilendirilecek ve uluslararası e-ticaret söz konusu olduğunda vergi gelirleri ülkeler arasında nasıl pay edilecektir? Vergileme konusundaki sorunlar hem dolaysız (direkt), hem de dolaylı vergiler için söz konusudur. Dolaysız vergilerde, vergi mükellefinin daimi ikametgahı ve vergilendirilecek gelirin kaynağı (ülke bazında) sorun teşkil etmektedir. Elektronik ortamda ticari faaliyette bulunan gerçek ve tüzel kişilerin, daimi ikametgahlarını ya da gerçek kimliklerini belirlemek ve gelir akışını izlemek güç olabilmektedir. Ayrıca, sayısal veri haline dönüştürülmüş bir üründen (örneğin, gerçek bir kitap vs.) elde edilecek gelir ile söz konusu gerçek ürünün geleneksel ticari ortamda satışından elde edilecek gelir farklı olacağından, bunların vergilendirilmesinde de eşitsizlik, vergi idareleri açısından vergi geliri kayıpları olması

ihtimali vardır. Dolaylı vergilerde de benzer sorunlar mevcuttur. Tüketim, gümrük vergileri ve KDV'nin tahakkuku ve tahsili konusundaki tartışmalar sürmektedir. Ancak, 1998 yılı sonunda Ottawa'da yapılan OECD Bakanlar Konferansında da üzerinde anlaşmaya varılan husus, e-ticaret için mevcutlara ek bir vergi konulmamasıdır.

ii) Elektronik finansal işlemler:

Elektronik finansal işlemler, belki de mevcut e-ticaret altyapısının en iyi işleyen bileşenidir. Bunun nedeni, elektronik fon transferi (EFT) ve benzeri bankacılık işlemlerinin uzun bir süredir uygulanmakta oluşudur. Bununla birlikte, söz konusu işlemler, zaman zaman sorunlar yaşansa da, üçüncü tarafların kullanımına kapalı elektronik ortamlarda yürütülmektedir. Dolayısıyla, mevcut elektronik finansal işlemler altyapısının, Internet gibi açık elektronik ağlarda kullanıma uygun yeterliğe ve güvenilirliğe kavuşturulması gerekecektir.

iii) Ticaret politikası ve piyasalara erişim:

Serbest ticaret politikaları ve serbestleştirilmiş ulusal iletişim altyapısı (telekomünikasyon hizmetleri) e-ticaret için vazgeçilmez unsurlardır. Daha önceki bölümlerde de belirtildiği gibi, başta DTÖ olmak üzere, OECD ve BM Konferansları gibi çeşitli uluslararası organizasyonlar, serbest ve uyumlu ticaret normlarını yaygınlaştırmak üzere çalışmalar yürütmektedir. Az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin, bu konularda sorunları olduğu bilinmektedir. Piyasalara erişim, hem nicelik (kullanıcı sayısı), hem de nitelik (hız, servis sağlayıcılar vb.) açısından, özellikle az gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde üzerinde durulması gereken önemli bir konudur.

iv) Uluslararası paket posta dağıtımı ve gümrük işlemleri:

E-ticarete konu olan fiziksel malların uluslararası taşınmasında ya da gümrük sistemlerinde olabilecek farklı uygulamalar, hız ve düşük maliyet gibi e-ticaretin sağladığı imkanların kısmen yitirilmesine neden olacaktır. Bu bakımdan, ülkelere uygulanan gümrük prosedürünün ve nakliye standartlarının (formlar, normlar vs.) uyumlaştırılması önem taşımaktadır.

v) Ticaret mevzuatı:

Geleneksel ticarete göre düzenlenmiş olan ticaret mevzuatının, e-ticaretin yarattığı yeni koşullara uyarlanması gerekecektir. Sözleşmeler, imza, elektronik belgelerin yasal geçerliliği gibi hususlar, e-ticareti yaygınlaştırmak isteyen her ülkenin ticaret mevzuatında yeniden ele alınması gereken konulardır. Ayrıca, ülkelerin değişik ticaret mevzuatı uygulamaları, geleneksel ticarete olduğu gibi, e-ticaret için de sorun yaratacaktır. Bu kapsamda dikkat edilmesi gereken husus, tüm bu uygulamaların e-ticarete haksız bir avantaj sağlamaması ve sistemin geleneksel ticarete zarar vermeyecek şekilde yenileştirilmesidir.

vi) Fikri mülkiyet hakları:

Fikri mülkiyet hakları; bir yandan edebiyat, müzik, fotoğraf gibi geleneksel sanat eserlerini, bir yandan da bilgisayar yazılımları gibi yeni gelişmekte olan alanları ilgilendirmektedir. Yukarıda sayılanlar, kolaylıkla sayısal verilere dönüştürülebilme ya da doğası gereği sayısal olma özelliklerinden dolayı, istatistiklere göre halen elektronik ortamlarda en çok el değiştiren unsurlardır. Ancak bu özellikleri yüzünden, elektronik ortamlarda hak ihlallerine ve mülkiyete tecavüz hallerine en çok maruz kalan unsurlar da yine bunlar olmaktadır. Dünya Fikri Mülkiyet Örgütü (WIPO), elektronik ortamlarda eser sahibinin haklarının korunması amacıyla yakın dönemde iki yeni anlaşma hazırlamış ve imzaya açmıştır.

