

## ELEKTRONİK ALIŞVERİŞ

H. İbrahim BÜLBÜL\*

### Özet

*İnternet bu gün bir çok alanda kullandığı gibi alışveriş alanında da kullanılmaktadır. İnternette Web yolu ile firmalar ürünlerini tanıtmakta ve müşteriler de yine aynı yolla ürünlerini seçebilmektedirler. İnternette alışveriş için en önemli konulardan birisi güvenlidir. Güvenlikle ilgili çeşitli önlemler alınmaktadır. Ayrıca kişilere internetin kullanımını yaygınlaştırarak sanal ortamlarla ilgili güven verilmesi gerekmektedir.*

**Anahtar Kelimeler:** Güvenlik, İnternet, elektronik alışveriş, Elektronik veri değişimi, Web Sitesi.

## ELECTRONIC SHOPING

### Abstract

*Today internet is used in shopping as used in every fields. While companies introduce their products consumer is choosed what they wanted via the web. One of the important things is the security for the internet shopping. There are various preventings that are undertaken. It is important that people should be given security by spread use of the internet.*

**Key Words:** Security, Internet Electronic Shopping, Electronic Data Exchange, Web Site.

## 1. GİRİŞ

Günümüzde bilgisayarın işe koşulması ve internet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte alışveriş de sanal ortamlarda gerçekleşmeye başlamıştır. Her müşteri tarafından alınmak istenen her çeşit hizmet ve ürün internette WEB (World Wide Web) yolu ile ilgili adresten seçilmesi ve beğenilmesi sağlanır. Daha sonra alıcı kredi kartı numarası ve şifresi elektronik bir formla alınmakta ve sanal bir ortamda kredi kartı ile alışveriş yapılmaktadır.

## 2. İNTERNET VE ALIŞVERİŞ

Bilgisayar kullanıcılarını birbirine bağlayan açık bir bilgisayar ağı olan İnternet'e dünyanın pek çok ülkesinden ulaşabilmektedir. İnternet üzerinden bir tanıtım sayfası, yani web sitesi hazırlayan herhangi bir firma, ürünlerini yaygın bir alıcı kitlesinin incelemesine sunmuş olmaktadır. Diğer bir deyişle sanal bir mağaza açmış demektir.

İnternet evreni yaklaşık olarak 1993 yılında 30 web sunucusu varken bu gün bu rakam 500 bin civarındadır. Herkesin erişebildiği web sayfası sayısı ise 7 milyon civarındadır ve 2000 yılına kadar bu sayının 1.1 milyara ulaşacağı öngörülmektedir. İnternet üzerinde bugün 35-40 milyon olduğu sanılan kullanıcı sayısı, pek çok ülkede hızla artmaktadır. İnternet trafiğinin yaklaşık olarak yarısı tül sayfalarından geçmektedir, bunun da yüzde 35'inin ticari amaçlı olduğu tahmin edilmektedir. Dünya tülüne dayalı müşteri/firma arası elektronik alışveriş toplam değeri için ise, 1996 yılında 500 milyon dolar, 2000 yılında 6.6 milyar dolar gibi tahminler verilmektedir (Akgül, 1996 : 13 ).

Öteden beri pazarlamacı zihniyeti ile yapılan alışveriş insanlara fiyat yüzünden cazip gelse de genelde kişiler gösterilen ürünün verilmemesi veya fazla senet ödeme gibi usullerle dolandırılmaktadır. Buna alternatif olarak elektronik alışveriş gösterilmektedir. İnternetin kullanımı ile birlikte mesafeler ortadan kalkmış gibi görünmektedir. Ekranla satın alınacak malın resmi, fiyatı ve özellikleri bulunmakta kişiler bunları buradan seçerek sipariş vermektedirler. Oysa belki de ürünün işaretledikleri yer dünyanın diğer ucu olabilmektedir.

Türkiye de dünyadaki gelişmelere paralel olarak büyük marketler internet yolu ile sipariş kabul edip istenilen ürünleri gün içinde de teslim edebilmektedirler (Şekil 1). Bu işlemler şimdilik bankalar ve büyük marketlerce gerçekleştirilmektedir.



