

KOBİ'LER İÇİN E-TİCARETİN ÖNEMİ

Aydin Nevin, Yrd.Doç.Dr., Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi,
Artvin Çoruh Üniversitesi <nevin.aydin@gmail.com>

E-COMMERCE IMPORTANCE FOR SMEs

Aydin Nevin., Assistant Professor, PhD, Kyrgyz-Turkish Manas University,
Artvin Choruh University <nevin.aydin@gmail.com>

ВАЖНОСТЬ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ ДЛЯ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Айдын Невин, исполняющая обязанности доцента, PhD,
Кыргызско-Турецкий университет «Манас», Университет Артвин Чорух
<nevin.aydin@gmail.com>

Özet

E-Ticaret son zamanlarda firmalarının verimliliğini artırıcı çözümlerden biri olarak ortaya çıkmıştır. Bilgi teknolojilerinin ortaya çıkmasıyla e-ticaret dediğimiz ticaret işlemleri, Kobilere ve insanoğlunun yaşamında büyük değişikliklere sebep olmuştur. Böylece E-ticaret kavramı, ekonomilerin değişmez olan Küçük ve Orta Büyüklükteki işletmeleri de etkisi altına almıştır. E-ticaret, Kobi'lerinde rekabet edebilmelerini, sağlamak amacıyla onlara fırsatlar sunmuştur. Elektronik ticaret ile Kobilere tüketiciye ulaşmayı başararak e-ticaret kavramını kullanılabilir hale getirmişlerdir. Bu şekilde kendilerini daha iyi tanıtmaya ve İnternet üzerinden mallarını satma fırsatı bulabilen Kobilere, müşterilerine ulaşmak için sanal mağazalarını kurarak ürünlerini pazarlama fırsatı bulmuşlardır. Bu çalışmada E-Ticaretin Kobilere için önemi ve etkilerinin neler olduğu tartışılmıştır.

Anahtar kelimeler: E-Ticaret, E-Ticaret tarihi, E-Ticaretin Kobilere için önemi.

Abstract

E-Commerce has recently emerged as one of the solutions to increase the efficiency of its companies. With the emergence of information technology, e-commerce has caused tremendous changes in the trading process, SMEs and the life of mankind. As a result, the concept of e-commerce has also affected small and medium-sized businesses, which are the invariants of economies. E-commerce has provided opportunities for SMEs to compete. SMEs has succeeded in reaching to the customer and made the concept of e-commerce into reality through electronic commerce. In this way, SMEs has leveraged opportunities to market their products by establishing virtual stores to reach their customers to sell their products through the İnternet. In this study, we discuss the importance and effects of E-commerce for small and medium-sized businesses.

Keywords: E-Commerce, History of E-Commerce, E-Commerce is the key to SME.

Аннотация

Электронная коммерция в последнее время играет важную роль в обеспечении эффективности работы компании. С появлением информационных технологий электронная коммерция стала причиной серьезных изменений в работе малых и средних предприятий, а также в жизни человека. Электронная коммерция дала возможность конкурировать малым и средним предприятиям. С помощью электронной коммерции малые и средние предприятия стали более доступными для потребителей, лучше продвигают себя на рынке и продают еще больше продукции путем создания виртуальных магазинов. В данном исследовании

рассматриваются факторы влияния электронной коммерции на развитие малых и средних предприятий.

Ключевые слова: электронная коммерция, история, важность для МСП.

1. Giriş

E-Ticaret son zamanlarda şirketlerin fonksiyonu olmuştur. E-ticaret gelecekte küçük işletmeler için umut verici görünüyor. Kobilere, şirketlerle yarışabilmek için satışlarını çevrim içine taşıdılar. Tüketiciler her zamankinden daha hızlı yeni teknolojileri kullanmaya isteklidirler. Pew Internet Research tarafından yapılan son araştırmaya göre, tüm Amerikalıların neredeyse yarısı artık bir akıllı telefon sahip. Bu 2011 yılında yüzde 28.5 artış göstermiş ve hala bu pazar büyüme için büyük bir potansiyele sahiptir. ComScore yeni bir çalışmasında da 86 milyon Amerikalı online alışveriş için akıllı telefonu kullandığı görüldü.