2.2.3. Elektronik Ticaret Bilgi Altyapısının Geliştirilmesi ve Yaygınlaştırılması

i) Bilgi altyapısına erişim ve altyapının kullanımı:

İletişim, "bilginin paylaşılması" olarak ifade edilebilir. Günümüzde, toplumların ekonomik, sosyal ve kültürel bilgileri ve birikimleri olağanüstü bir hızla el değiştirmekte ve yayılmaktadır. Yakın dönemlere kadar yalnızca yerel piyasalara (alıcı ortamlara) ulaşabilen bilgiler, bilgi iletişim teknolojilerindeki gelişmelere bağlı olarak tüm dünyaya ulaştırılabilmektedir. Ancak bu gelişmeler, beraberinde çeşitli sorunları da getirmiştir. El değiştiren bilgilerin doğruluğunun test edilmesi ve onaylanması, gerekli olanlarla birlikte gereksiz bilgilerin de taşınması, dil birliği olmamasından kaynaklanan zorluklar söz konusu sorunların yalnızca birkaçıdır. Bir ürün olarak bilgi tüketildiğinde, karşılığı zaman olarak ödenmektedir. Doğal olarak bu sorun bilginin

“tüketilebilmesi” halinde söz konusu olacaktır. Ancak, bugün bilginin üretilmesinde ve tüketilmesinde, ülkeler ve bölgeler arasında büyük farklar bulunmaktadır. Bu prosese yeteri kadar önem vermeyen ya da kaynak yetersizliğinden dolayı geride kalan toplumların, bilgi çağında diğer toplumların gerisinde kalması kaçınılmazdır. Gelişmiş ülkeler ise duruma bir başka açıdan bakmaktadır. Bilgi altyapısını yeterli düzeyde kuramamış olan ülkeler, gelişmiş ülkeler açısından yeterince yararlanılamayan pazarlar olarak kabul edilmektedir. Bu kabul, orta vadede ve özellikle e-ticaret için daha geçerlidir.

ii) İnternet yönetimi:

Uygun araçları olan kullanıcılar için açık bir ağ niteliğindeki İnternet ortamı, kullanımı yaygınlaştıkça, giderek kendi yönetim sorunlarını yaratan bir unsur haline gelmektedir. “Ev sahibi (sunucu-host)” olarak adlandırılan ve İnternet sitelerine erişimi sağlayan bilgisayarların sayısı 40 milyona yaklaşmıştır. Esas olarak host’ların adresleri yerine geçen “İnternet alan isimleri (domain name)” tahsis sistemi uygun şekilde oluşturulmadığı takdirde, geleneksel ticarete ticari unvanların yanlış ve aldatıcı kullanımına benzer sorunlar doğmaktadır. Ayrıca, İnternet servis sağlayıcılar konusunda da serbest piyasa koşullarının geçerli olduğu bir yapı oluşturulması gerekmektedir.

iii) Teknik standartlar:

Teknik standartlar, her alanda olduğu gibi bilgi iletişimde de ülkeler arasında ortak kararlarla oluşturulmalıdır. Uluslararası Standartlar Örgütü (ISO-International Organization for Standardization), elektronik ortamlarda uygulanacak standartlar konusunda geniş kapsamlı çalışmalar yürütmektedir.

iv) 2000 yılı sorunu:

2000 yılı sorunu, sadece e-ticaretle ilgili bir sorun olmamakla birlikte, her türlü elektronik bilgi iletişimini etkileyeceğinden, e-ticaretin gelişmesine herhangi bir kesintiye meydan verilmemesi açısından çözümlenmesi gereken önemli bir husustur. Sorun, sadece teknik değil, yasal olarak da çözümlenmelidir. Uyumsuz bilgisayarlarla 2000 yılına geçişte, sözleşme, teslimat vb. hususlardan kaynaklanacak sorunlara yasal çözümler getirilmelidir.

2.2.4. En Yüksek Faydanın Sağlanması

i) Sosyal ve ekonomik potansiyelin değerlendirilmesi:

E-ticaretin olası ekonomik ve sosyal etkileri, üzerinde en çok durulan konulardan biridir. E-ticaretin büyümeye, iş alemine, üretkenliğe, uluslararası ticarete ve çalışma hayatına etkilerine ilişkin analiz ve değerlendirmeler yapılmakla birlikte, gelişmeler yeni olduğundan, sonuçlar genellikle istatistiklere değil varsayımlara dayandırılmaktadır.

ii) Küresel düzeyde katılımı sağlamak ve sürdürmek:

Dünya üzerindeki toplumların e-ticaretten en yüksek faydayı sağlamaları, toplam olarak sinerjik bir etki yaratılarak dünya hasılasının ve refahının yükselmesi için, küresel düzeyde katılımın sağlanması ve sürdürülmesi gereklidir. Ancak, bu çabaların sonuçlarının kısa dönemde alınması güç görülmektedir.

iii) Küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler):

KOBİ'ler, hem esnek üretim imkanları ile kaynakların etkin kullanımının sağlanması, hem de yarattıkları istihdam imkanları bakımından ülke ekonomisi için önemlidir. E-ticaretin KOBİ'ler tarafından benimsenmesi ve yaygın olarak kullanımı, yeni ve uzak pazarlara erişime imkan sağlayarak, söz konusu işletmelerin güçlenmelerine yardımcı olacaktır.

iv) Yetenek geliştirme:

E-ticaretten en yüksek faydanın sağlanması, toplumsal bilincin ve bireysel yeteneklerin özellikle bilgi iletişim teknolojilerine yatkınlığı sağlayacak şekilde geliştirilmesi ile mümkün olacaktır. "Elektronik okuryazarlık" olarak ifade edilen bilgisayar vb. elektronik araçları kullanma bilgisi ve yeteneği kazandırılmış olan bireyler ve giderek toplumlar, e-ticaretin sağladığı avantajlardan en iyi şekilde faydalanacaktır.

