

## ELEKTRONİK TİCARETTE “DOMAIN” ADI ve “WEB-HOSTING” ŞİRKETİ SEÇİMİ

Uğur YOZGAT<sup>1</sup>, Uğur ÜNLÜER<sup>2</sup>, Adina BEHARYAKAR<sup>3</sup>

<sup>1</sup>M.Ü., İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Prof. Dr.

<sup>2,3</sup>M.Ü., İ.İ.B.F., İşletme Bölümü, Uluslararası İşletmecilik Y.L. Programı

*Abstract: The Internet is becoming the foundation for new business models, new business processes, and new ways of distributing knowledge. Companies can use the Internet and networking technology to conduct more of their work electronically, seamlessly linking factories, offices, and sales forces around the globe. I-Commerce companies should carefully select their domain names, and register it. The selection of the web-hosting company is also important for being successful in e-commerce.*

### I. GİRİŞ

İnternetin gelişmesiyle paralel olarak büyüyen internet ticareti şirketlerin yeni pazarlarına açılmalarını, satış maliyetlerini önemli oranda düşürmelerini, iş süreçlerindeki gereksiz faaliyetlerden kaçınmalarını, tedarikçileriyle daha yakından ve uzun süreli birliktelikler kurmalarını sağlamış ve günümüzde öneminin her geçen gün daha da arttığı zamanı etkili ve verimli bir şekilde kullanma imkanını vermiştir.

İnternet ticareti, şirketlerin varlıklarının sürdürebilmeleri için artık bir araç olarak değil, amaç olarak görülmeye başlamıştır. Yönetim konusunda isim yapmış “guru”lar seminerlerde ve konferanslarda şirketlerin internet ticaretine ne şekilde hazırlanmaları gerektiğinin üzerine durmaktadırlar.

“İnternet ticareti” kavramı, araştırmada elektronik ticaret başlığı altında incelenmiş ve birçok kaynakta kullanıldığı gibi elektronik ticaret kavramının içinde yer almıştır.

Yapılan çalışmada, elektronik ticaretin tanımına, şirketler açısından önemine, geleneksel değerler zinciri yaklaşımını ne ölçüde etkilediği incelenmiş, elektronik ticaretin platformu olarak kabul edilen internetin önemi, internette arama yapma, elektronik ticarete atılmak isteyen şirketler için önem taşıyan “Domain” adının ve Web-hosting şirketinin seçiminde göz önünde bulundurulması gereken kriterlere değinilmiştir.

### II. ELEKTRONİK TİCARET

Elektronik ticaret, genel bir tanımlamayla, mal alım ve satımının tüketiciler tarafından elektronik ortamda gerçekleştirildiği bir süreci ifade eder. Elektronik ticaretin en büyük destekçisi internettir. Bu bağlamda interneti ticari bir pazar olarak düşünmek mümkündür. Günümüzde internetin sağladığı zengin ortam (örneğin, interaktif elektronik bir vitrinin yaratılması, renkli elektronik broşürler) elektronik ticaretin gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Gelecek dört sene içinde tüketicilerin 130 milyar dolar harcamaları beklenen elektronik ticarete yer almak isteyen bir organizasyon teknolojiyi, işletmenin iş modelini daha basit ve kolay yönetebilen (streamline) bir hale getirmede, maliyetleri düşürüp tasarrufları yaratmada, verimliliği arttırmada; müşterilerle, tedarikçilerle ve ortaklarla daha yakından ilişkiler kurmada kullanabilmelidir [1]. İnternetin şirketlere sağladığı kazançlar arasında uzmanlaşma açısından yarattığı rekabet fırsatı, hataların azaltılması, işlem süresinin kısaltılması, ve sabit maliyetlerden tasarruf sağlayarak ticari işlem maliyetlerinin düşürülmesi, coğrafi olarak uzak yeni piyasalara erişim olanağı yaratması gelmektedir [2]. Büyük bir hızla gelişen elektronik ticaret yeni iş yapma biçimlerini mümkün kılmakta ve yeni işletme modelleri yaratmaktadır. Thomas Siebel ve Pat House, internette öncü olan şirketlerin endüstrilerini yeniden şekillendireceklerinden bahsetmektedirler [3]. Bu durum göz önüne alındığında, sanal şirketlerin hızlı büyümeleriyle, üreticiler ürünlerinin satışını herhangi bir aracı kurum kullanmadan yapma olanağını yakalamışlardır. Elektronik pazarın aracılığı (perakendecileri vb.) ortadan kaldırması, üreticilerin elektronik satış için gerekli araçlarla donatılmış olmalarının önemini ortaya koymuştur. Elektronik ticaret, günümüzde yeni bir çağ açmakta ve adeta tarihi yeniden yazmaktadır [4]. Ecomworld adlı web sitesinde Tiffany Wilken tarafından yazılan makalede internet bankacılığının şirketlerin operasyon maliyetlerini (operating costs) düşürdüğünü, yeni hizmetler sağlama imkanı yarattığını, ve bire-bir (one-to-one marketing) pazarlamayı mümkün kıldığından bahsedilmiştir [5].

