

ELEKTRONİK ÖDEME SİSTEMLERİNİN OLASI ETKİLERİ ÜZERİNE BİR İNCELEME

Burcu Zengin *

Aybegüm Güngördü **

Öz:

Bu çalışmanın amacı, yeni teknolojilerin ortaya çıkmasıyla birlikte geleneksel ödeme sistemlerinden ayrılan elektronik ödeme sistemlerinin incelenmesidir. Bu kapsamda, e-ticaret kavramı ve e-ticarete aracı olan elektronik ödeme sistemlerinin tarihsel gelişimi, türleri, hukuksal altyapısı ile Dünya ve Türkiye uygulamaları açıklanmıştır. Ayrıca, elektronik ödeme sistemlerinin en yeni çeşitleri olan, e-para, e-cüzdan ve Bitcoin üzerinde özellikle durulmuş, avantajları, dezavantajları ve uygulama farklılıkları vurgulanmıştır.

Bu bağlamda, bu çalışmada teknolojiyle birlikte hayatımıza giren bu yeni finansal araçların, para politikasına, pazarlama yönetimine, nakit yönetimi ve risk yönetimi başlıklarında incelenen finansal yönetime etkileri belirtilmiştir.

Sonuç olarak, elektronikleşmenin önüne geçilemez olduğu kabul edilip elektronik ödeme sistemlerinin fırsat olarak görülmesi ve bu fırsatın iyi değerlendirilmesi gerekmektedir. Tüketicilerin bu yeni sistemleri kabulüne yönelik düzenlemeler yapılmalı, sistemler tanıtılmalı ve teşvik edilmelidir.

Anahtar Kelimeler: Elektronik Ödeme Sistemleri, E-cüzdan, E-para, E-ticaret, Bitcoin.

* Arş. Gör., Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
burcuzengin@gazi.edu.tr

** Arş. Gör., Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü
aybegum.gungordu@gazi.edu.tr

A REVIEW ON POSSIBLE EFFECTS OF ELECTRONIC PAYMENT SYSTEMS

Abstract:

The purpose of this study is to review electronic payments which are differentiated from traditional payment systems with the emergence of the newest technologies. Within this framework, the concept of e-commerce and historical development of electronic payment systems which are tools of e-commerce, types of e-payment systems, their legal infrastructure and applications in the world and Turkey have been explained. Furthermore, e-money, e-wallet, Bitcoin which are the newest forms of electronic payments systems have been especially emphasized, their advantages, disadvantages, differences in practices have been underlined.

In this regard, the effects of these new financial tools coming into our lives with technology on money policies, marketing management and financial management which is examined in topics of cash management and risk management have been pointed out in this study.

In conclusion, it should be accepted that electronization cannot be ungovernable. Electronic payment systems must be seen as an opportunity and it should be made good use of this opportunity. Regulations have to be made toward consumer acceptance of these new systems and these systems have to be advertised and promoted.

Keywords: Electronic Payment Systems, E-wallet, E-money, E-commerce, Bitcoin.

GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi ve ekonomilerin birbirleriyle giderek daha fazla bütünleşmesi, günümüz tüketicilerinin istek ve ihtiyaçlarını daha fazla artırmakta ve farklılaştırmaktadır. İçinde bulunulan geniş bilgi ağı sayesinde, dünyanın bir ucundan diğer ucuna sipariş verilebilmekte, ihtiyaçlar oldukça etkin ve hızlı bir biçimde karşılanabilmektedir.

İnternetin oldukça hızlı biçimde yaygınlaşması işletmecilik fonksiyonlarını da etkilemekte böylelikle işletmelerin yeni kavramları ortaya çıkarmalarına neden olmaktadır. Bu kavramlardan bir tanesi de e-ticarettir. E-ticaret kavramına geçilmeden önce, e-ticaret için en önemli altyapı unsuru olan internetin kullanımına göz atılmasında fayda vardır. Bu kapsamda, tüm dünyadaki internet kullanıcılarının %44,8'ini Asya, %21,5'ini Avrupa, %11,4'ünü Kuzey Amerika, %10,4'ünü Latin Amerika/Karayipler, %7,0'ını Afrika, %3,7'sini Orta Doğu, %1,0'ını Okyanusya/Avustralya oluşturmaktadır. Burada Türkiye, Avrupa içerisinde ele alınmış olup, 2012 yılı nüfusunun (75.627.384 kişi) 36.455.000'i internet kullanıcısı, 32.131.260'ı ise Facebook

kullanıcısıdır. İnternet kullanımında 2012 yılında Türkiye, Avrupa ülkeleri arasında 5., dünya ülkeleri arasında ise 15.'dir.

2012 yılı Nisan ayında gerçekleştirilen *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması* sonuçlarına göre Türkiye genelinde hanelerin %47,2'si evden internete erişim imkânına sahiptir. İnternet kullanan bireylerin internet üzerinden kişisel kullanım amacıyla mal veya hizmet siparişi verme ya da satın alma oranı %21,8'dir (Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2012).

Bankacılık sektörü de teknolojik gelişmeleri yakından takip etmekte, internet altyapısına ve bunun kullanılmasını sağlayacak cep telefonu, bilgisayar, tablet vb. gibi cihazlara sahip olan müşterilerine internet bankacılığı hizmetini sunmaktadır. TÜİK'in 2010 yılında 6.074 haneye uygulayarak yayınladığı *Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Anketi*'ne göre Türkiye'de hanehalklarının %16,7'si internet bankacılığını, %4,1'i mal ve hizmetlerin satışı ile ilgili hizmetleri, %22,6'sı ise seyahat ve konaklama ile ilgili hizmetlerin kullanımı (otel rezervasyon, bilet satış vb.) amacıyla internet kullanmaktadır. Yine aynı araştırmaya göre, internetle yapılan alışverişlerde yaşanan sorunlar içerisinde %20,4 ile sipariş verme veya ödeme esnasında web sayfasında görülen teknik problem, %11,2 ile hile, dolandırıcılık ve sahtekârlık ile karşılaşma (kredi kartı bilgilerinin kötüye kullanılması, mal ve hizmetleri teslim alamamak), %1,6 ile nihai masrafların belirtilenden daha fazla olması (yüksek teslim masrafları, kredi kartı işlem ücreti vb.) yer almaktadır. İnternet üzerinden alım yapmama nedenlerinin başını 2010'da 78,6 ile ihtiyaç duymamak çekmektedir. Araştırmaya göre, bu nedenler arasında 2007 yılında %28,3 ile yer alan internet üzerinden ödemeye imkân veren kredi kartı, sanal kartın olmayışı, 2010 yılında %2,6'ya gerilemiştir. Yine 2010'da % 27,2 ile güvenlik kaygıları da yer almakta olup kredi kartı bilgilerinin çalınma kaygısı %1,2 ile nedenler arasında en düşük orandadır. Ankette internet bağlantı türleri 2010 için %23,8 ile cep telefonu, %73,3 ile ADSL olduğu görülmüştür (Bilgi Toplumu İstatistikleri, 2011).

I) ELEKTRONİK TİCARET: TANIM, TARİHSEL GELİŞİM VE HUKUKİ ALTYAPI

Bir elektronik ticaret işlemi, malların veya hizmetlerin satışının özellikle siparişlerin alınması veya yerleştirilmesi için tasarlanan yöntemler tarafından bilgisayar ağlarıyla yürütülerek satışdır. Mallar veya hizmetler bu yöntemlerle sipariş verilir, fakat malların veya hizmetlerin ödemesi ve son dağıtımının online olarak yürütülmesine gerek yoktur. Bir e-ticaret işlemi, işletmeler, hanehalkları, bireyler, hükümetler ve diğer kamu veya özel kurumlar arasında olabilir (OECD glossary of statistical terms, <http://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=4721>). Bir başka tanıma göre ise e-

ticaret, ürünlerin üretimi, reklamı, satışı ve dağıtımının telekomünikasyon ağları aracılığıyla yapılmasıdır (Dünya Ticaret Örgütü, http://www.wto.org/english/thewto_e/glossary_e/electronic_commerce_e.htm). En genel kabul görmüş tanım ise OECD'nin 1997 yılında yaptığı tanımdır; bu tanıma göre e-ticaret aşağıdaki eylemleri kapsayan bir süreçtir (Gökçen, 2005:239):

- Ticaret öncesi firmaların elektronik ortamda bilgilenebilmesi ve araştırma yürütmesi,
- Firmaların elektronik ortamda buluşması,
- Ödeme sürecinin yerine getirilmesi,
- Taahhüdün yerine getirilmesi, mal veya hizmetin müşteriye teslimi,
- Satış sonrası bakım, destek vb. hizmetlerin temin edilmesi.