3. E-Ticaretin Ekonomik ve Sosyal Etkileri

E-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 sonuçtur⁶. E-ticaret, hızla gelişen söz konusu altyapıyı kullandığından ekonomik hayata etkisi de aynı oranda büyük olacaktır. E-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 düşünülmektedir.

Sosyal alanda ise, özellikle istihdam, eğitim politikaları, kültürel gelişim gibi önemli konularda etkili olabileceği tahmin edilmektedir.

Genel olarak, e-ticaretin ekonomik ve sosyal hayatı aşağıdaki özellikleri dolayısıyla etkileyeceği düşünülmektedir:

- a) Açık ağ üzerinde gerçekleşen e-ticaret faaliyetleri, ekonomik iletişimi büyük ölçüde artıracaktır. Bunun sonucunda, özellikle küçük ve orta ölçekli sanayici ve bireysel müşteriler, diğer pazarlama usullerine göre daha kolay ve ucuz maliyetle ticari faaliyetlerde bulunabileceklerdir. Geleneksel ticaret ile e-ticaretin maliyet yönünden karşılaştırmasına yönelik bir analizden Tablo 2’de gösterilen sonuçlar alınmıştır. İnternet bağlantısı için günümüzde gerekli olan bilgisayarların da önümüzdeki dönemde gerçekleşecek iletişim teknolojisi yenilikleri sonucunda gerekli araçlar olmaktan çıkacağı düşünülmektedir.
- b) E-ticaretin giderek daha yaygın şekilde tercih edilmesinde; herkesin kullanımına açık olan ve aynı zamanda da hiçbir kurum ya da kişiye ait olmayan İnternet’in kullanılmasının büyük etkisi vardır. Her yeni teknoloji gibi, İnternet ve e-ticaret ne kadar çok kullanıcı tarafından tercih edilirse, kullanımı da daha çabuk ve büyük ölçüde yaygınlaşacaktır.

Tablo 2: Geleneksel Ticaret ile E-ticaretin Maliyet Yönünden Karşılaştırması

	Uçak Bileti	Banka İşlemi	B.sayar 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

⁶ Daha geniş bilgi için bkz.: NOT 2.

Not: Tabloda yer alan değerler, her bir işlem için, ABD doları cinsinden verilmiştir.

Kaynak: OECD, 1998

- c) E-ticaret; mal ve hizmetlerin üretimi, dağıtım ve pazarlanmasının yanısıra her türlü bilgi alışverişinde zaman faktörünün kullanımına yeni olanaklar sağlamaktadır. Pek çok şeyin zaman ile ölçüldüğü gelişmiş ekonomiler seviyesine yükselmek için, zamanın etkin kullanımı kaçınılmazdır. Ticari faaliyetlerin elektronik ortamda yürütülmesi (üretimde kullanılan ham madde, malzeme ve parçaların tedarikinde, ürünlerin dağıtım ve pazarlamasında sağlanan hız, ticari, yasal vb. bilginin çok kısa sürede el değiştirmesi) zaman tasarrufu açısından bilinen en iyi yöntemdir.
- d) Mal ve hizmet pazarının yapısı e-ticaret ile değişecektir. Yeni ürünler, yeni dağıtım ve pazarlama teknikleri, yeni "tüketici memnuniyeti" kavramı, yeni araçlar ve yeni işgücü profilleri e-ticaretin getirdiği yeniliklere örnek olarak verilebilir.
- e) E-ticaret, çarpan etkisine sahiptir. Başka bir ifade ile, e-ticaretin birçok olumlu dışsal etkileri (positive externalities) vardır. E-ticaret ile, satıcı ve alıcının şeffaf ve tam rekabete yakın bir ortamda bir araya gelmesine imkan verilerek, kaynakların daha etkin kullanımı, dolayısıyla toplumsal refah artışına katkı sağlanabilecektir.
- f) E-ticaretin, istihdamın yapısını değiştirmesi kaçınılmazdır. E-ticaretin istihdam üzerindeki etkisi; fiziksel üretim sektörlerinde kısıtlı olmak üzere, özellikle hizmet üretiminde ve üretilen mal ve hizmetlerin pazarlaması safhasında olacaktır. Halihazırda ekonomik araçlar, komisyoncular, perakende satıcıların fonksiyonları, bir ölçüde (mevcut gelişme hızına bakılacak olursa büyük ölçüde) e-ticaretin kapsamı içine dahil olacaktır. Bununla birlikte; kaybedilen işler, yeni iş sahalarının açılması ile belirli ölçüde telafi edilebilecektir.
- g) Yeni iş sahaları, büyük oranda "sayısal okuryazarlık" olarak ifade edilen, bilgisayar uygulamalarına yatkın işgücünü gerekli kılacaktır. Söz konusu gelişme ile birlikte ortaya çıkan bilgisayar ve iletişim teknolojileri konusunda

eğitimli insan g¼c¼ ihtiyaçı, eğitim politikalarının yeniden gözden geçirilmesine yol açabilecektir.

h) Gelişmiş ÷lkelerden gelişmemiş ya da gelişmekte olan ÷lkelere olan yeni teknoloji ihracı, belirli bir ölçüde kültür ihracını da beraberinde getirebilecektir.