### **Elektronik Ticaretin Çeşitleri**

Economist dergisinin web sitesinde çıkan bir makalede elektronik ticaretin bölümleriyle ilgili bilgiler verilmiştir. Bu bölümler şunlardır [6]: işletmeden işletmeye (business to business), işletmeden tüketiciye (business to consumer), tüketiciden işletmeye (consumer to business), ve tüketiciden tüketiciye (consumer to consumer).

İşletmeden işletmeye (B2B)' de elektronik ticaret, tedarikçilerin General Electric gibi büyük şirketlerle olan iş ilişkilerini düzenler. İşletmeden tüketiciye (B2C) yapılan elektronik ticaret Amazon.com gibi web'deki normal perakende eylemini içerir. Tüketiciden işletmeye (C2B)'de ticaret, uçak yolcularının biletler için teklifte bulunmalarıyla ilgilidir. Tüketiciden tüketiciye (C2C) yapılan elektronik ticaret tüketicilerin açık artırma tekliflerinde bulunmalarını gösterir. Örnek olarak Ebay.com adlı site verilebilir.

Aynı sitede Boston Consulting Group'tan Philip Evans ve Thomas Wurster'in perakendecilik endüstrisinde web'in etkilerini ölçümleyecek üç faktörde yer almaktadır. Bu üç faktörden etki alanı (reach) web sayfasının hedef müşteri kitlesinin büyüklüğünü, zenginlik (richness) hizmetlerin karmaşıklığını ve kişilere göre özelleştirilebilir olduğunu, yakın ilişki (affiliation) ise müşterilerin isteklerine yanıt verebilmeyi belirtmek için kullanılır.

Economist.com'dan alınan başka bir makalede ABD'nin ticari web sayfalarının %90'ına egemen olduğu belirtilmektedir [7].

Bill Gates "Düşünce hızında çalışmak" adlı kitabında elektronik ticarete yer almak isteyen şirketlere bilgiyi zamana tercih etmelerini, Satışlar ve hizmetler için dijital dağıtımın gerektiğini, ve müşterilerin sorunlarını kendilerinin çözebilmeleri için müşterilere dijital araçlar sağlanması gerektiğini belirtmektedir [8].

Elektronik ticaret alanında Singapur ve Malezya elektronik ticaret ve bilgi sistemleri alanında önemli aşamalar kaydetmişlerdir. Singapur, SingONE adındaki bilgi işlem ve elektronik ticaret alanında Asya'nın ilk yerel ağı olma özelliğini taşımaktadır [9]. Malezya'nın kurduğu MSC (Malaysia's Multimedia Corridor) bilgi sistemi bilgiye ve elektronik ticaret sitelerine son derecede hızlı ulaşım yolu sağlamaktadır [9].

### **III. INTERNET**

İnternet, bilimsel ve teknolojik gelişmenin önemli bir etmeni, taşıyıcısı, kendisi sürekli değişen, bilgi teknolojilerini değiştiren, giderek toplumu ve yaşamın tüm boyutlarını değişime zorlayan bir teknoloji kütüphanesidir [10]. Teknik olarak ifade etmek gerekirse, bilgi otobanı olarak tanımlanan internet; kısaca net, dünyanın en büyük bilgisayar ağına (network) verilen addır.