Tüm dünyada KOBİ'ler ekonominin çekirdek gücü olarak kabul edilmekte tüm Ülkelerin kendi ulusal ekonomileri içerisindeki payının %60-90 nını belirlemektedir. Gelişme düzeyleri ne olursa olsun tüm ekonomilerde önemli bir paya sahiptir. KOBİ'lerin esnek ve dinamik yapıları, değişen piyasa koşullarına kolayca uyum sağlamalarına imkân vermektedir.

E-ticaret etkisini KOBİ'ler üzerinde de görülmüştür. KOBİ'lerin e-ticaret yapması ülke ekonomisinin gelişmesini, ülkenin uluslararası arenada rekabet gücünün artması ve istihdam artışının sağlanmasında oldukça önemlidir. KOBİ'ler e-ticaret sayesinde hammadde ve hizmet alımı konusunda farklı tedarikçilere ulaşmakta, daha kolay ve düşük maliyette fiyat karşılaştırması yapabilmekte, ürün ve hizmetlerini daha düşük maliyetlerle büyük kitlelere tanıtılabilmekte ve alım-ödeme sürecini daha kısa sürede gerçekleştirmektedir. E-ticaret müşteri bilgilerinin bir veri tabanında tutulması yoluyla işletmelerin müşteri davranışlarını daha iyi takip edebilmelerine, müşterilerin satın alma alışkanlıklarını esas alarak müşteriye bireysel pazarlama imkânı vermektedir. KOBİ'lerin e-ticaret ortamına geçişi, hem internet ekonomisinin büyümesi hem de iş süreçlerinin sayısal ortama taşınması suretiyle şirketlerin kurumsallaşması ve etkin şekilde değerlendirilmesi açısından önemli ekonomik fırsatlar barındırmaktadır. Bu nedenle büyüme potansiyelini artırmak ve işletme maliyetlerini düşürmek adına e-ticaret KOBİ'ler açısından son derece önemlidir [1].

2. E-Ticaret

Dünya Ticaret Örgütü(WTO)'ne göre e-ticaret; mal ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımının telekomünikasyon ağları üzerinden yapılmasıdır. Tanımlamaya göre ticaret süreci üç temel aşamaya ayrılabilir [2];

1. Üretici ve tüketicileri veya alıcı ve satıcıları araştırma aşaması,
2. Taraflar arasında anlaşma sağlanmasını takiben sipariş ve ödemenin yapılması,
3. Malların alıcılara dağıtılması aşaması.

İnternet kullanımının artarak iletişim altyapısının güçlenmesiyle birlikte, güvenlik konusundaki endişelerin ortadan kalkmasını sağlayan teknolojilerin gelişmesiyle birlikte, e-ticaret hızla yaygınlaşmıştır. E-ticaret dünyanın birçok ülkesinde geleneksel perakende sektörünü baştan aşağı değiştirerek ekonomilerin büyümesinin önemli lokomotiflerinden biri haline gelmiştir [3].

Elektronik ticaret (e-ticaret) kuruluşlarda iş süreçlerini değiştirdi ve gelecekte de iş süreçlerini değiştirmeye devam edecek [4].

Faydalarından bazıları yaygın yenilikleri ile ilişkili aşağıdakileri içerir: operasyonel verimlilikte gelişme, piyasaları daha geniş erişimi, tedarikçilerle ortaklık için büyük potansiyeli, gelişmiş müşteri hizmetleri, yönetimde erişilebilirlik ve esneklik, ve diğerleri arasında ortaklık [5].