Şekil 1. İnternetle Elektronik Alışveriş

### 3. ELEKTRONİK ALIŞVERİŞİN ALTYAPISI

Bilgisayar ağlarının günümüzde bu denli gelişmesi günlük hayatımızı da etkilemektedir. Bir anlamda hayatımızdaki bir takım faaliyetler elektronik ortama taşınmaktadır. Önceleri kağıt üzerinde gerçekleşen bir çok faaliyet bilgisayar ağlarının oluşturduğu bir elektronik ortamda gerçekleşmektedir.

Elektronik alışverişin gerçekleştiği bu elektronik ortam internet altyapısı üzerinde kurulduğu için sınırları da internet gibi dünyanın dört bir yanını sarmaktadır. Yani alışveriş sadece ulusal değil uluslar arası olarak gerçekleşmektedir. Elektronik alışveriş güvenirliliği de internet imkanları ile sınırlıdır. İnternet yolu ile alışveriş için gerek satıcı firma gerekse müşteri (alıcı) evinden veya başka bir ortamdan mutlaka bir bilgisayarla ve bir internet hesabı ile bir şekilde internet ağına girmek zorundadır.

### 4. ELEKTRONİK ALIŞVERİŞİN GERÇEKLEŞMESİ

Bu gün internet üzerinde faaliyet gösteren internet market denilebilecek bir iş koluna ait firma internet üzerinde firmalarını tanıtmak ve ürünlerini pazarlamak amacı ile çeşitli siteler oluşturmuşlardır. Günlük hayatta televizyonda film seyrederken değişik ürünlerin reklamını seyredip o üründen haberdar olunuyorsa WEB ortamında da her hangi bir konu hakkında araştırma yaparken bağlantı (link) yolu ile yapılan araştırma konusu ile ilgili ürünlerin ve bu ürünlerin pazarlandığı sitelerin logoları verilmektedir. Bir anlamda reklamları verilmektedir. Kişilerin ilgisini çekiyorsa ilgili logoya tıklamak suretiyle o siteye erişebilmektedirler.

İnternet ortamında alışverişin gerçekleşmesinde kredi kartları büyük rol oynamaktadır. Kredi kartı söz konusu olunca elektronik ortamda insanlara güven vermek çok önemlidir. Bu güven hem alıcı hem de satıcı için önemlidir. Bilindiği gibi her kredi kartı insanlara bir banka aracılığı ile verilmektedir. Elektronik alışverişin gerçekleşmesi için bankaların bir protokol çerçevesinde işbirliği yapmaktadır.

Elektronik Veri Değişimi (EDI) sistemi ile internet ağına bağlı bilgisayarlar uygun bir yazılımla otomatik olarak veri değişimi yapabilmektedir. Bu işlemler alıcıya ürünü seçtikten sonra kişinin kimlik bilgileri kredi kartı hesabı ve şifresi gibi bilgilerin olduğu sayısal imza ve şifreleme formları ile yapılmaktadır (Akgül, 1998). Çok kullanılan tanınmış siteler Şekil 2 de de görüldüğü gibi kendileri bir veri tabanı oluşturmuş ve kullanıcılara ön kullanıcı ismi ve şifre vermektedir. Daha sonra bu bilgiler kişinin sahip olduğu kredi kartının ait olduğu bankaya iletilmekte ve alıcının isteği üzerine ödeme yapılmaktadır.

## YAHOO! SHOPPING

I'm a New User

**Sign me up!**

I'm already registered with Yahoo!

Yahoo! ID:

Password:

Remember my ID & Password [What's this?](#)

**Sign in**

Trouble signing in?

Get help signing in here.