Dünyadaki binlerce ağı birleşmesinden meydana gelir. Birçok kişi okuldan ve çalıştıkları yerlerden sağlanan ağlar aracılığıyla internete bağlanır. Belirli bir ücret karşılığında internete erişim hizmeti veren ve İnternet Servis Sağlayıcıları (ISP-İnternet Service Provider) olarak adlandırılan ticari kuruluşlar (örn; e-kolay,superonline, ixir, turk nokta net) ise genelde ev kullanıcılarının ve küçük işletmelerin internete açılış kapısıdır. İnterneti oluşturan ağların hepsinin sahibinin olmasına karşın, internet bu ağların birleşiminden meydana gelen bir bütün olarak kabul edildiği için sahihsizdir. Merkezi bir yönetimi veya merkezi hizmetleri yoktur. İnternetin belli başlı kullanım alanlarını şöyle sıralamak mümkündür: Elektronik posta, bilgi alma, bilgi sunma, alışveriş, haber grupları, sohbet.

### **IV. "DOMAIN" ADI SEÇİMİ**

Domain adı bir anlamda "şirketlerin dünyaya açılan kapısı" olarak kabul edilebilir. Bu nedenle seçimi özenle yapılmalıdır. Düşünülen domain adının başkası tarafından kaydedilmediğini tespit etmek için arama motorlarına ve kayıt işini yapan şirketlerin web sayfalarına bakılmalıdır. Domain isminin kayıtlı olmadığından emin olunduktan sonra kayıt işlemlerine başlanmalıdır. Ebiz101.com, domain adının seçiminde aşağıdaki faktörlere dikkat edilmesi gerektiğinin üzerinde durmaktadır [11]:

- Nokta (dot) com ile biten domain adlarının önemi: .com ile biten domain adları, net ile biten domain adlarına göre daha çok tercih edilir. Bunun sebebi birçok kişinin domain adının sadece ana bölümüyle ilgilenip, sonuna nokta com koymasındır.

- Mümkün olabilecek istisnalar: Birçok şirket sonu .com ile biten domain adı aldığı halde, başkaları tarafından taklit edilme olasılığına karşı .net ve .org ile biten domain kodlarını da rezerve etmektedir. Sonu .net ve .org ile biten domain adları, şirketin sonu .com ile biten sitesine yönlendirilmelidir.

- Kısa domain adının tercih edilmesi: Müşteriler, birbirine içerik yönünden benzeyen birçok farklı adı seçmek zorunda kaldıklarında diğerlerine göre daha kısa olan domain adını tercih ederler.

- Tirelerden (hyphen) mümkün olduğunca kaçınılmasının gerekliliği: Müşteriye tire çizgisi içeren bir web sayfasının adı söylendiğinde, müşteriye sayfanın adında tire bulunduğu hatırlatılmazsa müşteri sayfaya ulaşamayabilir. Örneğin; e-kolay.net.

- Yanlış telaffuz edilmesi muhtemel isimlerden kaçınılmasının gerekliliği: Yanlış telaffuz edilen isimler, müşterilerin sayfaya ulaşamamalarına, karışıklığa ve potansiyel müşteri kaybına yol açabilir.

- Alfabetik sıraya göre ad bulmanın önemi: Web sayfası en uygun seçim için birden fazla ad öneriliyorsa,

alfabede önce gelen harfle başlayan isim tercih edilmelidir. İnternetteki birçok liste, web sayfası isimlerini alfabetik sıraya göre düzenler. İnternette gezi yapan kişi ismi önce gelen web sayfasına daha çabuk ulaşır ve sayfayı ziyaret etme olasılığı artar.

- Tanımlayıcı isim seçiminin önemi: Web sayfasında pazarlanan ürünlerin niteliğine göre isim seçimi yapılmalıdır. Örneğin, siteniz ofis ürünleri satıyorsa, siteye internetürünleri.com şeklinde isim vermek yanlıştır. Ofis ürünleri arayan kişiler bu durumda sayfayı ziyaret etmeyeceklerdir. Aynı şekilde isim, fazla sınırlayıcı olmamalıdır. Amazon.com istediği alanda genişleyebilme olanağına sahiptir. Bu siteye Amazon.com yerine kitaplar.com adı konmuş olsaydı çocuk oyuncakları ve elektronik malzemelerin satışı yapılamayacaktı.

- Nadir bulunan isimlerin marka yaratması gerekir: Bu maddenin olumlu ve olumsuz yanları vardır. Olumlu yanı, "Yahoo" gibi dikkat çeken bir nadir isim hafızada daha kolay kalabilir. Aynı zamanda şirketin istediği alanda genişleme ihtimalini güçlendirir. Olumsuz yanı ise, nadir bulunan bir ismi pazarlamanın oldukça maliyetli oluşudur.