2.1. E-ticaret Şekilleri

• E-ticaret elektronik ortamda işletme ve müşterileri bir araya getirmektedir. E-ticaret çeşitleri;

- B2B (İşletmeden - işletmeye),
- B2C (İşletmeden - tüketiciye),
- B2G (İşletmeden -Kamu idaresine),

- C2G (Tüketicilerden - Kamu idaresine),
- C2C (Tüketiciden - tüketiciye),
- G2G (Devletten - Devletle).

2.3. E-Ticaret Tarihi

1970’lerde Stanfordlu öğrenciler, Massachusetts Teknoloji Enstitüsü’nde okuyan öğrencilere, Arpanet hesapları ile yapay zekâ laboratuvarını kullanarak uyuşturucu madde satmaları ile başladı. 1994 yılında Pizza Hut, ilk e-ticareti kullanan şirket oldu.

Tablo 1 – 1960-2014 yılları arasında E-Ticaret meydana gelen değişimler [6]

1960-1969	1970-1979	1980-1984	1990-1998	2000-2008	2010-2014
1968 Elektronik Veri Değişimi elektronik postaya olanak sağlar. 1969 ARPANET kuruldu.	1978 Elektronik Fon Havalesine online ödeme izni verildi. 1979 Michael Aldrich çevrimiçi icat tele alışveriş.	1982 Elektronik iş değişimi için ASC X12 biçimi. 1983 ARPANET den TCP / IP kadar göç, günümüze kadar geçerli. 1984 72 yaşında bir bayan dünyanın ilk B2C online alışverişini yaptığı.	1990 Tim Berners- Leeb tarafından Dünya çapında ağ icat edildi. 1991 İnternet ticari kullanım için NSF tarafından açıldı. 1994 Netscape şifreli İletişim için SSL yayınladı. 1995 İlk modern internet tabanlı dükkan oluşturuldu 1995 Amazon.com aracılığıyla satılan ilk kitap oldu 1998 Paypal para transferleri gerçekleştirildi	2000 İlk m-ticaret Geliştirme Standardı. 2001 Dot-com zirveye çıktığı. 2003 müzik indirme için iTunes hafıza geliştirildi. 2005 Web 2.0 sosyal boyut getirildi 2007 Apple iPhone mobil-ticaret artırdı. 2007 Facebook pazar yeri oluşturuldu 2008 John Lewis tıkla ve toplayı başlatı.	2010 E-ticaret satışları ilk kez 500 milyon dolara çıkar. 2010 Groupon zamanın en hızlı büyüyen şirketi. 2012 E-ticaret satışları ilk kez 1 trilyon dolara çıktı. 2014 Amazon kullanıcıların şifreleri saldırıya uğradı. 2014 Alibaba büyük potansiyele sahip oldu.

2.4. Elektronik Ticaret Kriterleri [7]

Dönüşüm oranı: Siteyi ziyaret eden kişilerden çok, kaç tanesinin sipariş ettigidir. Periyodik olarak artış olmasının yanı sıra olası düşüşleri anında analiz edebilmeniz gerekir. Bu konuda dünya standardı olarak %2 kabul edilmektedir.

Ortalama Sepet Tutarı: Satış arttıkça kar da artacaktır. Ziyaretçi sayınız aynı kalsa bile "sepet büyüklüğü" artıyorsa bu iyiye işarettir. Üstelik sepet büyüdükçe, kargo fiyatı düşecek ve bu alışveriş müşteri nezdinde daha ucuz olarak algılanacaktır. Özel günlerde sepet büyüklüğü artsa da önemli olan genel ortalamadır.

Sitede geçirilen süre: Ziyaretçi sitede ne kadar uzun süre kalırsa alışveriş olasılığı o kadar yükselecektir. Farklı kanallardan gelen ziyaretçilerin (arama, banner, e-posta) kaçınıcı ziyaretlerinde alışveriş yaptıkları, ziyaretçi segmentasyonu açısından oldukça önemlidir.