Geleneksel ticarete kullanılan yöntemlere göre iş süreçlerinin daha hızlı, daha ucuz, daha sağlıklı yürütülebileceği yeni iş süreçlerinin tanımlandığı e-ticaretle iş piyasalarının yeniden şekillendiği bir süreç yaşanmaktadır (Çakmak vd.,2011:3).

Elektronik ticaret yoluyla mal ve hizmet ticareti, ürün tasarımı, üretim, pazarlama, reklam, tanıtım, sipariş verme, sözleşme yapma, banka işlemleri ve fon transferi, mühendislik hizmetleri, kamu alımları, elektronik para çıkarma, borsa işlemleri, elektronik noterlik, fikir mülkiyet haklarının devri, kiralama işlemleri yapılmaktadır (Bozkurt, 2002:82).

E-ticaret, kullanılan teknolojiler ve uygulamalar benzerlik göstermesine karşın işletmeler arasında (B2B), işletme-tüketici arasında (B2C), işletme-devlet arasında (B2G) ve tüketici-devlet arasında (C2G) olmak üzere dört alt bölüme ayrılabilir (Elibol ve Kesici, 2004:316).

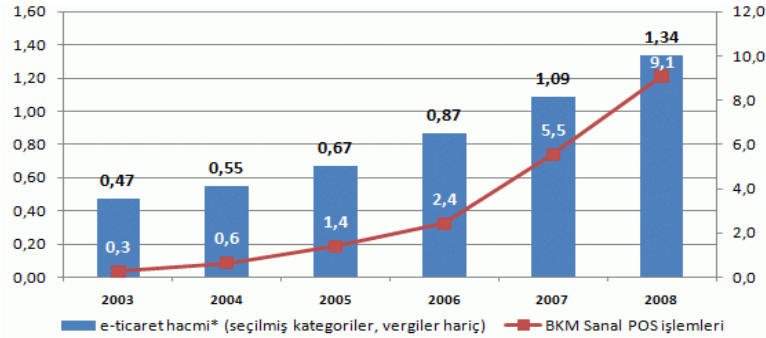
Elektronik ödeme sistemlerinin tarihsel süreci, 1850 yılında American Express Buffalo'nun ekspres talimat olarak devreye sokmasıyla başlamıştır. 1894'de ABD'de Hotel Credit Letter Company, dönemin seçkin iş adamları için, sadece belirli otellerde geçerli olan dünyanın ilk "ödeme kartını" kullanıma sunmuştur. Bu kart ile insanlar ilk defa nakit ödeme haricinde, alternatif bir başka ödeme sistemi ile tanışmış oldular. 1914'de Texaco ilk petrol şirketi kredi kartını çıkarmış ve Western Union Bank, "şimdi al, sonra öde" sloganı ile dünyanın ilk "kredili ödeme kartını" müşterilerine tanıtmıştır. 1958'de Visa'nın atası Bank Americard, yaygın olarak kabul gören ilk kredi kartını piyasaya çıkarmıştır. Ancak tüm bu sürece rağmen, genellikle e-ticaretin başlangıç yılı 1995 olarak kabul edilmektedir (Mucuk,2004:242).

2012'de ABD e-ticaret satışları, toplam satışlarının %5,2'sini oluşturmaktadır. İngiltere, toplam perakende satışlarının %10,4'ünü online

perakendecilikten elde etmektedir.2013'te tüm dünyada e-ticaret %18,3'lük bir büyüme ile 1.298 trilyon dolara yükselecektir (Chaffey, 2013).

Kartlı ödeme sistemlerinin Türkiye'ye gelmesi, Diners Club ve American Express kartları ile tanışılması 1968 yılını bulmuştur. 1983'de MasterCard'ın ardından Visa kartlarının da Türkiye'de sisteme girmesi, kredi kartlarının çok daha geniş kitleler tarafından benimsenmesi ve kullanımını getirmiştir. 1990'da Bankalararası Kart Merkezi (BKM)'nin, 1991'de ilk POS terminalinin kurulmasıyla Türkiye'deki sürecin gelişimi devam etmiştir. 2005'de Türk Silahlı Kuvvetleri tarafından, ilk "ön ödemeli akıllı kartların" kullanımına başlanması ve 2006'da Avrupa'da ilk kez "temassız kredi kartının" Türkiye'de kullanıma girmesi ile bu süreç hız kazanmıştır. Son olarak, 2008 yılında mobil imza bankacılık işlemlerinden sonra kredi kartı ile yapılacak alışverişlerde de kullanılmaya başlanmıştır. (Fortune, 2012, 90; Bankalararası Kart Merkezi, <http://www.bkm.com.tr/kronoloji.aspx>)

Türkiye'de e-ticarete diğer ülkelere nazaran daha geç geçilmiş olup, e-ticaret hala gelişme aşamasındadır. Bu gelişim Şekil:1'de yıllar itibariyle gösterilmiştir.



Şekil:1

Türkiye'de E-ticaret Hacmi ve Sanal Pos İşlemleri

Kaynak : Platin Market, 2010

Bankalararası Kart Merkezi tarafından yapılan bir araştırmaya göre, 2007 yılında internetten yapılan e-ticaret dahil kartlı ödeme tutarının 5,5 milyar TL iken, 2012 yılında 30,7 milyar liraya çıktığı; buna rağmen gelişmiş ülkelerde e-ticaretin GSYH'ya oranının % 3,5'i iken, bu oranın Türkiye'de halen % 1'in altında olduğu belirtilmiştir (Elektronik Ticareti Teşvik Etmek,<http://www.bloomberght.com/haberler/haber/1307449-simsek-amacimiz-elektronik-ticareti-tesvik-etmek>, erişim tarihi:22.05.2013) Son verilere göre, Türkiye'de 2013 Ocak-Şubat döneminde internet üzerinden

yapılan kartlı ödemelerde günde 94,3 milyon lira alışveriş yapılırken, e-ticaret hacmi bir önceki yılın aynı dönemine göre yüzde 19,5 artarak, 5 milyar 564 milyon lira olmuştur. (Türkiye’de e-ticaret arttı, <http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2013/04/01/turkiyede-eticaret-artti>, erişim:22.05.2013).

Elektronik ticaretin hukuksal altyapısına bakıldığında ise, Türkiye’de e-ticaretin e-Türkiye dönüşüm çalışmaları kapsamında ele alındığı görülmektedir. Elektronik Ticaretin Düzenlenmesi Hakkındaki Kanun Tasarısı, 2012 yılında TBMM üst komisyonuna sevk edilse de tasarı yasalaşmamıştır. Tasarıda, internet ve cep telefonları üzerinden elektronik iletilerin alıcılara ancak önceden onayları alındığı zaman gönderilebileceğini ve aksi takdirde 15.000 TL’yi bulan idari para cezaları ödeneceği ifade edilmektedir. Bu konuda, sektör yetkililerinin ciddi çekinceleri olduğu bilinmektedir (Elektronik Ticaret Kanunu Yatırımcıları Üzdü, <http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2012/04/11/elektronik-ticaret-kanunu-yatirimcilar-uzdu>, erişim tarihi: 22.05.2013).

Türkiye’de elektronik ticaret ile ilgili birçok gelişme kaydedilse de, genel standartlar 2012 yılına kadar düzenlenmemiştir. Bu düzenlemeden önce de, Avrupa Birliği’ne uyum sağlamak ve yeni finansal araçlara karşı güncelliği kaybetmemek adına bazı çalışmalar yapılmıştır. Bu mevzuat uyumlaştırması için, Avrupa Birliği (AB) Müktesabatının Üstlenilmesine İlişkin Türkiye Ulusal Programı ile AB Müktesabatının Üstlenilmesine İlişkin Türkiye Ulusal Programının Uygulanması, Koordinasyonu ve İzlenmesine Dair Bakanlar Kurulu Kararı 31/12/2008 tarihli Resmi Gazetede yayımlanmıştır. Buna göre; sistemler, ödeme hizmetleri ve elektronik para kuruluşları ile ilgili olarak AB müktesabatına uyum sağlamak amacıyla bahse konu 2008 yılı Türkiye Ulusal Programında Sermayenin Serbest Dolaşımı ve Mali Hizmetler Fasılları kapsamında Ödeme Sistemleri Kanununun Merkez Bankası’nın sorumluluğunda hazırlanması öngörülmüştür (Kanun; Genel Gerekçesi, www.tbmm.gov.tr, erişim tarihi:25.05.2013).

