

E-TİCARETE YAKLAŞIM ARAŞTIRMASI

Aysun COŞKUN

Gazi Üniversitesi
Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi
Bilgisayar Eğitimi Bölümü
aysunc@gazi.edu.tr

ÖZET

Dünyada klasik alışveriş anlayışından farklı olarak giderek artan bir yaklaşım olan e- ticaret ülkemizde yeterince uygulanıyor mu? Bu sorunun cevabı için yapılan anket uygulamasının sonuçları değerlendirilmiştir. Anket çalışması üniversite öğrencileri ve akademik personel üzerinde yapılmış ve genel olarak eğitim seviyesi yüksek kabul edilen bu kesim için internet üzerinden alışveriş incelenmiştir.

Buna göre e-ticaretin tüm uygulamalarında başarıya ulaşmada en önemli husus etkin ve düzenli bir iletişim kurulmasıdır. Bu işle uğraşan kurumlar, kendi içlerinde bu işi sağlayacak güçlü bir grubu bu iş için görevlendirmek zorundadır.

Anahtar Kelimeler: E-ticaret, internet

APPROACH RESEARCH TO E-TRADE

ABSTRACT

Does e-trade adequately important in Turkey, which is rising gradually different from classical shopping understanding in the world. For the answer this question, the results of questionnaire has been evaluated. The questionnaire study has been done on university students and academic personal, these are generally accepted well educated section in community and their shopping examined by using internet.

According to all of the application of e-trade most important issue to get success depends on effective and orderly communication. Institutions which are engage to this issues have to entrust with to provide strong group.

Key Words: E-trade-Internet

1.GİRİŞ

Günümüzde toplumların bilgi toplumu olma yolundaki gelişimi özellikle bilgi akışını sağlayan, her türlü işlemin kolaylıkla ve hızla yapılabileceği teknolojiyi geliştirmiş ve toplumların kullanımına sunmuştur. Bunların en belirgin özelliği internet kullanımının ve uygulamalarının artması yönünde kendini göstermektedir. İnternet kullanımının toplumun her kesiminde hızla artması yeni sektörleri ortaya çıkarmıştır. Bu sektörler, elektronik haberleşme, bilgi tarama, finans, elektronik ticaret v.b. şeklinde oluşmuştur. İnternete bağlı kişisel bilgisayarların kullanımının artması, bu sektörlerin hızla gelişmesini ve bunlara bağlı olarak alt sektörlerin oluşmasını sağlamıştır. Bu sektörlerin gelişimini hızlandıracak hem de istihdamı artırıcı bir etki meydana getirecektir. Ayrıca bu alanda dünyadaki gelişmeler doğrudan ülkeye yansiyacaktır.

Milli gelir içerisinde hizmetler sektörü olarak yer alan bu saha, son on yılda çok hızlı bir gelişim göstermiştir. Son yirmi yılda ülke ekonomisinin kilit sektörü olan imalat sanayi yerini ileriki yıllarda hizmetler sektörüne bırakacak gibi görünmektedir. Bu gelişme ülkemizin gelişmekte olan ülkeler sınıfından ayrılıp gelişmiş ülkeler sınıfında yerini alacağını bir göstergesidir.

Bu çalışmada e-ticaret kullanıcılar bazında ele alınıp, kullanım derecesi incelenmekte sebep sonuç ilişkisi araştırılmaktadır. Türkiye’de internet üzerinden e- ticaretin yaygınlaşıyor görüntüsü gerçeği yansıtmakta mıdır? Gerçekte durum nasıldır? gibi soruların cevabı yapılan anket sonucunda değerlendirilmiştir.

2. E-TİCARET

Elektronik ticaret, internetin gelişmesi ile birlikte ortaya çıkan önemli kavramlardan biridir. Elektronik ticaret sayesinde insanlar web üzerinden

zaman ve yer sınırlaması olmaksızın ürünleri ve hizmetleri online olarak pazarlama imkanına sahiptirler. En basit tanımlama ile elektronik ticaret sanal ortamda satıcılar açısından mağaza açmak, tüketiciler açısından açılan bu mağazalardan alışveriş yapmak anlamına gelmektedir [1].