Ziyaretçi sadakati: Aynı kişinin siteyi ziyaret etmesi, tekrar alışveriş yapması sunduğunuz hizmetin başarısının göstergesidir. Sadık müşteri oranınız düşükse, hatanın nerede olduğunu tespit etmeniz gerekmektedir.

Tamamlanan alışveriş oranı: Birçok alışveriş sitesinde, alıcıların alışveriş adımlarında sipariştan vazgeçtikleri gözlemlenmektedir. Bu konuda sepet iptallerinin azaltılması hedefi önemlidir.

Rekabet: Rekabeti ölçümleyebilirsiniz. Örneğin; Compete sitesini kullanarak bir ürünün hangi sitelerde arandığını ve rakiplerinizde aranıp aranmadığını inceleyebilirsiniz.

3. Küçük İşletme Yatırımları [8]

Mobil yatırım: Tüketiciler artık ister kendi bilgisayar, akıllı telefon ya da tablet olsun, her zaman her yerde alışveriş yapabileceği güvenli bir ortam olmuştur.

Video içeriği: Küçük online perakendecilerin daha fazla satmak için online video gücünden yararlanabilirler. Geçmişte, metin güncellemeleri ve fotoğrafları çevrimiçi mağaza trafik çekmek için yeterli olduğunu, ancak video eşsiz fırsatlar sunuyor.

Sosyal reklam: Birçok küçük işletme sosyal medya kanalları aracılığıyla müşterilerine içerik sunmanın yararlı olduğu. Facebook ve Twitter gibi sosyal kanalları üzerinden reklamlar yaptı.