Ayrıca, 9. Kalkınma Planı’nda kayıt dışı ekonomik faaliyetleri önlemeye yönelik olarak; tüm tüzel kişilikleri içeren tek numaraya dayalı bir bilgi sistemi oluşturulacağı, ticari defterlerin elektronik ortamda tutulacağı, e-ihale, elektronik fatura ve elektronik ödeme sistemleri geliştirileceği, ödemelerde nakit kullanımını azaltacak tedbirler geliştirileceği ve kamu kurumları arasında bilgi paylaşımı ve koordinasyon sağlanarak denetim ve izleme mekanizmalarının etkinleştirileceği ifade edilmektedir (Dokuzuncu Kalkınma Planı 2007-2013, <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan9.pdf>, erişim tarihi: 22.05.2013).

“Ödeme ve Menkul Kıymet Mutabakat Sistemleri, Ödeme Hizmetleri ve Elektronik Para Kuruluşları Hakkında Kanunu”nun gerekçesinde, gelişen

teknoloji ile birlikte birçok finansal işlem için nakit dışı ödeme yöntemlerinin kullanılmasıyla ve elektronik paranın yaygınlaşmasıyla günümüz ihtiyaçlarına cevap verebilecek, uluslararası mevzuatla uyumlu düzenlemelerin kaçınılmaz olduğu üzerinde durulmuştur.

Bu gerekçelerle hazırlanan ve TBMM’de 21.06.2013 tarihinde kabul edilen yasanın yürürlüğe girmesiyle halen ülkemizde herhangi bir biçimde izin almadan ve denetlenmeden faaliyet gösteren ödeme ve elektronik para kuruluşları için yasal altyapı oluşturulmuştur (<http://www.dunya.com/gsm-firmalari-e-para-icin-bddkdan-lisans-alacak-195867h.htm>, erişim tarihi:22.06.2013) Kanunun finans sistemimize getirdiği yenilikler, elektronik ödeme sistemlerini bir ödeme hizmeti, elektronik parayı parasal değer olarak tanımlaması ve bu hizmetleri verecek olan şirketleri düzenlemesidir.

Kanunun 3. maddesinde elektronik para, “Elektronik para ihraç eden kuruluş tarafından kabul edilen fon karşılığı ihraç edilen, elektronik olarak saklanan, Kanunda tanımlanan ödeme işlemlerini gerçekleştirmek için kullanılan ve elektronik para ihraç eden kuruluş dışındaki gerçek ve tüzel kişiler tarafından da ödeme aracı olarak kabul edilen parasal değeri ifade eder.” şeklinde tanımlanmıştır. Kanun’un 18. maddesinde, elektronik para ihraç eden elektronik para kuruluşunun, “anonim şirket şeklinde kurulmuş olması, pay senetlerinin nakit karşılığı çıkarılması ve tamamının nama yazılı olması, ödenmiş sermayesinin en az beş milyon TL olması ve en önemlisi 5411 sayılı Kanun uyarınca faaliyet gösteren bankalardan ve bu Kanun kapsamındaki elektronik para çıkarma izni verilen kuruluşlar”dan biri olması şart koşulmuştur. BDDK tarafından izin verilerek faaliyete geçen elektronik para kuruluşları, aldıkları fon kadar elektronik parayı gecikmeksizin ihraç etmekte, bu fonları bankalar nezdinde açılacak ayrı bir hesaba aktarmaktadır. Aktarılan bu fonlar, bankalar nezdinde kullanım süreleri boyunca bloke edilmektedir. Aynı maddede, elektronik para kuruluşunun kredi, faiz veremeyeceği, herhangi bir menfaat sağlayamayacağı belirtilmektedir.

II) ELEKTRONİK ÖDEME SİSTEMLERİ

Elektronik ticarete ödeme yolları; kredi kartı, elektronik kredi kartı, otomatik vezne makineleri ve para vericileri, elektronik fon transferi için satış noktası terminalleri, elektronik para, elektronik çek, akıllı kart, dijital cüzdan, mobil ödemeler ve diğer ödeme yollarıdır (Elibol ve Kesici, 2004:319; Gökçen, 2005:244; Altuntaş, 2011).

Kredi kartları, e-ticarette en çok kullanılan ödeme aracıdır. Mal ve hizmet satın alımında aracı olarak kullanılan, üzerinde sahibinin kimliği bulunan, belirli vade ile geçerli olan plastik kartlar olup başlıca örnekleri Visa, BankamericaCard, Hilton Card, Diners Club, American Express’tir (Seyidoğlu,

2002:371). Türkiye’de Eylül 2013 itibariyle, kredi kartı sayısı 56.667.648’i bulmuştur (http://www.bkm.com.tr/istatistik/pos_atm_kart_sayisi.asp, erişim:22.10.2013). Türk Kartlı Ödeme Sektörü bugün, son teknoloji ile oluşturulan gelişmiş alt yapısı, "dünyada ilk" özelliğini taşıyan taksitli ödemelerden, nakit puan toplama fırsatlarına kadar uzanan bir çok yenilikçi ürünleri ve chip&PIN uygulamasıyla, Avrupa'nın en büyük pazarlarından biri konumuna gelmiştir (Bankalararası Kart Merkezi Kronoloji, <http://www.bkm.com.tr/kronoloji.aspx>, erişim tarihi:22.10.2013).

Sanal kredi kartı, yalnızca internet alışverişlerinde kullanılan bir kredi kartı olup alışveriş yapmadan önce kartın limiti artırılabilen ve alışveriş tamamlandıktan sonra kalan limit sıfırlanabilmektedir; bu sayede yetkisiz kişilerin kullanımı sonucu doğacak riskler en aza indirilmektedir (Ünüsün, 2007:51).

Elektronik çek, elektronik ticaret gerçekleştiren sitelerin, ödemelerini çek olarak kayıt etmelerini ve işleyebilmelerini sağlayan bir ödeme sistemidir (Gökçen, 2005:245). Gerçek çekten farklı olarak dijital bir imzanın kullanılmakta ve bu imza, bir ağ üzerinde olan ve yüz yüze yapılmayan işlemlerde güvenliği sağlamak amacıyla yaratılmış bir şifreleme sistemidir. İki anahtar şifreden oluşan bu sistem ile şifrelenmiş olan bir bilgi ancak bu anahtarlarla açılabilir. Bu yolla, yapılan ödemeler ve anlaşmalar korunmuş olur(Uzunoglu, 2002).

Otomatik vezne makineleri, 1960’lı yıllarda ilk kez kullanılmaya başlandığında, kullanıcılarına sadece para çekme imkanı verse de artık ATM’lerden hesaba para yatırmak, hesaptan para çekmek, fatura ödemek, hesap durumları hakkında bilgi almak, hesaplar arasında fon transfer etmek, çek defteri almak ve belli bir tutara kadar kredi başvurusu yapabilmek/çekebilmek işlemleri yapılabilmektedir (Şimşek, 2012:42).

Elektronik fon transferi (EFT), geleneksel bankacılıkta kullanılan banknot, çek, ödeme emri gibi ödeme araçlarının yerine modern haberleşme teknikleri ve bilgisayarların kullanılmasıyla parasal fonların bir yerden başka bir yere kaydı para olarak ve çok kısa sürede transfer edilebilmesidir. Otomatik vezne makineleri (ATM), ev ve büro bankacılığı ve satış noktasında elektronik fon transferi ve otomatik takas sistemi gibi değişik uygulama alanları vardır (Seyidoğlu, 2002:164).

Akıllı kartlar, kredi kartları boyutunda olan ve sağlık kayıtları, kimlik bilgileri, telefon numaralarını saklayabilirler ya da nakit yerine elektronik cüzdan olarak görev görürler (Gökçen, 2005:245).

Mobil ödeme, mobil telefonlarla ödeme yapılan ve e-mobil/m-ödeme olarak adlandırılan birçok girişim bulunmaktadır. M-ödeme modelleri finansal

kuruluşlarda para transferini sağlayan yeni bir ödeme kanalı sunmaktadır. Bazı modeller mobil telefonla ulaşılabilen hesaplar için önceden ödenmiş çözümler de sunmaktadırlar. Bu hesaplarda toplanan paralar (e-para veya şirket paraları) ürün ve hizmet alımları için kullanılmaktadır (Erdoğdu,2004:82). Mobil ödeme ile ortaya çıkan bir kavram olan m-para, küçük işlemler için nakdin yerine geçmeyi amaçlamakta ve nakdin çalınma, kaybolma, saklama vb. gibi dezavantajlarını ortadan kaldırmaktadır (Hamdi, 2011:48).