Bütün bunlarla birlikte, e-ticaret henüz çok yeni bir gelişim olduğundan ekonomik ve sosyal etkilerin bu g¼nden tahmin edilmesi, her durumda varsayımlara dayandırılmakta ve spekülatif olmaktadır. E-ticaretin istatistik anlamda nasıl ölçülmesi gerektiği konusunda bile henüz bir uluslararası uzlaşma sağlanamamıştır. Uygun araçlar ve göstergelerle ölçülemeyen bir büyüklüğün gelecekteki etkilerinden söz etmek doğal olarak güvenilirlik aralığı geniş olan tahmini bir yaklaşım olacaktır.

4. Gelişme Yolundaki ÷lkelerin (GYÜ) E-ticaretten Sağlayabilecekleri Yararlar

Gelişme yolundaki ÷lkelerin en önemli ortak sorunlarından biri, ekonomide etkinliğin yeterli ölçüde sağlanamamasıdır. Bir başka ifade ile, kaynakların optimal kullanımında sorunlar vardır. Söz konusu sorunlar, genellikle reformcu politikalar ile çözümlenebilecek yapısal sorunlardır. Kıt olan doğal, finansal ve beşeri kaynakların en iyi şekilde değerlendirilebileceği alanlarda istihdam edilmesi (kaynak dağılımı optimizasyonu), bu amaçla piyasaların açık tutulması, fırsat eşitliği, şeffaflık, ticari, fikri ve sınai hakların korunması ve bunlar için gerekli hukuki, idari ve teknik yapıların oluşturulması ekonomik etkinliğin artırılması için gerekli koşullardır. Yukarıda sayılanlar, esas olarak bir ekonomide uygun rekabet ortamı için gerekli şartları da ifade etmektedir.

E-ticaret, gelişme yolundaki ÷lkeler açısından uygun rekabet ortamına karşı engellerin azaltılması ya da giderilmesi için uygun bir araç olmasının yanısıra, yapısal esneklerinden dolayı her ÷lke ekonomisi için vazgeçilmez olan küçük ve orta boy işletmelerin desteklenmesi açısından da büyük imkanlar sunmaktadır.

E-ticaret, her şeyden önce belirli mal ve hizmetlerin sağlanmasında "pazara yakın olma" unsurunu şirketler için bir avantaj olmaktan çıkarmaktadır. Elektronik iletişim ile azaltılan işlem yapma ve taşıma/nakliye maliyeti, hem ulusal hem de

uluslararası piyasalarda mal ve hizmet ticaretinin yapısını değiştirmektedir. Elektronik ortamda sağlanma özelliği bulunmayan fiziksel mallarda dahi, e-ticaret bazı kolaylıklar sunmaktadır. Söz konusu malların üretiminde kullanılacak yatırım malı, hammadde ve ara malların en uygun maliyetle tedariki, sağlayıcıların envanter bilgilerine en kısa zamanda ulaşım, otomasyonla sağlanan tedarik sistemleri, üretilen malların dağıtımında (ulusal düzeyde nakliyecilerle iletişim, uluslararası düzeyde gümrük otomasyonu) ve pazarlamasında en uygun dağıtım kanallarının ve pazarlama imkanlarının belirlenmesi gibi çeşitli kolaylıklar, fiziksel malların el değiştirmesinde e-ticaretin sağladığı olanaklardan bazılarıdır.

E-ticaretin GYÜ'ler açısından sağlayacağı yararları, iki açıdan incelemek mümkündür. Bunlardan birincisi şirketler açısından sağlanacak yararlar, ikincisi ise hükümetler ya da kamu yönetimi açısından sağlanacak yararlardır. Aslında bu sayılanlar, sadece GYÜ'ler için değil tüm ülkeler için geçerlidir. Ancak, e-ticaretin gelişmesini destekleyen bir GYÜ'de, bu gelişme ile birlikte hem şirketler hem de genel ekonomi açısından yeni yapısal düzenlemelerin de gerçekleştirileceği öngörüldüğünden, GYÜ'lerin e-ticaretten sağlayacakları yararların gelişmiş ülkelere nazaran daha büyük olacağı sonucuna varılabilir.

E-ticaret, yeni kurulmuş ya da az miktarda yatırım ve işletme sermayesi ile piyasaya girmekte olan şirketler açısından, büyük şirketlere sağladığı avantajların aynısını sağlar. Gelişmiş bir e-ticaret altyapısı, piyasaya ilişkin tüm bilgilerin hem sağlayıcılar hem de tüketiciler tarafından bilindiği ideal rekabet koşullarına yakın bir ortam yaratmayı hedeflediğinden, GYÜ'lerde uygun rekabet ortamının kendiliğinden oluşmasında rol oynayacaktır. Özellikle piyasaya erişim konusunda zorluklar yaşayan küçük ve orta ölçekli işletmeler, söz konusu engeli daha kolay aşabileceklerdir.

Bilgiye hızlı ve ucuz erişimin yararlarının ve buna duyulan ihtiyacın her gün daha çok hissedildiği mevcut dünya koşullarında, e-ticaret kamu yönetimi açısından da yeni imkanlar sunmaktadır. Kamunun, vatandaşlarla ya da özel sektör birimleriyle ilişkileri giderek daha karmaşık hale gelmektedir. Vatandaşlık bilgilerinin saklanması ve işlenmesi, kamu alımlarının yönetimi, vergi tahsilatı, sağlık ve sosyal güvenlik ile ilgili işlemlerin yürütülmesi gibi kamu uygulamalarında e-ticaret altyapısı kamu kuruluşlarının işini kolaylaştırmaktadır. Kamu alımlarının elektronik ortamlarda

yapıldığı ülkelerin sayısı hızla artmaktadır. Böylece, maliyetler düşürülmekte, işlemlerin daha hızlı ve şeffaf olması sağlanmaktadır.