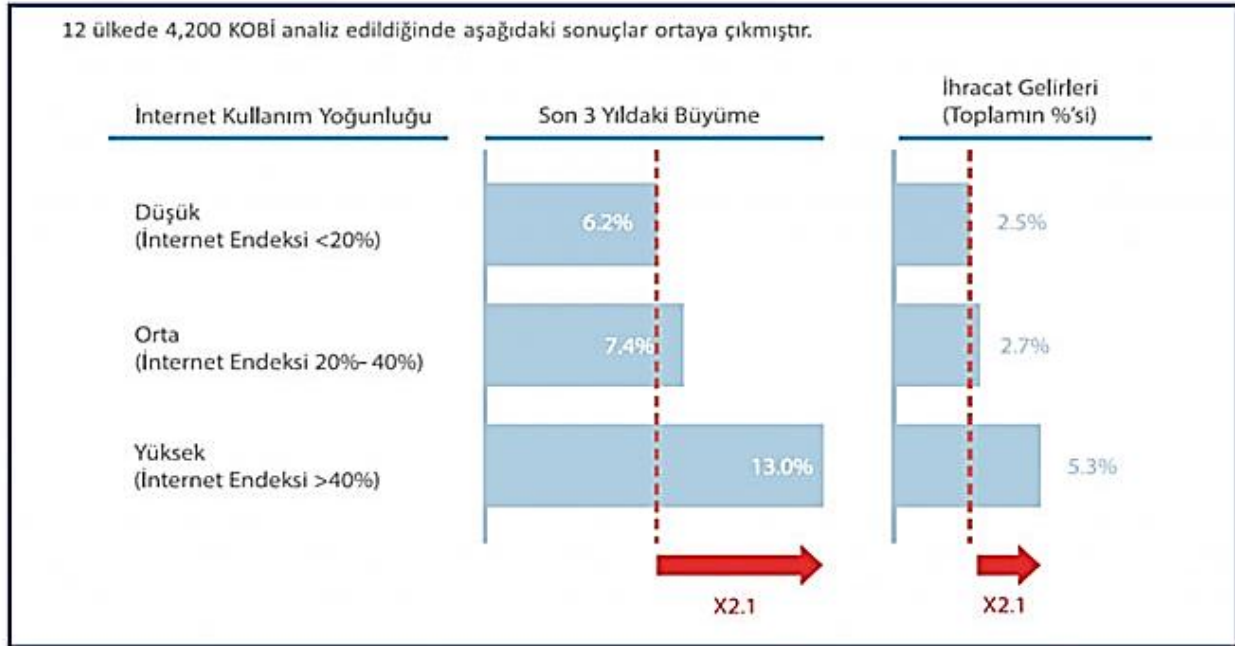
4. E-ticaretin kobiler için önemi

E-ticaret potansiyel müşterilerin Dünya' nın her yanında pazara sunulan ürünler hakkında bilgi sahibi olmalarına ve yeni üreticilerin Dünya pazarına girmelerine olanak tanımaktadır. Daha düşük ürünlerin piyasaya sunulması e-ticarette rekabeti arttırarak tüm ticari işlemlerin maliyetlerini düşürmektedir. Geleneksel ticaret yöntemleri ile hammadde tedariki yapan şirketler çok sayıda tedarikçi ile iş birliği yapmak zorunda kalırken, e-ticarette uğraşan şirketler aracılı ortadan kaldırarak direkt olarak tedarikçilerden satın alma şansını yakalarlar. Bu sayede işletmelerin aracı maliyetleride düşerek daha az maliyetle ürün alımı gerçekleştirmiş olurlar. E-ticaret işletmeler arası ticarette maliyetlerin azaltılması ve verimliliğin artırılmasında olumlu katkılarda bulunmaktadır. Ayrıca e-ticarette sipariş eğilimlerin izlenmesi ile, tüketicinin ilgisini çekebilecek yeni ürünlerin seçimi ve sipariş konusunda karar verilmesinde bu yolla kolaylık sağlanmaktadır. B2B e-ticaret, firmalar arasında yapılan ticarette işlem maliyetleri önemli ölçüde azaltacak bir potansiyele sahiptir. B2B e-ticaret sayesinde, özellikle fiyatların belirlenmesi ve ticari işlem detayları ile ilgili maliyetlerden oluşan, koordinasyon maliyetleri azaltılmaktadır [9].

Küçük ve orta büyüklükteki işletmeler için kobi e-ticaret hem yurtiçi pazara hemde yurtdışı pazara ulaşmaları açısından önem arz etmektedir. Küçük ve orta işletmelerin kobi e-ticaret sistemini kullanmaya başlaması da bir çok yarar sağlamaktadır. Örneğin işletmeler ürün ve hizmetlerini daha düşük maliyete daha büyük kitlelere tanıtılabilmekte, hammadde ve hizmet alımı konusunda farklı tedarikçilere kolay ulaşabilmekte, daha düşük maliyete fiyat karşılaştırması yapabilmekte ve alım-ödeme sürecini daha kısa sürede ve daha kolay bir şekilde tamamlayabilmektedir. Kobilerin hem büyüme potansiyelini arttırmak hem de işletme maliyetlerini düşürebilmek için e-ticaretin önemi aşağıda yer alan tabloda da açıkça gösterilmektedir [10].

KOBİ'lerle büyük işletmeler arasındaki bu ayrımı ortadan kaldırıyor. Belki de bu iki grubun eşit şartlarda rekabet edebilecekleri tek alanın e-ticaret olduğu görünüyor. Herşeyin ötesinde e-ticaret, KOBİ'lere de büyük işletmelere de "aynı genişlikteki ekrandan" müşterilerine ulaşma eşitliği tanıyor! KOBİ'ler, e-ticaret kanalını kullanabilme açısından aslında çok elverişli konumdalar. Hem mamül tedariki için B2B (firmadan firmaya e-ticaret), hem de iç piyasa olsun, ihracat gerçekleştirdiği dış piyasa olsun, son kullanıcı olan müşteriye yönelik B2C (firmadan müşteriye) türü iki e-ticaret kanalının olanaklarını değerlendirebilecek konumdalar. Buna rağmen, nitelikli internet kullanıcısı dediğimiz, internet olanaklarını değerlendirebilen kullanıcı sayısının azlığı ve gerek işletmelerin gerekse müşterilerin e-ticaret olanaklarına duydukları güvensizlik, bu tür ticaretin önündeki en büyük engel olarak görülüyor. Kendi üretim sürecinde uzmanlaşan bir KOBİ'ye e-ticaret daha büyük pazarlarda sınırsız rekabet olanağı sağlıyor çünkü üzerinde uzmanlaşmış nitelikli bir ürün kendi müşterisini kolaylıkla yaratıyor [11].