E-cüzdan (dijital cüzdan), kredi kartı, e-para sahibinin kimlik ve adres bilgilerini saklayan ve e-ticaret işlemleri esnasında bu bilgileri otomatik olarak sağlayan yazılımdır (Gökçen,2005:245). Starbucks'ta bir latte siparişi verdiğinizde, hesap kasiyerin kasası olan iPad'den akıllı cep telefonunuza saniyeler içinde gelmekte ve işlem tamamlandığında telefonunuz bunu size bildirmektedir, bu işlem için cep telefonunuzu cebinizden çıkarmanıza dahi gerek olmamaktadır. Kısaca telefon ya da tablet, tüketiciler için sadece cüzdan olmakla kalmayıp aynı zamanda bir kredi kartı okuyucusuna ve satıcılar için de kasaya dönüşmektedir (Fortune, 2012:84). Elektronik cüzdanın kullanımındaki amaç, küçük değerli işlemlerde maliyetleri azaltmaktır (Kirdaban, 2005:21). Yurtdışında kullanımları yaygınlaşmasına karşın Türkiye'de bu tür uygulamalar yeni yeni gelişmektedir. E-cüzdan uygulamaları, kimlik kartları, bilet hizmetleri, otomat ödemeleri, ev anahtarı, müşteri sadakat kartları, kredi/banka kartları, otopark ödemeleri, ev anahtarı, ulaşım, mobil cihazlardan online alışveriş, fiyat karşılaştırmalı alışveriş, fatura ödemeleri, kişisel ajanda, cihazdan cihaza kişiden kişiye ödemeler, fiziksel mağazalarda kablosuz ağ yardımıyla satınalma gibi birçok hizmetleri bünyesinde barındırmaktadır(Reedy,2018:12; Clark, 2001:11). Turkcell Cüzdan ve BKM Express, PayPass de dijital cüzdanlara birer örnektir. Mobil telefon cüzdanlarla yapılan satın alma ödemelerinin ABD'de 2017'ye kadar 1,4 milyar dolara çıkması beklenmektedir (<https://www.javelinstrategy.com>).

Elektronik çek, elektronik ticaret gerçekleştiren sitelerin, ödemelerini çek olarak kayıt etmelerini ve işleyebilmelerini sağlayan bir ödeme sistemidir (Gökçen, 2005:245). Gerçek çekten farklı olarak dijital bir imzanın kullanılmakta ve bu imza, bir ağ üzerinde olan ve yüz yüze yapılmayan işlemlerde güvenliği sağlamak amacıyla yaratılmış bir şifreleme sistemidir. İki anahtar şifreden oluşan bu sistem ile şifrelenmiş olan bir bilgi ancak bu anahtarlarla açılabilir. Bu yolla, yapılan ödemeler ve anlaşmalar korunmuş olur(Uzunoğlu, 2002).

Elektronik para ise, bir plastik kart gibi, kişinin sahip olduğu bir elektronik araca yüklenmiş bir mali değer veya kişisel bir fon olup kısaca paranın dijital ortamda sunulmasıdır (Seyidoğlu, 2002:164). Elektronik para, paranın fonksiyonları olan değişim aracı olması, hesap birimi olması ve değer

biriktirme aracı olması özelliklerini de yerine getirir (Er, 2006:12). Bu sistemden yararlanmak isteyen kişilerin ilk olarak elektronik para hizmeti sunan şirketler tarafından geliştirilen özel yazılımı bilgisayarlarına yüklemeleri ve o şirketle çalışan bir bankada hesap açmaları gerekmektedir; bundan sonra elektronik para ile anlaşmalı mağazaların sitelerinden veya elektronik para yazılımını kullanan diğer taraflar ile sanal alışveriş yapılabilir; alışveriş yapıldıkça e-para miktarı azalacak ve bittiğinde yeniden hesaba para yüklenmesi gerekecektir (Gökçen, 2005:244). E-parayı dolaşımdaki paradan ayıran temel özelliklerin başında e-paranın nominal faiz getirisi sağlaması, dolaşımdaki paranın ise doğası gereği nominal faiz getirisi sağlayamaması gelmektedir; bu durum e-paranın standart para karşısındaki üstünlüğünü göstermektedir (Tabak, 2002:8). Fakat e-para, geleneksel anlamdaki paranın özellikleri olan yasal para birimi olma ve ödeme yapıldığında kimlik bilgisi bırakmama özelliklerine sahip değildir (Tabak, 2002:47).Resmi para Merkez Bankası rezervlerine dayalıdır, e-para ise genellikle elektronik parasal tabana dayalıdır (Dirican,2000:65). Elektronik para özellikle küçük ölçekli ödemelerde hızlı bir ödeme aracı olma özelliğiyle nakit ve kredi kartı ile ödemelerin alternatifini olarak kullanılabilir (Kirdaban,2005:23). Elektronik paranın avantajları, finansal risklerin azaltılması veya ortadan kaldırılması, taklit edilebilme zorluğu, paranın dolaşım hızını artırması, birden fazla ülke parasının taşınabilirliği (Er, 2006:17), ödemelerin yüzyüze yapılma zorunluluğunu ortadan kaldırışı (Kirdaban, 2005:24), kimlik bilgisiyle eşleşmesi ve müşteri seçimlerinin kayıt altına alınabilmesiyle bugünün teknolojisiyle imkansız görünen birçok pazarlama ve satış yöntemine imkan sağlaması (Er, 2006:17) olarak sıralanabilir. Ancak, vergi kayıp ve kaçaklarını kolaylaştırabileceği, çalınma ya da yasal olmayan kullanım sonucunda ortaya çıkacak olan finansal kayıp riski (Er, 2006:18), para politikalarının etkilenebileceği ve para arzında sorun yaşanabilecek olması, dolaşımdaki paraları ikame etmesi durumunda senyoraaj gelirini azaltması ve Merkez Bankası bilançosunu etkilemesi (Kirdaban, 2005:25) gibi dezavantajları da vardır.

Günümüzde elektronik para iki şekilde algılanmaktadır: Birincisi, merkez bankaları tarafından çıkarılan banknotların elektronik formatlara dönüştürülerek ödemelerin yapılması şeklinde ortaya çıkan ödeme aracıdır. Burada karşılığı önceden kâğıt para olarak ödenen e-para, alışverişlerde kolaylık sağlamak amacıyla kullanılmaktadır. Elektronik para bu anlamıyla paranın mübadele fonksiyonunu yerine getirmektedir. Bu sistemde e-para finansal veya finansal olmayan kurumlarca ihraç edilmektedir. Elektronik paranın ikinci şekildeki algılanışı ise merkez bankasının kâğıt parasına alternatif olarak gelişen, merkez bankasının kâğıt para yerine tamamen elektronik para ihraç ettiği ve bunu dolaşıma sürdüğü, bu paranın halk ve

bankalar tarafından hem mübadele, hem hesap birimi, hem de bir tasarruf aracı olarak kabul edildiği, yani kağıt paranın tamamen yerini elektronik paraya bıraktığı bir sistemdir. Burada paranın evrim sürecinde kâğıt paradan sonra gelen aşama anlaşılmaktadır (Öztürk ve Koç, 2006:209).

Elektronik para türleri, kart tabanlı elektronik para, hafıza kartları, mikroşemcili kartlar, temaslı kartlar, temassız kartlar, melez kartlar, kombi kartlar/çift arayüzlü kartlar, network (ağ) ve software tabanlı elektronik paradır (Er, 2006:26-35). E-para ile ilgili en bilinen kuruluşlar arasında DigiCash, CyberCash, VisaCash, Mondex, ECash, CheckFree, PayPal, BitCoin gelmektedir.

Bitcoin, 2009 yılında kendini Satoshi Nakamoto olarak tanıtan bir kişi tarafından deneysel olarak başlatılan, dünyanın herhangi bir yerindeki herhangi bir insana kolayca ödeme yapmayı sağlayan sanal bir para birimi olarak tanımlanmaktadır. Bitcoin teknolojisi, noktadan noktaya dağıtımlı bir ağ üzerinde çalışır, böylece merkezi bir kuruluşa ihtiyaç kalmaz. Para oluşumu ve transfer işlemleri ağ üzerinde kollektif olarak gerçekleşir. Bitcoinler üçüncü bir şahsın ya da kuruluşun onayına gerek kalmaksızın internet üzerinde kolayca gönderilir. Transferler, tasarım gereği geri dönüşümsüzdür, hızlı ve geri harcanması dakikalar içinde gerçekleşir ve diğer ödeme şekillerine göre çok az masraflıdır (Bitcoin nedir?, www.bitcoin-tr.com, erişim tarihi:22.05.2013).