Gelişme yolundaki ülkeler, e-ticaret konusunda hazırlıklarını ne kadar erken başlatırlarsa kazançları da o oranda artacaktır. Aksi takdirde, dünya ticaretinin gelişmiş ülkelere doğru akışı daha da belirginleşecektir. Gerekli açık ağ erişim altyapısını, idari ve yasal düzenlemeleri yakın dönemde gerçekleştiremeyen, insan gücünün nitelik ve niceliğini, söz konusu açık ağda işlem yapacak düzeye çıkaramayan toplumlar e-ticaret konusunda da geride kalacaklardır. Dolayısıyla, başlangıçta maliyetli gözüken gerekli teknik ve idari altyapıyı kuramayan ülkelerin ekonomik ve sosyal kayıpları söz konusu başlangıç maliyetinden çok daha fazla olacaktır.

GYÜ'lerin e-ticaretten sağlayabilecekleri faydalar hakkında bütün olarak, eksiksiz bir değerlendirme yapmak mümkün değildir. Bunun başlıca nedeni, henüz gelecek için yapılan öngörülerin büyük oranda, tam olarak belirgin olmayan istatistiklere ve varsayımlara dayandırılmasıdır. Bununla birlikte söz konusu yararların, özet olarak aşağıda sayılan hususlar olması beklenmektedir:

- 1) Piyasalarda faaliyet gösteren mevcut firmalar arasında fırsat eşitliğini sağlayan ve dolayısıyla kaynak dağılımını düzenleyen, uygun rekabet ortamının oluşmasını kolaylaştıran açık ve serbest piyasa şartları daha çabuk yerleştirilebilecektir.
- 2) Bilgiye erişimin ve hızlı karar almanın kritik olduğu mevcut dünya koşullarında, firmaların ticari faaliyetlerinde esneklik sağlanacak ve doğru karar alma olasılığı artacaktır.
- 3) E-ticaretin gelişmesi için yapılacak düzenlemeler, birçok konuda yapısal reform niteliğindedir. İletişim altyapısının serbestleştirilmesi, fikri ve sınai hakların korunması, uygun rekabet ortamının oluşturulmasında sağlanan kolaylıkların yanısıra, vergi tahsilatı, vatandaşlık işleri, gümrük prosedürü, kamu alımları vb. hizmetlerin elektronik olarak sağlanması kamu yönetiminde de yeni olanaklar getirecektir.

- 4) Özellikle küçük ve orta ölçekli firmaların yurt dışı pazarlara erişimi için gerekli ortam yaratılarak, GYÜ'lerin dış ticaret dengesinde iyileşmeler sağlanacaktır.
- 5) Geleneksel yöntemlerle gerçekleştirilen ticari faaliyetlerin bazıları için (özellikle hizmet sektöründe) daha hızlı, güvenilir ve ucuz araçlar sağlandığından, söz konusu ticari faaliyetlerde ve giderek ekonominin bütününde genel fiyat seviyesinin düşmesine imkan verilecektir.

5. E-ticaretin geliştirilmesi için ülke politikaları

Gelişmiş toplumlarda devlet, serbest piyasa koşullarında yürütülmekte olan ekonomik faaliyetlerde oyuncu olmaktan çok, oyunun kurallarını koyucu, sistemin işleyişini düzenleyici ve gözetici bir rol üstlenmektedir. Modern devletin fonksiyonları; toplumsal refahın artırılması, kaynakların etkin kullanımı, pazarın açık tutulması ve belirsizliklerin en aza indirilmesi amaçlarına yönelik olarak, ekonomik faaliyet kurallarının düzenlenmesi ve uygulamaların bu kurallara uygun olup olmadığının gözetilmesi olarak tanımlanmaktadır.

Elektronik ticaretin geliştirilmesi açısından devlete iki önemli görev düşmektedir. Bunlardan birincisi; devletin asli görevlerinin yürütülmesinde elektronik ticaretin sağladığı imkanların azami ölçüde kullanılmasıdır. Bu çerçevede; yürütme erkini elinde bulunduran hükümetler, idare ve hizmet etme işlevlerini yerine getirirken elektronik ticaretin sunduğu imkanları kullanmalı ve geliştirmelidirler. Nüfus ve vatandaşlık bilgilerinin söz konusu olduğu hizmetler, vergi tahakkuku ve tahsilatı, kamu mal ve hizmet alımları buna örnek olarak gösterilebilir.

Devletin bu konudaki ikinci, fakat ilkinden daha önemli temel görevi ise elektronik ticaret için gerekli fiziksel ve yasal altyapıyı oluşturmaktır. Elektronik ticaretin fiziksel altyapısının kurulması belirli bir takım teknik gereklerin yerine getirilmesine bağlı olduğundan, büyük oranda teknolojik gelişmelere bağımlı kalmaktadır. Günümüzde ulaşılmış olan teknolojik seviye, elektronik ticaretin fiziksel altyapısının hazırlanmasına büyük ölçüde imkan verecek niteliktedir. Elektronik ticaret için gerekli olan yasal altyapının oluşturulması ise, fiziki altyapıya nazaran daha güç görülmektedir. Bunun en önemli nedenleri arasında; geleneksel ticarete kullanılan yöntem ve araçların bir kısmının elektronik ticaret için kullanışlı olmaması, dolayısıyla

mevcut yasal düzenlemelerde değişiklik yapılması zorunluluğu, yapılacak yeni yasal düzenlemelerin diğer ülke normlarına uyumu gerekli olmasına rağmen bu konuda henüz bir uluslararası fikir birliğine varılmamış olması, teknik altyapıda mevcut bir takım eksikliklerin hukuk normlarının oluşturulması aşamasında neden olduğu zorluklar sayılabilir.