- Offline şirketlerle ilgili isimler: Eğer daha önce kurulmuş olan iş alanının bir kolu olabilecek bir site tasarlanıyorsa, daha önce kullanılan isim kullanılabilir. Eğer bu isim başkası tarafından tescil (register) edildiye, o ismin varyasyonları denenebilir.

Son olarak yeni bir isim tasarlanıyorsa ve bu isim başkası tarafından tescil edilmediyse, ismin mümkün olan en kısa zamanda satın alınması ve kayıt edilmesi gerekir. Günde milyonlarca ismin tescil edildiği düşünüldüğünde, hızlı davranmanın önemi ortaya çıkar. Kayıt işlemi yapan birçok şirket vardır. Bu şirketlerden bazıları www.medyatext.com, www.greatdomains.com, www.bizland.com, www.registryweb.com, www.networksolutions.com 'dur. Kayıt işlemi yapan şirketlere isim kaydı için belli miktarda ücret yatırılması gerekir. Domain ismi kayıt ücretleri \$13' a kadar düşmüştür. Domain isminin kaydıdan sonra tescil işlemi yapılmalıdır. Tescil işlemi yalnızca ismi, yalnızca logoyu ya da her ikisini de kapsayabilir. Amerika'da tescil işlemi U.S. Patent ve Trademark sitesi online olarak yapılmaktadır.

## V. "WEB-HOSTING" ŞİRKETİ SEÇİMİ

Web-Hosting şirketi, hazırlanan web sayfalarını kendi hizmetçilerinde (server) saklayacak alanı (disk space) yaratmakla, ve ziyaretçilerin sayfaya sorunsuz ulaşabilmeleri için gerekli önlemleri almakla sorumludur. İnternete erişim hizmetini veren İnternet Servis Sağlayıcıları (ISP-İnternet Service Providers) web-hosting hizmeti vermektedir. Bunun yanında sadece Web-hosting hizmeti için kurulmuş şirketler de vardır. Web-hosting

hizmeti ücrete tabidir. Genelde domain name hosting hizmeti veren şirketler domain name kaydı (registration) hizmetini de verirler. Ücretli web-hosting şirketleri arasında www.medyatext.com, www.greatdomains.com sayılabilir. Ücret almadan web sayfalarına banner koymak suretiyle hosting sağlayan şirketler de mevcuttur. Bu şirketlerden www.bizland.com, Marmara Üniversitesi Yüksek Lisans Programı'nın web sayfasına hosting hizmeti sağlamaktadır. E-biz101.com adlı sitede web-hosting şirketi seçerken göz önünde bulundurulması gereken faktörler sıralanmıştır [12]:

- Köklü, güvenilir, müşteri hizmetlerine önem veren büyük şirketler seçmenin önemi: Büyük, popüler şirketlerin gelişmiş teknolojiyle birleşen güçlü altyapıları web sayfası kurma sürecini kolaylaştırır.

- Şirket merkezinin yerinin öneminin olmaması: Her türlü faaliyetin internette yapılmasından dolayı, web-hosting hizmeti sağlayan şirketin merkezinin yakınlığı önemli değildir. Fakat, müşteri hizmetleri için kurulan 800'lü ücretsiz aranabilen hatlar her büyük web-hosting şirketinin verdiği hizmetlerin başta gelenlerindenidir.

- Elektronik ticaret yetenekleri: Halen elektronik ticaret yapma konusunda isteksiz olan şirketler, ileride elektronik ticaret yapmaya başladıktan sonra web-hosting şirketinin ihtiyaçlarını karşılamasını beklerler. Her zaman şirketle beraber büyüyecek bir web-hosting şirketi seçilmelidir.

- Disk kapasitesi: Web sayfasının bilgisayarların dosya alanında ne kadar yer işgal ettiğini gösterir. Küçük çaptaki elektronik ticaret şirketlerinin web sayfaları 10 MB'tan (megabytes) az yer kaplar. Bu nedenle web-hosting şirketinin ekstra ücret talep etmeden en az 10 MB disk alanını müşterisine ayırabilmesi gereklidir.

- Veri transferi izni: Bir ayda ulaşılmasına izin verilen dosyaların miktarını tespit etmekte kullanılır. Her web hosting şirketinin belirlediği standart bir veri transfer izni vardır. Ek veri transfer izinleri ek maliyet getirir. Bu nedenle web sayfası hazırlanırken, potansiyel trafiği göz önünde bulundurulmalıdır..