E-ticaretin üç yönü bulunmaktadır. Birincisi, ticarete imkan sağlayan siteyi açmış bulunan kurumlar, ikincisi aracılık yapan banka ve finansal kurumlar, üçüncüsü ise internet üzerinden alışveriş yapan tüketiciler. Çalışmada müşteriler yönünden e-ticaret değerlendirilmiştir[2].

Müşteriler e-ticaret yapmaya karar verdiklerinde göz önüne aldıkları ilk kriter internet üzerinden satış yapan firmanın güvenli olup olmaması, yani firmanın güvenli olup olmaması, tanınmıyor olup olmaması önemli olmaktadır. Ayrıca diğer bir husus müşteri bir ürünü alırken garantili olup olmamasına ve herhangi bir pürüz çıktığında firmanın ürünü geri alıp almamasına önem vermektedir. E- ticarete satıcı konumundaki firma bu kriterleri göz önünde bulundurmalıdır.

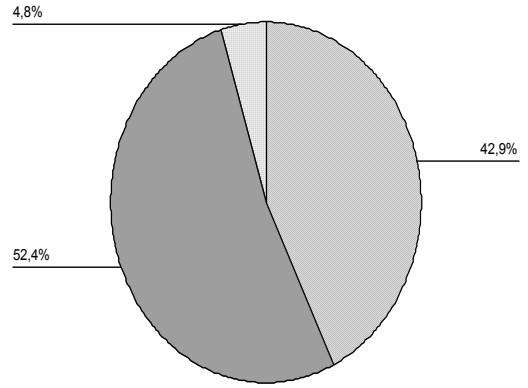
Müşterilerin e-ticaret yaparken genel kabul görmüş bir takım kriterler vardır. Bunlar: [3]

- Güvenilir satıcı olması
- Garantili malların satışı
- Özel hayatı korunması
- Reklam
- Güvenli erişimin sağlanması
- Teslimat şartları
- Ödeme şartları
- Fiyat belirlenliği

3. E-TİCARET'E YAKLAŞIM ARAŞTIRMASI

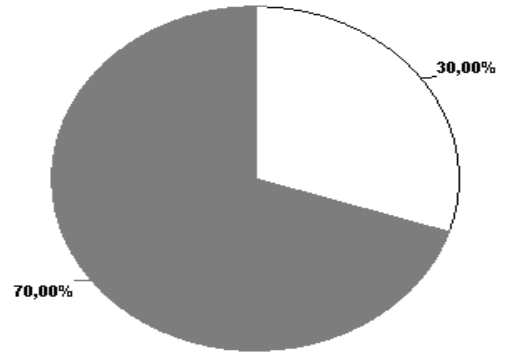
Müşteri bazında e-ticaretin değerlendirilmesi yapılmak üzere 120 anket üniversite öğrencileri ve akademik personele uygulanmıştır.

Anket çalışmasında genel bilgisayar kullanımı ve internet kullanımı ile sorularla, e-ticaretin kullanıcılar bazında önemi ve kaçınıcı tercihlerini oluşturması belirlenmeye çalışılmıştır.



Şekil 1. Zamanın büyük bir kısmı için bilgisayar kullanım gerekçeleri

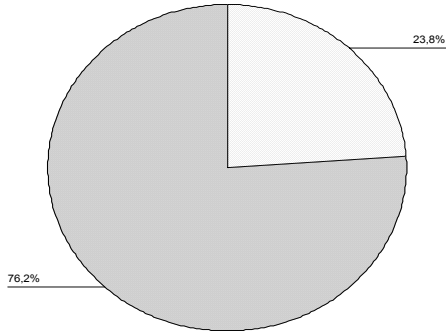
Yapılan anketin amacına ve sorulan sorular karşısında verilen cevaplara göre zamanının büyük bir kısmını hangi gerekçelerle bilgisayar kullanımına ayırmaktadır sorusunda sonuç %52,4 ü yazılım amaçlı ve internet olarak cevaplandırmışlardır, %42,9'u ise sadece yazılım amaçlı ve işletim sistemini kullanıyor ve 4.8 'i ise grafik tasarımı ve web tasarımı , oyun eğlence için kullanmakta sonucu ortaya çıkmıştır. Bu çıkan sonuçla hareketle bir başka soru değerlendirildiğinde internette zaman harcayanlar internet kullanım amaçları olarak ;