Anlaşılabilir ve uygulanabilir yasal altyapının oluşturulması, kullanıcının sisteme duyduğu güvenin sağlanması ve dolayısıyla elektronik ticaretin gelişmesi için gereklidir.

Elektronik ticaret konusunda yapılacak düzenlemelerde geçerli olabilecek ilkeler şöyle özetlenebilir:

1. Devlet (ya da kamu), Internet'in sunduğu imkanlardan sağlanacak faydanın artırılması ve sistemin gerekli düzenlemeleri mümkün olduğu kadar kendi içinde yapması (self-regulation) konularında özel sektöre destek olması gerekmektedir.
2. Devlet, yeni ve gereksiz düzenlemeler yapmaktan, ticari işlemlerde ilave bürokratik işlemler, vergiler, tarifeler uygulamaktan mümkün olduğunca kaçınmalıdır.
3. Devlet düzenlemelerinin gerekli olduğu durumlarda, bu düzenlemeler yönlendirici, tutarlı ve anlaşılabilir bir yasal altyapıyı sağlayacak şekilde ve en az düzeyde yapılmalıdır.
4. Mevcut düzenlemeler gözden geçirilir ve iyileştirilirken, Internet'in sağlayacağı imkanlar ile bilgi çağının gerekleri dikkate alınmalıdır. Ancak, geleneksel ticaret karşısında elektronik ticarete herhangi bir avantaj sağlanmamalıdır.
5. Yapılacak düzenlemeler, uluslararası normlara uygun olmalı ve dünya ticaretinin geliştirilmesine hizmet etmelidir.
6. Açık ağ kullanımı yaygınlaştırılmalı, bireysel kullanıcılar ve özellikle KOBİ'ler elektronik ticaret konusunda bilgilendirilmeli ve bilinçlendirilmelidir.

Yukarıdaki ilkeler çerçevesinde, elektronik ticaret konusunda devletin rolü sınırlandırılmaktadır. Genel ve vazgeçilemez ilke, sistemin kendi kendisini düzenlemesi ve özel sektörün öncü rol oynamasıdır. Devlet, ekonomik sistemin aktörlerinden biri ve en büyük alımları (kamu ihaleleri) yapan bir unsur olarak önemli olmakla birlikte, sistemin esas kullanıcıları büyük ve küçük işletmeler ile tüketiciler olacaktır. Bu alanda devlete düşen görev, kamu yararını ve tüketicinin haklarını korumak, sistemin güvenliğini ve güvenilirliğini sağlamaktır.

Sonuç olarak; elektronik ticaret konusunda uygulanacak devlet politikalarını; uygun fiziksel altyapının hazırlanması ve sürekli olarak desteklenmesi, kamu/özel sektör ihtiyaçlarının uyumlaştırılması ve yasal altyapının oluşturulması şeklinde özetlemek mümkündür.

5.1. Teknik, İdari ve Yasal Açıdan Yapılması Gerekenler

Elektronik ticaretin geliştirilmesi ve yaygınlaştırılması açısından kısa sürede yapılması gereken düzenlemeler⁷ özet olarak aşağıda belirtilmektedir. Söz konusu düzenlemeler, vazgeçilmez düzenlemelerdir ve bunlardan herhangi birisinin gerektiği gibi yapılmaması elektronik ticaretin gelişimini büyük ölçüde engelleyecektir.

5.1.1. Teknik altyapının iyileştirilmesi, alan isimleri tahsis sisteminin kurumsallaştırılması

Daha önceki bölümlerde de belirtildiği gibi, teknik altyapıdan kaynaklanan sorunlar, açık ağlara erişimi, dolayısıyla e-ticareti önemli ölçüde kısıtlamaktadır. Hızlı, güvenilir, ucuz ve herkesçe erişilebilir bir açık ağ altyapısı olmaksızın, e-ticaretin GYÜ'ler açısından yukarıda sayılan faydalarına ulaşmak mümkün olmayacaktır. Bu çerçevede, kullanıcıların erişeceği ağ 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 uluslararası normlara uygun kurullarla işleyen bir kurum haline getirilmesi gereklidir.

⁷ 1998 yılı içinde, sekreteryaya faaliyetleri Dış Ticaret Müsteşarlığı'nca yürütülen Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu bünyesinde kurulan çalışma gruplarınca hazırlanan raporlarda daha ayrıntılı bilgiler bulunabilir. Bkz.: www.foreigntrade.gov.tr.

5.1.2. Tüketiciyi ve kişisel bilgileri koruyacak önlemlerin alınması

Kullanıcıların e-ticaret sistemine olan güveninin sağlanması ve sürdürülmesi gerekmektedir. E-ticaret ile yapılan ticari faaliyetlerde, geleneksel ticarete olduğu gibi gizliliğin, bilginin bütünlüğünün ve kimlik doğrulunun sağlanması ve kullanıcıların bunlardan emin olması hayati öneme sahiptir. Ayrıca, geleneksel ticarete olduğu gibi tüketicinin haklarının korunması için ek yasal ve idari düzenlemelere ihtiyaç vardır.

5.1.3. Elektronik imzaya yasal geçerlilik kazandırılması

Elektronik imza, e-ticarete 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 imzanın yasal geçerliliği sağlanmadan, elektronik ortamda ticari sözleşme yapma imkanı son derece kısıtlı olacaktır.