- Elektronik posta hizmeti vermesi: Web-hosting hizmeti veren bütün şirketler, seçilen domain adına göre elektronik posta hizmeti verirler. Örneğin, www.audio.com adı seçilmişse, şirketin elektronik posta adresinin sonu @audio.com ile bitecektir. Ancak birden fazla elektronik posta adresi istenmişse, bu amaca hizmet edecek uygun şirketin seçilmesinin önemi vardır.

## VI. SONUÇ

Ekonomide etkinliği ve verimliliği arttıran, daha az girdi kullanılarak daha çok ve daha nitelikli ticaret yapılmasına ve ekonominin işlerliğini arttıran elektronik ticaret, küreselleşen dünyada çok hızlı bir büyüme göstermektedir.

Elektronik ticaretin büyümesi, internet kullanıcılarının ve elektronik ticarete atılan şirketlerin sayısı, ve internette güvenliğin sağlanmasıyla doğru orantılıdır. İnternet kullanıcılarının sayısı elektronik ticarete atılan şirket sayısı her geçen gün artmaktadır. Ancak güvenlik konusunda çözüm bekleyen birçok sorun bulunmaktadır. İnternetin merkezi bir sahibinin olmaması yasal düzenlemelerin yerel kapsamda organize edilmesini mümkün kılmıştır. Yerel kapsamdaki yasal düzenlemelerde farklılıkların olması sorunu daha karmaşık bir hale getirmektedir. Bu nedenle internette ve elektronik ticarete yasal düzenlemelerin ülkeler arasında eş güdümlü olarak yapılması gerekmektedir.

Elektronik ticarete kullanılan araçların yeni versiyonlarının çıkması bu araçların kullanıcılar tarafından daha kolay kullanılmasını sağlamıştır. ISDN hatlarının modemlerin yerini almaya başlamasıyla internete bağlantı hızlanmıştır. Bağlantı hızının artması kullanıcıların daha kısa zamanda daha çok siteyi gezme imkanı yakalamasını sağlamıştır.

Son zamanlarda internette özelleştirmenin (customization) artması kullanıcıları kendilerini web sitelerinin bir parçası olarak görmelerini sağlamış ve web sitelerinin trafiğini arttırmıştır.

Elektronik ticaretteki hızlı gelişmenin devam etmesi beklenmektedir. Şirketlerin normal yollardan yaptıkları iş süreçlerinin elektronik ticaret ile daha kolay ve etkin bir şekilde yapılmasının mümkün olabileceğini tespit etikten sonra elektronik ticaretin nimetlerinden faydalanmaları küreselleşmenin boyutlarını genişletecektir.

#### YARARLANILAN KAYNAKLAR

- [1] -----, <http://www-3.ibm.com/e-business/overview/28210.html>
- [2] Bozkurt, Veysel, **Ekonomik, Toplumsal, Teknik ve Yasal Yönleriyle Elektronik Ticaret**, Alfa Basım Yayın Dağıtım Ltd. Şti., 2000, s.10
- [3] Siebel, Thomas M.; House, Pat, **Cyber Rules – Strategies for Excelling at E-Business**, Currency Books, 1999, s. 117.
- [4] Ekin, Nusret, **Bilgi Ekonomisi'nde Elektronik Ticaret**, Mega Ajans Yayınevi, 1998, s.159.
- [5] Wilken, Tiffany, <http://www.ecomworld.com/html/articles/digeco.htm>, 1998.
- [6] -----, [http://www.economist.com/displayStory.cfm?Story\\_ID=285533](http://www.economist.com/displayStory.cfm?Story_ID=285533), 24 Şubat 2000.
- [7] -----, [http://www.economist.com/displayStory\\_ID=285623](http://www.economist.com/displayStory_ID=285623), 24 Şubat 2000.
- [8] Gates, Bill, **Business at the Speed of Thought**, Warner Books, 1999, s.11.

[9] Bullis, Douglas, **Preparing for Electronic Commerce in Asia**, Quorum Books, 1999, ss.68-71.

[10] Akgül, Mustafa, <http://www.sanalrehber.com/rbusiness/eticaret/internet.html>, Aralık 1998.

[11] -----, [http://www.ebiz101.com/consider\\_domain\\_name.htm](http://www.ebiz101.com/consider_domain_name.htm)

[12] [http://www.ebiz101.com/web\\_hosting\\_standards.htm](http://www.ebiz101.com/web_hosting_standards.htm).