Tablo 2 – 12 Ülkede 4,200 KOBİ analiz edildiğinde ortaya çıkan sonuç [11]



Kaynak: McKinsey & Company, Bilgi Toplumu Stratejisinin Yenilenmesi Projesi İnternet Girişimciliği ve e-Ticaret Eksenli Mevcut Durum Raporu (2013)

8. Sonuç

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen hızlı değişimler küreselleşen dünyada yeni rekabet stratejilerinin geliştirilmesine sebep olmuştur. E-ticaret denilen bu kavram internet ve elektronik ticarete bağlı olarak yeni ticaret ortamı yaratmıştır.

E-ticaret Kobi' lere Uluslararası pazarlara kolay ulaşma imkanı sağlamaktadır. E-ticaret tahmin edilenden daha fazla büyümektedir. Günümüzde Kobiler, E-ticaret kullanımı ile, müşterilere istedikleri ürünleri en uygun zamanda ulaşmalarını sağlayarak rekabet avantajı sağlamaktadır. Dünya üzerindeki tüm ekonomilerin vazgeçilmezi olan, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler, e-ticaret ile Dünya pazarlarına açılarak büyük fırsatlar yakalamışlardır. E-ticaret KOBİ' ler için; maliyetlerde azalma, zamandan tasarruf sağlama stok maliyetlerinin düşmesi, dış kaynak kullanımı, E-ticaret müşteri bilgilerinin bir veri tabanında saklanması, işletmelerin, müşteri istek satın alma hareketlerinin takip edilmesi, müşteri isteklerine daha çabuk cevap verme imkanı sağlamaktadır.

Birçok küçük işletme, Teknolojinin sunduğu imkanlarla Ulusal ve Uluslararası pazarlara açılarak, tedarikçi ve müşterileri ile bütünleşip büyük şirketlerle eşit düzeyde pazarlara sahip olmuşlardır. E-ticaret ile KOBİ ler, daha güçlü tedarik ve dağıtım zinciri oluşturarak, üretim maliyetlerini azaltarak, ulusal, ve uluslararası pazarlara daha kolay erişerek, e-ticaret sektörlerinde geleneksel ticarete göre maliyet avantajları sağlamaktadırlar.

Kaynaklar

1. <http://www.iktisadi.org/kobilerin-e-ticaret-kullanimi.html>
2. A Quantitative Assessment of Electronic Commerce”. – WTO, 1999.
3. <http://www.iktisadi.org/kobilerin-e-ticaret-kullanimi.html>
4. AL-Qirim, N. The adoption of e-commerce communications and applications technologies in small businesses in New Zealand // Electronic Commerce Research and Applications. – 2007. – 6(4). – Pp. 462-473.
5. Vaithianathan, S. A review of e-commerce literature on India and research agenda for the future // Electron Commerce. – 2010. – No10. – Pp. 83-97.
6. Hendrik Terbeck, S. Delphi-based Scenario & Trend Analysis for the Future of Digital Commerce, 2014.
7. <http://www.patronturk.com/turkiye-e-ticaret-pazari-dunyadan-hizli-buyuyor#ixzz2Fs38PMsD>
8. <http://www.forbes.com/sites/ey/2015/02/18/video-why-portfolio-reviews-matter/>
9. <http://www.rgsyazilim.com/e-ticaretin-kobilere-etkisi/>
10. <http://eticaretrehber.com/kobi-eticaret/>
11. http://kobitek.com/kobiler_icin_firsat_kapisi__e-ticaret