5.1.4. Onay kurumları yasal ve idari altyapısının kurulması

Onay kurumları, e-ticaretin önemli yapı taşlarındandır. Onay kurumları, e-ticarete dahil olan tüm kullanıcıların kimliklerini doğrulayan ve söz konusu kullanıcılara ait önemli bilgileri saklayan birimler olacaktır.

5.1.5. Vergileme, ödeme ve teslimat usullerinin geliştirilmesi

Özellikle uluslararası e-ticarete verginin tahsilatı ve ulusal vergi otoriteleri arasında paylaşımı için genel kabul gören çözümler üretilmesi, ödeme araçlarının geliştirilmesi, gümrük prosedürünün basitleştirilmesi ve e-ticarete uygun hale getirilmesi gerekmektedir.

5.1.6. Fikri mülkiyet haklarını koruyacak önlemlerin alınması

E-ticarete, daha doğrusu açık ağlarda, özellikle bilgisayar programlarının, şiir, roman, hikaye, fotoğraf gibi sanat eserlerinin söz konusu olduğu durumlarda telif hakların korunmasında yaşanabilecek sorunların aşılması gerekmektedir.

5.2. Elektronik ticaret konusunda izlenecek devlet politikasının başlıca unsurları

Son olarak, e-ticaretin geliştirilebilmesine yönelik olarak izlenecek devlet politikalarından söz etmek yerinde olacaktır. Çünkü, kendisi de bir kullanıcı olan (özellikle GYÜ'lerde büyük pay sahibi olan bir kullanıcı) devletin bu konuda yapacağı hazırlıkların kalitesi ve hızı ile teknik, idari ve yasal düzenlemelerde üstlenmesi gereken görevleri yerine getirme tarzı e-ticaretin ulusal gelişimini yönlendirecektir. Bu hususlar göz önünde bulundurulduğunda, aşağıda sayılan unsurların önemi ortaya çıkmaktadır.

- Kamu birimlerince yapılan çalışmalar koordine edilmeli ve özel sektörle yoğun işbirliği yapılmalıdır.
- E-ticaret, küresel bilgi toplumunun ayrılmaz bir parçası olduğundan, izlenecek politikalar, teknik standartlar ve uygulama araçları uluslararası normlara uygun olacak şekilde belirlenmeli, aceleci davranılmamalıdır.
- Kamu sektörü, e-ticaret uygulamalarını benimsemelidir.
- Bürokraside ve ticarete kağıda dayalı uygulamalardan e-ticaret uygulamalarına geçiş, bir uygulama programı çerçevesinde yapılmalıdır.
- Yapılacak düzenlemelerle, kullanıcının güveni mutlaka sağlanmalı, tarafların ve araçların sorumlulukları dikkatle belirlenmelidir.

NOTLAR

- 1) E-ticaret ile bilgi teknolojileri, bilgi otoyolu, iletişim teknolojileri kavramları içiçe geçmiştir. Dolayısıyla, bir elektronik iletişimde e-ticaretin nerede başlayıp nerede bittiğini belirlemek güç olmaktadır. Tanımı gereği, her hangi bir ticari sonuç doğuran bir elektronik iletişim e-ticaret olarak kabul edilse de, örneğin firmalar arasında bilginin paylaşımı çoğu zaman ticari bir faaliyete temel teşkil ettiğinden e-ticaret olarak sayılabilecektir. Aynı şekilde, ticari ya da ekonomik bir sonuç doğuran sağlık, eğitim, kamu yönetiminde kolaylıklar gibi iletişim teknolojileri kullanımının e-ticaret sayılıp sayılmayacağı tartışılmaktadır. Dolayısıyla, sonsuz gibi görünen bilgi bulutu içerisinde, e-ticaretin sınırları belirsizdir.
- 2) Don Tapscott, "Digital Economy", 1998, The McGraw-Hill Co., Inc. Kitap, KoçSistem Bilgi ve İletişim Sistemleri A.Ş. tarafından tercüme ettirilerek dilimize kazandırılmıştır. Don Tapscott, kitabında ağ üzerinde kurulan yeni ekonomiyi tanımlamakta ve bilgi teknolojileri sayesinde değişen mikro ve makro koşullara değinmektedir. Tapscott'a göre, yeni ekonomiyi ortaya çıkaran 12 trend vardır.

1. **Bilgi.** Yeni ekonomi bir bilgi ekonomisidir.
2. **Dijitalleşme.** Yeni ekonomi dijital bir ekonomidir.
3. **Sanal Dünya.** Bilginin niteliği analogtan dijitale doğru değişim gösterdikçe ekonomik faaliyetlerin doğası değişmektedir.
4. **Molekülleşme.** Ekonomik faaliyetin temelini oluşturan organizasyonlar, yerlerini moleküler ve bu ölçüde dinamik birimlere bırakmaktadır.
5. **Entegrasyon/Ağ ile Bağlanma.** Yeni ekonomi bir iletişim ağı ekonomisidir.
6. **Aracısızlaşma.** Aracı işlemler, işletmeler ve bireyler ortadan kalkmaktadır.
7. **Bir Noktada Buluşma/Yakınlaşma.** Yeni ekonomide tüm sektörler bilgisayar, iletişim ve içerik (medya) endüstrilerinde buluşmaktadır.
8. **Yenilikçilik.** Yenilik yaratma yetenği yeni ekonominin en önemli dinamiğidir.
9. **Üret-Tüket-ici.** İnteraktif ilişkilere imkan sağlayan teknolojiler sayesinde, yeni ekonomide üretici ve tüketici arasındaki sınırlar bulanıklaşmaktadır.
10. **İvedilik.** Hız, yeni ekonominin en belirgin özelliklerindedir. Gerçek zamanlı (real-time) işlemler, üretimde, pazarlamada, mihasebe ve stok işlemlerinde, sözleşme yapma ya da yenilemede inanılmaz hızlarla yapılabilmektedir.
11. **Küreselleşme.** Yeni ekonomide, coğrafi sınırlar neredeyse ortadan kalkmak üzeredir. Ulus devlet kavramı önemini yitirmekte ve ülkeler arasındaki bağımlılık artmaktadır.
12. **Çatışma.** Sosyal ilişkiler ve çatışmalar artma eğilimindedir. Sahip olan ve olmayanlar arasındaki uçurum giderek büyümektedir.