Bitcoin, borsasında arz ve talebe göre alınıp satılırken, Bitcoinuru oluşmaktadır. Fiyatların çok oynak olması, 100.000'den fazla insan tarafından kullanılan bu sistemin spekülasyon güdüsüyle kullanılmasına ve piyasa değerinin 1,5 milyar dolara ulaşmasına sebep olmuştur (Sanal Para-Bitcoin, Güngör Uras, 28.04.2013, ekonomi.milliyet.com.tr/sanal-para-bitcoin-bit-para-.../default.htm, erişim tarihi: 22.05.2013). *Bitcoin'in* sadece avantajları değil, dezavantajları da tartışılmaktadır. Uluslararası suç örgütlerinin para transferleri yapmak amacıyla bu sistemi kullandıkları ve kimliklerini gizleyerek güvenlik güçleri tarafından yakalanma riskini minimuma indirdikleri iddia edilmektedir. Bu konuda FBI'ın hazırladığı rapor güvenlik güçlerinin de bu durumdan hoşnutsuz olduklarını göstermektedir. (Bitcoin Nedir, Nasıl Kullanılır?, <http://eticaretmag.com/bitcoin-nedir-nasil-kullanilir/>, erişim tarihi:22.05.2013) BDDK'nın 25.11.2013 tarihli basın açıklamasında da, Bitcoin'in herhangi bir resmi ya da özel kuruluş tarafından ihraç edilmediği için 6493 sayılı Kanun kapsamında olmadığı ve tarafların kimlik bilgilerinin bilinmemesi, piyasa değerlerinin aşırı oynak olması, bilgilerin usulsüz kullanılabilmesi gibi risklere açık olduğu üzerinde özellikle durulmuştur (<http://www.bddk.org.tr>, erişim:25.11.2013).

III) ELEKTRONİK ÖDEME SİSTEMLERİNİN OLASI ETKİLERİ

Elektronik ödeme sistemlerinin değişmesi ve gelişmesiyle birlikte ekonomik sistemimize etkileri de gündeme gelmiştir. Elektronik ödeme sistemlerinin para politikalarına, finansal yönetime ve pazarlama yönetimine etkileri bu kısımda incelenmiştir.

A) Elektronik Ödeme Sistemlerinin Para Politikası Üzerine Etkileri

Para mübadelenin kolaylaşmasını sağlayan ortaklaşa kabul görmüş bir mal niteliğindedir. Paranın doğuşu değişim fonksiyonuyla ilgilidir. Bu fonksiyonundan başka, değer koruma, değer ölçüsü, gelecek ödemelerin ifadesi fonksiyonları da vardır (Öçal, 1990:5). Bu fonksiyonların elektronik ödeme sistemleri tarafından da yerine getiriliyor olması son dönemde dikkatlerin bu yöne kaymasına neden olmuştur. Elektronik para ile ilgili gelişmelerin gelecekte merkez bankası parasını yok edeceğinden ve para politikasını etkisiz hale getireceğinden endişe edilmektedir (Woodford, 2001:98). Bu konuda yapılan Amerika çapında 1000 kişi üzerinde yapılan *Rasmussen Raporları Ulusal Telefon Anketine* (2012) göre, bir ay boyunca hiç kâğıt para ya da madeni para kullanmadığını söyleyen Amerikalıların oranı %43'tür.

Kirdaban (2005)'in yaptığı bir çalışmada, para politikasına piyasaların hızlı bir şekilde reaksiyon vermesini ve uyarlanmasını sağlamak, bankalararası para piyasalarının etkin çalışmasına katkı sağlamak, para otoritesine genel olarak sistemin likiditesini izleme ve sağlıklı karar verme olanağını sağlamak, bankaların likiditelerinin izlenmesi ve etkin fon yönetimi sağlamak, atıl fonların sisteme girmesini kolaylaştıracak sisteme taze kaynak sağlamak, atıl fonların faiz geliri olan likit fonlara dönüşmesine katkı sağlamak ve yabancı sermaye girişine katkıda bulunmak gibi avantajlarına yer verilmiştir. Dezavantajları ise, senyoraj gelirlerinin azalması ve yoldaki paraların likiditeyi izlemeye güçleştirilmesi olarak sıralanmıştır. Aynı çalışmada, maliye politikalarına etkileri de etkin bir vergi tahsilatı sağlayarak vergi gelirlerinin artması, kayıt dışı ekonominin kontrolünün kolaylaşması ve borç idaresinde etkinlik ve hızın artması başlıklarında incelenmiştir.

Dirican (2000)'in araştırmasında, elektronik paranın para politikalarında yaratacağı etki üç ana başlıkta incelenmiştir. İlki, elektronik paranın işlem amacı ile dolaşımdaki paranın yerine geçebileceğidir. Parayı yaratan ve arz eden kurumların klasik finansal kurumların dışından olması ihtimali bulunmaktadır. İkincisi, elektronik ürünler ve taşıdıkları elektronik para cinsinden değerlerin bağlı oldukları mevduatlara erişim hızını arttırmasıdır. Son etki ise, elektronik paranın faiz taşınması veya taşınmayı kolaylaştırması durumudur.

Temuçin (2006)'in yaptığı bir çalışmaya göre, para arzının en dar tanımı olan M1'in arttığı görülecektir. Para arzı (M1), dolaşımdaki para ile vadesiz

mevduatın toplamına eşittir. Elektronik ödeme sistemleri dolaşımdaki para miktarını arttırarak, para arzının artmasına neden olurlar. Bu eşitliği aşağıdaki gibi ifade edebiliriz

$$M1 = C + D + EM$$

$$M1 = \text{Para Arzı}$$

$$C = \text{Dolaşımdaki Para}$$

$$D = \text{Vadesiz Mevduat}$$

$$EM = \text{Elektronik Ödemeler}$$

Bu çalışmaları destekleyici bir araştırma da Ling, vd. (2012) tarafından yapılmış ve Çin’de yapılan uygulama da teoriyle uyumlu çıkararak, para arzının elektronikleşmeyle doğru orantılı olarak arttığı görülmüştür.

B) Elektronik Ödeme Sistemlerinin Finansal Yönetim Üzerine Etkileri

Günümüzde finans yönetimi, işletme içinde alınan kararların başarıya ulaşmasında en önemli rolü oynayan işletme fonksiyonlarından biridir (Ercan ve Ban,2012:5). Nakdin yerine nakit dışı ödeme sistemlerinin kullanımının artmasıyla birlikte, elektronik ödeme sistemleri de finansal yönetimin işletmenin değerini artırma fonksiyonunu yerine getirmesine yardımcı olmaya başlamıştır.

Finansal yöneticinin hızlı müdahale edebilmesi bir gereklilik olması sebebiyle, ticarete kullanılan elektronik araçların yardımıyla işlemlerin hızlanması, maliyetin azalmasını, verimliliğin artmasını sağlamış (Dikbaş, 2000:37) ve finans yöneticisinin etkinliğini arttırmıştır.

Görmez ve Budd’a (2003) göre, elektronik ödeme sistemlerinin finans sektörü üzerinde iki ana etkisinin olacağı düşünülmektedir. Bunlar, hizmet sağlayıcılar ile son kullanıcılar arasındaki ilişkinin artmasıyla potansiyel bir kriz anında düşük tepkilerin verilmesi ve bireysel hizmetlerin ulaşım hızının artmasıdır.

Kızılot, vd. (2011) çalışmasına göre, elektronik ödeme sistemlerinden biri olan kartlı ödeme sistemlerinin hanehalklarının para talebini azaltarak tasarrufların artmasına ve büyümeyi sağlayan yatırımlara finansman sağlanmasına, aynı zamanda bankalar nezdinde biriken kaydı para ve maliyet azalımı neticesinde faizlerin düşmesine yönelik iyileştirici etkilere sahiptir.

Finans yöneticilerinin zamanının büyük çoğunluğunu alan, işletme sermayesi kalemlerinden biri olan nakit de elektronik ödeme sistemlerinin etkinliğini arttırmasıyla değişime uğrayan kalemlerden biri olmuştur.