Şekil 2. İnternet kullanım amaçları

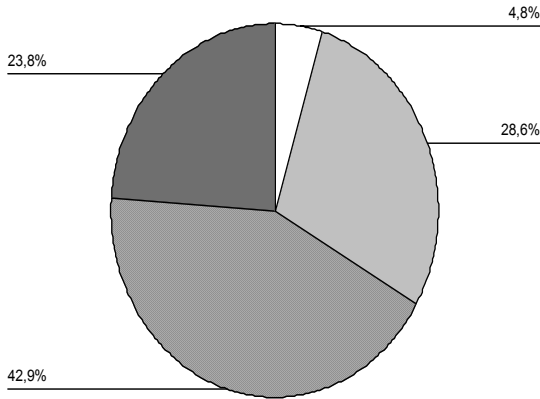
Sorularda sunulan internet kullanım amacına göre verilen cevapların büyük bir kısmı uygulanan deneklerin profili açısından %70 olan büyük bir çoğunluk akademik çalışmalar ve elektronik iletişim için interneti kullanmaktadır. Diğer % 30 luk kısım ise haber, alışveriş, finans, oyun , fal ve diğerleri kısmını cevaplamışlardır.

Bu sorulardan çıkan sonuca göre e- ticaret yapanların oranı ise şu şekilde bulunmuştur. % 76.2 si internette herhangi bir mal ve hizmet almayı düşünmemektedir ve yapmamaktadır. Ancak bunlara karşılık %23,8 i internette alışveriş yapmışlardır bu yapanların büyük bir kısmı bir veya iki kez e-ticareti tercih etmişler, çok az bir kısmı ise alışveriş sıklıkla internette yapmaktadırlar.



Şekil 3. İnternet te alışveriş yapanların oranı

İnternette alışveriş tercih etmeyenler arasında veya sıklıkla yapmayanların verdiği yanıtlara göre neden E-ticaret tercih edilmiyor sorusuna göre çıkan sonuçlar ise şu şekilde olmaktadır.

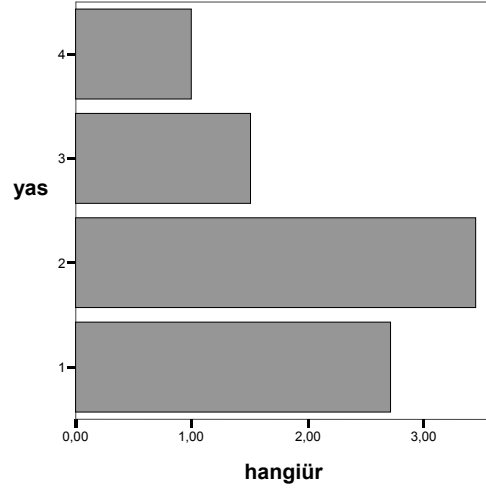


Şekil 4. E-ticaretin tercih edilmeme sebepleri

Verilen yanıtlara göre; büyük bir kısım %42,9 u internette alışveriş güvenli bulmamaktadırlar. %28,6 görerek alışveriş tercih etmemektedirler, %23,8 pratik bulmamakta, %4,8 e-ticarette herhangi bir bilgisi bulunmamaktadır.