BİBLİOGRAFYA

- "History of the Internet: A Timeline", <http://www.wnpl.alibrary.com/train/tutorial/timeline.htm>.
- "History of the Internet", <http://www.cs.rochester.edu/u/leblanc/internet-course/history.htm>.
- "The Internet", http://www.wu-wien.ac.at:8082/rfc/rfc1462.hyx/rfc1462.3_b_The_bInterne.
- Don Tapscott (1998), "Dijital Ekonomi", KoçSistem Bilgi ve İletişim Sistemleri A.Ş. Yayınları, İstanbul.
- Dış Ticaret Müsteşarlığı (1998), "Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu Raporları", DTM, Ankara.
- DTÖ (1998), "Electronic Commerce and the Role of WTO", Special Studies, DTÖ, Cenevre.
- DTÖ (1998), "Trading into the Future", 2. ed., DTÖ, Cenevre.
- IBM (1998), "Transforming Developing Countries with Network Computing", IBM White Papers, <http://www.ibm.com/IBMpublicaffairs/transform/index.html>.
- Information Week (1998), "Elektronik Ticaret İlişkilerin Rengini Belirliyor", Sayı: 15, AD Yayıncılık, Ankara.
- Microsoft (1997), "The Internet and Beyond: Public Policy and the Online World", White Paper, Redmond, ABD.
- OECD (1997a), "Dismantling the Barriers to Global Electronic Commerce (Turku, Finlandiya)", Discussion Paper [DSTI/ICCP/IE(97)6], OECD, Paris.
- OECD (1997b), "Electronic Commerce: Opportunities and Challenges for Government", OECD STI, Paris.
- OECD (1998a), "OECD Ministerial Conference, A Borderless World: realising the Potential of Global Electronic Commerce (Ottova, Kanada)", Conference Conclusions [SG/EC(98)14/REV 6], OECD, Paris.
- OECD (1998b), "The Economic and Social Impacts of E-commerce: Preliminary Findings and Research Agenda", OECD, Paris.
- OECD (1998), "OECD Ministerial Conference, Report on International and Regional Bodies: Activities and Initiatives in Electronic Commerce (Ottova, Kanada)", [SG/EC(98)10/REV 5], OECD, Paris.
- OECD (1998), "Report on the OECD Ministerial Conference, A Borderless World: realising the Potential of Global Electronic Commerce (Ottova, Kanada)", <http://www.oecd.org/dsti/sti/it/news/ottrepor.htm>.

- TUBİTAK-BİLTEN (1998), "Donanım ve Yazılım Envanteri", Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı (TUENA) Proje Ofisi, Ankara.
- TUBİTAK-BİLTEN (1998), "Enformasyon Teknolojileri Kullanımı Saha Araştırması Raporu ve Anket Uygulaması Değişkenlerinin Dağılımı", Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı (TUENA) Proje Ofisi, Ankara.
- TUBİTAK-BİLTEN (1998), "Durum Saptaması ve Dünyadaki Eğilimler", Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapısı (TUENA) Proje Ofisi, Ankara.
- UNCTAD (1988), "Implications for Trade and Development of Recent Proposals to Set Up a Global Framework for Electronic Commerce", [TD/B/COM.3/6], UNCTAD, Cenevre.
- UNCTAD (1988), "Policy Issues Relating to Access to Participation in Electronic Commerce", [TD/B/COM.3/6], UNCTAD, Cenevre.
- UNCTAD (1998), "E-commerce: Legal Considerations", [UNCTAD/SDTE/BFB/1], UNCTAD, Cenevre.
- Varian, Hal R., "The Information Economy: How Much Will Two Bits Be Worth in the Digital Marketplace?", <http://sims.berkeley.edu/~hal/pages/sciam.htm>.

YARARLANILABİLECEK DİĞER KAYNAKLAR

- ABD, Federal Electronic Commerce Program Office, USA <http://www.ec.fed.gov>
- ABD, Secretariat for Electronic Commerce, U.S. Dept. of Commerce, USA <http://www.doc.gov/ecommerce>
- Singapur, Resmi E-ticaret Sitesi <http://www.ec.gov.sg>
- Türkiye, E-ticaret Pilot Uygulama Sitesi <ftp://arf.iyte.edu.tr/pub/PILOT/>
- OECD <http://www.oecd.org/dsti/sti/it/ec>
- Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ), WTO <http://www.wto.org>
- Avrupa Komisyonu <http://www.europa.eu.int>
- Birleşmiş Milletler Uluslararası Ticaret Hukuku Komisyonu, UNCITRAL <http://www.un.or.at/uncitral/en-index.htm>
- Türkiye'de E-ticaret Konusunda Yapılan Çalışmalar; Dış Ticaret Müsteşarlığı, DTM <http://www.foreigntrade.gov.tr>
- Avrupa Birliği (AB), EC <http://www.ispo.cec.be/ecommerce>
- Uluslararası Ticaret Odası, ICC <http://www.iccwbo.org>