1) Elektronik Ödeme Sistemlerinin Nakit Yönetimine Etkileri

Finansal yönetimde öncelikle kontrol edilmesi gereken konulardan biri nakit yönetimidir. Nakit yönetimi, işletmenin finansal yükümlülüklerinde sıkıntıya girmeksizin, faaliyetlerin etkinliğini düşürmeden, firma değerini artıracak biçimde bulundurulması gereken nakit düzeyinin belirlenmesi ve bu düzeyin istikrarlı bir biçimde yönetimi olarak tanımlanmaktadır. (Ercan ve Ban,2012:288) Nakit kazanmayan veya kazandığı nakdi doğru yer ve zamanda kullanmayan işletmelerin başarılı olması olanaksızdır (Uzun ve diğ., 2003:68).

İşletmeler nakit darlığı çekmemek için, finansman kaynaklarının kısıtlı olması sebebiyle mevcut borçlarını ödemek ve uzun dönemli yatırımlara para bağlamamak için nakit biriktirme yoluna gitseler de atıl tutulan paranın alternatif maliyeti rekabette dezavantaj yaratabilecek düzeylere çıkmaktadır (Ernst&Young, Ekonomik belirsizlikler nakit yönetimini zorlaştırıyor, erişim tarihi:23.04.2013).

İşletme başarısını doğrudan etkileyen nakit yönetimi, elektronik ödeme sistemlerinin ortaya çıkmasıyla değişime uğramıştır. Nakde olan talebin azalmasıyla işletmelerin, işlem-ihtiyat-spekülasyon saikiyle tuttuğu nakit miktarı azalmış, böylece işletmenin likiditesi de azalmış ancak karlılığı olumlu etkilenmiştir. İşletmelerin ellerinde bulunduracakları nakit tutarını kar ve likidite arasında uygun bir denge gözeterek belirlemeleri gerekmektedir (Sayılğan,2003:87).

Akgüç (2012), elektronik çağa girişin ve finans yöneticilerinin karar almada bilgisayarlardan yararlanmalarının nakit yönetimde yeni ufuklar açacağı görüşüne yer vermiştir. Ayrıca, elektronikleşmenin nakit yönetimde etkinliği sağlayan yöntemlerden biri olan müşterilerin ödemelerini hızlandırma fonksiyonunu yerine getireceğini, böylece zaman kaybına uğramadan tasarruf etmek olanağını elde edeceğini belirtmektedir.

Er (2006) 'in çalışmasında, elektronikleşmenin nakit yönetimini daha etkin hale getirdiği, esnek yapılanmaya gidilmesini ve yeterli bilgi alışverişini sağladığı, böylece finansal yöneticilerin kendisine ayıracağı zamanı azalttığı üzerinde durulmuştur.

2) Elektronik Ödeme Sistemlerinin Risk Yönetimi Üzerine Etkileri

Temuçin'in (2006) çalışmasına göre, finansal yenilikler risk paylaşımı imkânını artırarak ve işlem maliyetlerini azaltarak etkinliğin artmasına yardımcı olmaktadır. Finansal yeniliklerin, birçok fırsat sunarken, aynı zamanda iyi değerlendirilmediğinde daha büyük riskler ortaya çıkardığı vurgulanmıştır.

Er'e (2006) göre, elektronik ödeme sistemlerinden biri olan e-para ile beraber kredi riskini ortaya çıkaran nedenler ödeme gücü karşılığının olmaması, işletmenin değerindeki kayıp, ödeme zamanı ve alım zamanı arasındaki kayıp minimuma inmektedir. Ayrıca, elektronik ödeme sistemlerinin gelişmesiyle faiz oranlarının önce düşeceği, borçlanma maliyetlerinin azalmasıyla borçlanma talebinin artması sonucu sonra tekrar yükseleceği ve bu nedenle faiz riskinin devam edeceği vurgulanmaktadır.

Gandy ve Chapman'ın (1997) çalışmasında ise, işletmenin belli bir dönemde elde edeceği nakit giriş ve çıkışlarındaki dengesizlik diye tanımlanan likidite riskinin, ödeme esnasında değer transfer edilirken, ödenmeme riskinin azalmasıyla birlikte azalacağı belirtilmektedir.

Elektronik ticaretin kullanımı, gün boyunca yapılan işlemler sırasında gecikmiş ya da hatalı ödemeler sebebiyle ortaya çıkabilecek finansal riskleri azaltacak ya da ortadan kaldıracaktır (Elektronik Ticaret Finansal Çalışma Grubu Raporu, www.e-ticaret.gov.tr/raporlar/finans.htm., erişim:10.05.2013).

Yazıcı (1999) ise, farklı bir bakış açısıyla sistemi incelemiş ve elektronik ödeme sistemlerinin yarattığı riskleri belirlemiştir. Bunlardan ilki, sistemin güvenilirliği ve doğruluğu konusundaki yetersizlikler nedeniyle meydana gelen kayıpların ortaya çıkardığı işletme riskidir. İşletme riskine güvenlik sorunu, kötüye kullanılma gibi problemler sebep olur. İkinci olarak ele alınan, olumsuz kamuoyu nedeniyle müşteri kaybıyla sonuçlanan risk olan itibari risktir. Son olarak ise, kanunlar, düzenlemeler ve uygulamaların uygunsuzluğundan kaynaklanan kanuni risk açıklanmıştır.

Elektronik ödeme sistemlerinin gelişiminin önündeki en önemli engel güvenlik riskidir. Bu sorunu iki farklı açıdan ele almak mümkündür. İlki, elektronik ödeme kullanıcıları tarafından yüklenen risklerdir. Bireysel kullanıcılar ödeme araçlarının bilgisinin üçüncü şahıslar tarafından ele geçirilip finansal zarara uğratılmamak, işletmeler ise yetkisiz kişilerce yapılan harcamalardan dolayı finansal kayıplara uğramamak istemektedir (Baydur,2011:76). İkincisi ise, yeni ödeme sistemlerinin devlet tarafından risk olarak görülmesiyle ortaya çıkmaktadır. Risk düzeyini artıran en önemli faktörler, zincirin tüm halkalarında kimlik tespitinin mümkün olmaması, müşteri başına düşen hesap ve kartların sayısının çokluğu, satın alınan üründür (bahis, kumar, vb.).(E-para ve Mali Suçlar,www.masak.gov.tr/media/portals/masak2/files/TAIEX-LYNES.doc, erişim tarihi:22.05.2013)

Güvenlik sorununun üstesinden gelmek için kimliğin onaylanması, doğrulamanın birden fazla yöntemle yapılması, işlemlerin üçüncü kişiler tarafından görülmemesi ancak devlet görevlilerinin yasadışı işlemler için

denetim yapabilmesi, ödeme sistemleri zincirinde yer alan tarafların işbirliği içinde olmaları gerekmektedir.

C) Elektronik Ödeme Sistemlerinin Pazarlama Yönetimi Üzerine Etkileri

Elektronik ticaretin hayata geçişiyle birlikte, pazarlama yönetimi açısından mobil pazarlama, elektronik pazarlama, internetle pazarlama gibi yeni kavramlar ortaya çıkmıştır. Mobil pazarlama, işletmelerin hedef tüketicileriyle telefonlar başta olmak üzere kablosuz, elde taşınabilir mobil cihazlar üzerinden iletişime geçerek, gerçekleştirdikleri çeşitli interaktif uygulamalardır. Mobil pazarlama hizmetleri ya da uygulamaları çeşitli şekillerde olabilmektedir. Bunlar çoğunlukla, “WAP, mobil internet; mobil logo, melodi ve video; mobil oyunlar; SMS / MMS; mobil reklamlar; yerel bazda servisler; ödemeler; oylamalar ve katılımcı uygulamalar; mobil aramalar” şeklinde karşımıza çıkabilmektedir (Uygun vd, 2012:212). Elektronik pazarlama ise, pazarlama faaliyetlerinin elektronik ortamda gerçekleştirilmesiyle ilişkilidir.

Elektronikleşmenin pazarlama yönetimine katkıları incelendiğinde, 2012 yılında ABD’de online perakendecilik ödemelerinin 318 milyar dolara ulaştığı görülmektedir. Mobil ve alternatif ödemeler sayesinde, gelecek 5 yıl içinde online perakendecilik ödemelerinin ise fazladan bir 140 milyar dolara daha ulaşacağı beklenmektedir (<https://www.javelinstrategy.com/webinar/50>, erişim tarihi: 10.06.2010).