İnternette alışveriş yapanların oranı incelendiğinde bir-iki kez alışveriş yapanlar veya sıklıkla yapanlar sanal ortamda hangi ürünleri almayı tercih

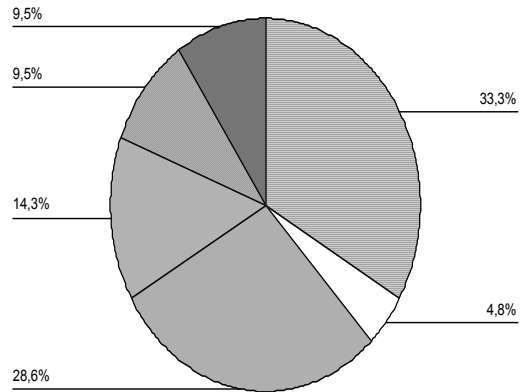
etmektedirler. Bu değerlendirme yapılırken , yaş ve tercih edilen ürünlere göre dağılım şu şekilde olmaktadır.



Şekil 5. E-Ticaret ile tercih edilen ürünler (Yaş-Ürün)

Buna göre 15-24 yaş arası program yazılımları, gıda ve kitap, 25-34 yaş arası program yazılımları, kitap, giyim ,gıda, dayanıklı tüketim malları, 35-44 yaş arası program yazılımları, dayanıklı tüketim malları, 44 ve üstü yaşlar ise sadece program yazılımları almaktadırlar.

İnternette alışveriş yapanlar açısından e-ticareti cazip kılan unsurlar ne olabilir sorusuna verilen cevaplar ise



Şekil 6. E-ticareti cazip kılan unsurlar

Anket uygulanan ve az bir kez internette alışveriş yapan kişilerin verdikleri yanıtlara göre %33,3'ü ürün veya hizmet veren firmanın tanınması ve güvenilir olmasını, %28,6'sı gizlilik taahhüdü olmasını, %14,3'ü ürün ulaştırma ve teslim

bilgilerini, %9,5 is ayrı ayrı ürün beğenilmediğinde ya da defolu çıktığında iade imkanlarını, fiyat uygunluğunu, %4,8 is ise site dizaynı ve erişim kolaylığını önemli bulmakta ve bu sebeplerden dolayı internetten alışveriş yapmayı tercih etmektedirler.

4.SONUÇ

Bu çalışmanın yapılaş amacı dünya da yaygınlaşan e-ticaretin kullanıcı bazında nasıl yorumlandığı ve teknolojik gelişmelerin günlük hayatta yansması olan internet üzerinden alış verişe bakışın yorumlanmasına olanak tanınmasıdır. Bu anket üniversite öğrencileri ve akademik personele uygulanmıştır. Yapılan anket özellikle eğitim durumları açısından akademik personel ve üniversite öğrencilerine uygulandığından, e-ticaretin bu kesimde de çok fazla yapılmadığı sonucu çıkarılmaktadır. İnternet günümüzde hemen hemen her alanda kullanılmasına ve yaygınlaşmasına rağmen internet üzerinden mal ve hizmet almak tercih edilen bir durum olmadığı görülmektedir. Genel alışkanlıklar çerçevesinde alış veriş görerek, satıcı ile iletişime girmek müşteri konumundakiler için önemli olmaktadır. Görülmektedir ki kullanıcılar açısından özellikle güvenilirlik önemli olmaktadır. Ayrıca pratik bulmama ve bilgisi olmayanlarında e- ticaretin kullanılmamasının nedenleri arasında olmaktadır. Kullanıcıları ve müşterileri bu konuda biraz daha fazla bilgilendirmek ve genel kaygıları giderici çalışmalarda bulunmak e-ticaretin yaygınlaşması açısından yararlı olacaktır.

KAYNAKÇA

[1] Ekin, N. (1998) *Bilgi Ekonomisinde Elektronik Ticaret*, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, No:61, İstanbul.

[2] A'dan Z'ye E-Ticaret Rehberi, (2000) Power Eki.

[3] Anbar, A.R, E-Ticarette Karşılaşılan Sorunlar Ve Çözüm Önerileri, Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi (2) 2001, 18-32