Şekil 2. Örnek elektronik alışveriş formu

### 5. ELEKTRONİK ALIŞVERİŞİN GÜVENİLİRLİĞİ

Elektronik alışverişin yaygınlaşmasında güvenliğin büyük önem taşıdığı belirtilmiştir. İnsanlar öncelikle elektronik kültüre sahip olmalı; yani bilinçli bir internet kullanıcısı olmalıdır. Böylece internet üzerindeki kimlik kanıtı, bilginin tam iletilmesi ve bilginin gizliliği gibi özelliklere inancı güvenmesi gerekmektedir. Güvenlikle ilgili diğer bir konuda kişilerin güvenli ödeme yapabilmesidir. Üzerinde elektronik alışverişin gerçekleştirileceği bir web sitesinde hiç kuşkusuz en önemli özellik sitenin kırılmaya karşı aldığı güvenlik önlemidir. İnternette alışveriş sisteminde güvenlikle ilgili ele alınması gereken hususlar şunlardır:

**5.1. Kimlik Tespiti:** Kişilerin kendilerini tanıtabilmeleri için değişik yöntemler kullanılmaktadır. Bu yöntemler kullanıcı ismi ve şifresi, elektronik sertifika ve akıllı kart gibi yöntemleri içermektedir. Kimlik tespitinden amaç satıcı firmanın müşterilerin kimliği hakkında kesin bilgi sahibi olmasıdır.

**5.2. Ağ Güvenliği:** Müşteri kimliği tespitinden sonra başkaları tarafından görülmemesi bilinmemesi istenen bilgiler bilgisayar ağları (internet) üzerinden taşınmaktadır. Sözü edilen bu kişisel bilgilerin başkaları tarafından bilinmemesi için şifrelenmesi gerekmektedir. Şifreleme içinde alt seviyeden üst seviyeye çeşitli yöntemler kullanılmaktadır.

**5.3. WEB sitesi Güvenliği:** Elektronik alışverişte kullanılacak web sitesi üzerinde çalışacak programların kötü niyetli program kırıcıları (hacker) tarafından kırılmasına veya virus bulaşmasına karşı önlem alınmalıdır. Bu alanla da ilgili değişik seviyeli güvenlik önlemleri kullanılmaktadır. Bu önlemler web sitesinin dış dünyaya karşı filtre görevi gören Firewall sisteminden işletim sistemleri güvenliğine kadar çeşitli önlemler kullanılmaktadır (İnterpro, 1999: 7).

### 6. SONUÇ

Diğer teknolojilerde olduğu gibi elektronik alışverişte de dünya pazarlarında yerimizi almak durumundayız. Bilindiği üzere rekabet alışverişte önemli bir özelliktir. Bu gün gerek ulusal düzeyde gerekse uluslar arası düzeyde firmalar birbirleri ile her alanda rekabet yapmaktadırlar. Rekabete yenilen ticari hayattan yavaş yavaş silinmekte veya güçlü firmalarca satın alınmaktadır.

Ticari hayatta elektronik alışverişin tercih edilmesi maliyetleri de düşürmektedir. Kira, alışveriş, su, telefon masrafları ve personel giderleri olmadan şirket faaliyetlerinin ulusal ve uluslar arası düzeyde sürdürülmesi mümkün olabilmektedir.

Elektronik alışveriş kalıplaşmış mesai kavramını ortadan kaldırmaktadır. Haftada yedi gün, yirmi dört saat çalışma imkanı mümkün olabilmektedir. Elektronik alışveriş sınırları oldukça genişletmektedir. Bununla birlikte sipariş edilen malın teslim edilmesi ile ilgili gümrük problemleri yaşanmaktadır. Uluslar arası anlaşmalarla bunlar kısa bir süre içinde çözümlenecektir. Ayrıca internetin kullanımının yaygınlaştırılması internet kullanmayan bir çok kişide olan sanal ortamlara karşı güvensizlikleri ortadan kaldırmış olacaktır.

### KAYNAKLAR

- Akgül, M., Elektronik Ticaret ve Türkiye, *Pcweek*, Kasım sayısı. 10-17, 1996.
- Akgül, M., Elektronik Ticaret ve Türkiye İnternetini Büyütmek. *Dünya Gazetesi*, Aralık, İstanbul, 1998.
- Elektronik Ticaret Teknik Çalışma Grubu 1.Değerlendirme Raporu, 1998. Ankara.
- İnterpro, "E-ticaretin Sınırları Nerede Başlıyor?", *Bankacılık* 99, 4, 6-11, İstanbul, 1999.