Dahası elektronik ödeme sistemlerinden elektronik cüzdanlarda tüketicilerin daha önce yaptıkları alışverişler, alışkanlıkları saklanabilmekte, tüketicilere bu alışverişler hatırlatılarak bu sayede düzenli biçimde satınalma yapmaları sağlanabilmektedir (Clark, 2001:11).

Genel anlamda bakıldığında ise elektronik ortamda ücretin ödenmesi ve alışverişin elektronik ortamda tamamlanması, işletmeler açısından lojistik altyapıda tasarruf yapılması açısından avantaj olarak değerlendirilmektedir. Bankacılık ve sigortacılık hizmetlerinde sonuca hızlı erişilmesi, alışverişin hızlı bir şekilde tamamlanması taraflara zamandan tasarruf sağladığı gibi hizmetin etkinliğini de artırmaktadır. Elektronik ortamda alışveriş yapan kesim ile hızlı ve etkin bir şekilde anket yapılıp hizmetin yönlendirilmesi ve istenilen kapsamda kamuoyu oluşturulması da mümkündür (Şimşek, 2012:64).

E-ticaretin yaygınlaşmasını sağlamak için e-ticaret ve e-ödeme araçları hakkında tüketicilerin bilinirliğinin artırılması gerekmektedir. Yine bu kapsamda tüketici tercih ve alışkanlıkları ile e-ödeme sistemlerine yönelik

tutumları oldukça önem arz etmektedir. Çakmak vd. (2011) yaptıkları çalışmada, internet bankacılığı gerçekleştiren müşterilerin en sık yaptıkları işlemlerin sırasıyla EFT ve havale, kredi kartı işlemleri ve fatura ödeme olduğunu belirtmişler ve internet bankacılığını kullanan ve kullanmayanlar arasındaki en önemli farkın eğitim düzeyi olduğunu, eğitim düzeyi arttıkça internet bankacılığı kullanımının da arttığını belirtmişlerdir. Koçer (2012) yaptığı çalışmada, internetle alışverişin tercih edilmemesinde güvenlik ile ilgili en önemli sebebinin kredi kartı bilgilerinin internet üzerinden verilmesinin güvenli bulunmaması olarak belirtmişlerdir. Ayrıca çalışmada, internetten alışverişin en önemli avantajının zamandan tasarruf sağlaması ve indirim ve promosyon sağlaması olduğu belirtilmiştir. En çok kullanıldığına inanılan online alışveriş siteleri ise sırasıyla, hepsiburada.com, sahibinden.com ve biletix.com olup internetle pazarlamanın en önemli dezavantajı güvenlikle ilgili sorunlar olarak belirtilmiştir. Konuk ve Yıldırım (2012), yaptıkları çalışmada sanal kart kullanıcı sayısının az olduğunu, kullananların ise sanal kart kullanımının kolay olması ve ödeme güvenliği sağlaması nedeniyle kullandıklarını belirtmişlerdir. Ayrıca sanal kartı tavsiye üzerine kullandıklarını belirtmişlerdir. Square vb. gibi dijital cüzdan uygulamalarının da benzer biçimde ağızdan ağıza yayılarak tanındığı (Fortune, 2012:87) düşünüldüğünde bu sonuç oldukça doğaldır. Shin (2009) çalışmasında mobil cüzdan kullanma niyetindeki en büyük faktörün algılanan güvenlik ve güven olduğunu; aynı zamanda daha önce yapılan çalışmaların da mobil ödemede en önemli faktörün güvenlik endişeleri olduğunu, güvenin de sosyal etki ile artırılabilceğini belirtmişlerdir. Kim vd. (2010) çalışmalarında, mobil ödeme kullanma niyeti üzerinde en önemli öncüllerin algılanan kullanım kolaylığı ve algılanan kullanılabilirlik olduğunu, mobil ödeme bilgisine sahip olunmasının algılanan kolaylık üzerinde büyük bir etkisinin olduğunu belirtmişlerdir. Schierz vd. (2010) çalışmalarında, algılanan uyumluluğun mobil ödeme hizmetlerini kullanma niyeti üzerinde en büyük etkiye sahip olduğunu belirtmişlerdir. Diğer bir deyişle, mobil ödemeleri benimsemeleri için tüketiciler var olan davranış biçimleriyle bu hizmetleri bağdaştırılabilir bulmalıdırlar. Safder (2011) çalışmasında, e-cüzdanın en çok toplu taşımada kullanılmak istendiğini, e-cüzdan kullanıma teşvik eden en önemli nedenin kullanım kolaylığı olduğunu, e-cüzdan kullanımını engelleyen en önemli nedenin güvenlik endişesi olduğunu belirtmiştir.

SONUÇ

Elektronik ticaret ile birlikte finansal pazarlar değişime uğramakta, pazarların performansını ve refahını çok daha genelleştirerek etkileyebilecek, daha çok çeşitlilikte ticari düzenlemeleri mümkün kılan, pazarlar arasında değişim için bir güç olmayı sürdürmekte ve fiyatlar düşürülürken ticari

düzenlemelerde birçok fiziksel sınırlamalar kaldırılmakta ve katılımcıların artması sağlanmaktadır (Ban vd., 2003:213).Katılımcılığın artırılması yeni işletmelerin elektronik ticaret sistemine girmelerini sağlarken, rekabeti de artırmaktadır. Rekabetin artması sebebiyle yeni teknolojilerle işletmelerin pazar paylarını artırabileceklerini fark etmeleri her geçen gün yeni finansal araçların ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Bu finansal araçlardan en önemlileri geleneksel ödeme sistemlerinin yerini alan elektronik ödeme sistemleridir. Elektronik ödeme sistemleri, kredi kartlarından, mobil ödemelere, e-cüzdandan, e-paraya ve en yeni çeşidi olarak Bitcoin'e kadar birçok finansal yeniliği kapsamaktadır. Bu e-ticaret araçlarının birbirlerinden farklı avantaj ve dezavantajları vardır.

Gelir seviyesi düşük kimselerin temel finansal hizmetlere ulaşımında en iyi araç cep telefonları olmaktadır. Cep telefonları, gelişmekte olan ülkelerin ekonomilerini değiştirmeye uygun tek teknolojidir. Mobil ödeme sistemlerine yönelme, üçüncü dünya ülkeleri için faydaları artırmada benzersiz bir fırsat yaratmaktadır (Hamdi, 2011:52). Örneğin, Kenya'da Safari.com tarafından işletilen mobil bankacılık sistemi M-PESA hanehalklarının üçte ikisinden daha fazlası tarafından kullanılmaktadır (Jack ve Suri, 2011:29).

Elektronik para gelişmelerine bakılarak gelecekte kâğıt paraya alternatif bir ödeme aracı olabileceği söylenmektedir. Burada ortaya çıkabilecek en önemli engel e-paranın yaygın halk kitleleri tarafından yeterince kullanılmaması, kullanımı sırasında çeşitli elektronik donanım gerektirmesi ve çeşitli güvenlik sorunlarıdır. Bu sorunlar aşıldığında gelecekte kâğıt paranın yerini alabilecektir (Öztürk ve Koç, 2006 :239).

Elektronik paraya ilişkin sorunların giderilmesi amacıyla kart tabanlı ödemelerde kartlara küçük meblağların ödenmesi, elektronik paranın saklanmakta olduğu ortamlara erişim şifresi getirilmesi, elektronik para ihraç eden bir kuruluşta yaşanacak bir güvenlik sorunu ve itibar kaybı tüm ihraççıları etkileyeceği için ihraççıların ortak hareket ederek bazı standartlar belirlemesi ve ortak koruma programları geliştirmesi ayrıca ihraç edilen elektronik paranın ortak bir anlaşma çerçevesinde tüm ihraççılar tarafından garanti altına alınması böylelikle ödeme zorluğuna düşen bir kurumun elektronik para aracının diğer kurumlar tarafından kabul edilerek ödenmesinin sağlanması gibi tedbirler alınabilir (Kirdaban, 2005:25).

Mobil cüzdanların popüler hale gelmelerinde ise, üstesinden gelmeleri gereken birkaç zorluk vardır. Bunlardan kullanıcı kabulü belki de en önemli olandır (Shin, 2009).Bu kapsamda bu yeni teknolojilerle ilişkili tanıtıcı reklamların yapılması oldukça önem arz etmektedir. Tüketicilerin en çok endişe duydukları konulardan birisi olan finansal bilgilerin güvenliği amacıyla Türkiye'de de dünyada olduğu gibi e-cüzdan uygulamalarının 35 TL ve altı

mikro ödemeler için kullanıcılara sunulmasının, teknoloji ilerledikçe bu limitin artırılmasının e-cüzdan kullanma niyeti üzerinde olumlu etkisi olacaktır (Safder, 2011:113).

Bitcoin ise, çok yüksek değerlere ulaşsa da spekülasyon güdüsü dışında elde bulundurmanın zor olduğu bir kur değişkenliğine sahiptir. Ayrıca, elektronik işlemleri yapanların kimliklerinin gizliliği yasadışı faaliyet kaygısını artırmaktadır.

Yeni finansal araçların sisteme girmesi, para arzını artırırken, para talebini düşürmekte; böylece faiz oranları azalmaktadır. Faiz oranlarının azalmasının büyümeyi ve kalkınmayı sağlayan yatırımları artıracığı üzerinde durulmuştur. (Kızılot, vd:2011,s.25) Ayrıca, kayıtdışı ekonominin üstesinden gelmek için uygulanan e-devlet uygulamalarıyla uyumlu olmaları avantajlarını artırmaktadır.

Finansal yönetim açısından, nakit yönetimi ve risk yönetimi konularında e-ödeme sistemlerinin etkileri görülmektedir. Finansal yönetimin amacı olan firmanın değerini artırma işlevini, yeni finansal araçların da sağlaması, kullanımlarını artırmaktadır. Bu araçların hızlı ve maliyeti düşük bir biçimde finansal işlevlerini yerine getirmeleri nakit yönetiminin etkinliğini artırmaktadır.

Ayrıca, likidite riskini ve finansal riski azaltması risk yönetiminin etkinliğinde olumlu bir etki yaratırken, güvenliğin hala bir sorun teşkil etmesi olumsuz bir etki yaratmaktadır. Bu bağlamda, standartların oluşturulması ve düzenlemelerin uluslararası mevzuatla uyumlaştırılmasının sağlanması olumsuz etkilerin bertaraf edilmesi açısından gereklidir. Türkiye’de e-ticaret kanunu yasalaşmayı beklese de, e-para kanununun yürürlüğe girecek olması umut verici bir gelişmedir.

Sistemlerin pazarlama yönetimi faaliyetlerine etkilerine bakıldığında ise, bankacılık ve sigortacılık, perakendecilik hizmetlerinde sonuca hızlı erişilmesi, alışverişin hızlı bir şekilde tamamlanması taraflara zamandan tasarruf sağladığı gibi hizmetin etkinliğini de artırmaktadır. Elektronik ortamda alışveriş yapan kesim ile hızlı ve etkin bir şekilde anket yapıp hizmetin yönlendirilmesi ve istenilen kapsamda kamuoyu oluşturulması da mümkündür (Şimşek, 2012:64). Kullanılan e-ödeme araçları müşteri bilgilerini saklayabilmekte bu sayede işletmelerin pazar araştırmalarına önemli katkılarda bulunabilmektedir.

Sonuç olarak bu yeni ödeme sistemlerinin tüketicilerin kabulü için tanınırlıklarının artırılması, faydalarının vurgulanması ve yapılacak kanuni düzenlemelerle bu yeniliklere destek verilmesi, elektronik ve mobil ticaretin önceliklendirilmesi, kişiye özelleştirilmesi ve bu sistemlerin her kesimden tüketiciye ulaştırılabilmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- AKGÜÇ, Ö. (2012), Finansal Yönetim, 8. Basım, Avcıol Basım Yayın, İstanbul.
- ALTUNTAŞ, C. (2011), Elektronik Ticaretin Muhasebeleştirilmesi ve Vergilendirilmesi Sorunları Bir Uygulama, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- BAN, Ü., YÖRÜK, N., PARILTI, N. (2003), E-Finans'ın Finansal Hizmetler Sektörü Üzerindeki Etkileri, TSA, Yıl:7, S:1.
- BANKALARARASI KART MERKEZİ KRONOLOJİ, <http://www.bkm.com.tr/kronoloji.aspx>, erişim tarihi: 10.06.2013.
- BAYDUR, S. (2011), Alternatif Bir Ödeme Aracı Olarak Elektronik Cüzdan, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bilgi Toplumu İstatistikleri (2011), www.bilgitoplumu.gov.tr/, erişim tarihi: 10.06.2013.
- BİTCOİN NEDİR, NASIL KULLANILIR?, <http://eticaretmag.com/bitcoin-nedir-nasil-kullanilir/>, erişim tarihi:22.05.2013.
- BOZKURT, V. (2002), Elektronik Ticaret, 1. Baskı, Alfa Yayınları, İstanbul.
- CHAFFEY, D. (2013), The Potential For Online Retail Growth, <http://www.smartinsights.com/digital-marketing-strategy/online-retail-sales-growth/>, erişim tarihi: 6.6.2013.
- CLARK, B. (2001), Electronic Wallets: Past, Present and Future, Gpayments.
- ÇAKMAK, A.Ç., GÜNEŞER, M.T., TERZİ, H. (2011), Bankaların Müşterilerine Sunduğu İnternet Bankacılığı Hizmetinin Müşteriler Tarafından Değerlendirilmesi: Karabük Şehir Merkezinde Uygulama, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı:31, 1-30.
- DİKBAŞ, Ö. (2000), Bilgi Çağına Girerken Elektronik Ticaret ve Bankacılıkta Bir Uygulama, Gazi Üniversitesi SBE, İktisat Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- DIRİCAN, C. (2000), İnternetin ve İnternet Bankacılığının Finansal Hizmet Sektöründeki Yeri ve Etkileri, Marmara Üniversitesi SBE, Bankacılık Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- DOKUZUNCU KALKINMA PLANI (2007-2013), <http://ekutup.dpt.gov.tr/plan/plan9.pdf>, erişim tarihi:22.05.2013
- DÜNYA TİCARET ÖRGÜTÜ, http://www.wto.org/english/thewto_e/glossary_e/electronic_commerce_e.htm, erişim tarihi: 7.06.2013.
- ELEKTRONİK TİCARET FİNANSAL ÇALIŞMA GRUBU RAPORU, www.eticaret.gov.tr/raporlar/finans.htm, erişim tarihi: 25.05.2013.
- ELEKTRONİK TİCARET KANUNU YATIRIMCILARI ÜZDÜ, <http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2012/04/11/elektronik-ticaret-kanunu-yatirimcileri-uzdu>, erişim tarihi: 22.05.2013
- ELEKTRONİK TİCARETİ TEŞVİK ETMEK, <http://www.bloomberght.com/haberler/haber/1307449-simsek-amacimiz-elektronik-ticareti-tesvik-etmek>, erişim tarihi: 22.05.2013.
- ELİBOL, H., KESİCİ, B. (2004), Çağdaş İşletmecilik Açısından Elektronik Ticaret, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 11, S.303-329.
- E-PARA VE MALİ SUÇLAR, www.masak.gov.tr/media/portals/masak2/files/TAIEX-LYNES.doc, erişim tarihi: 15.06.2013.
- ER, E. E. (2006), Elektronik Para ve Finansal Yönetim Üzerine Etkileri, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- ERCAN, M.K., BAN, Ü. (2012), Değere Dayalı Finansal Yönetim, Gazi Kitabevi, Ankara.
- ERDOĞDU, C. (2004), Avrupa Birliği'nde Elektronik Ödeme Sistemlerindeki Gelişmeler, Bankacılar Dergisi, Sayı:48.
- ERNST&YOUNG, Ekonomik belirsizlikler nakit yönetimini zorlaştırıyor, erişim tarihi:23.04.2013

- FORTUNE (Ağustos 2012), Nakdin Ölümü, Yıl:5, Sayı:59, s.83-91.
- GANDY, A., CHAPMAN, C.S.(1997), Information Technology Financial Services, Fitzroy Dearborn Publishers, Chicago.
- GÖKÇEN, H.(2005), Yönetim Bilgi Sistemleri Analiz ve Tasarım Perspektifi,Epi Yayıncılık, Ankara.
- GÖRMEZ, Y., BUDD, C. (2003), Electronic Money Free Banking and Some İmplications for Central Banking, TCMB
- GSM FİRMALARI E-PARA İÇİN BDDK'DAN LİSANS ALACAK, <http://www.dunya.com/gsm-firmalari-e-para-icin-bddkdan-lisans-alacak-195867h.htm>, erişim tarihi:22.06.2013
- HAMDİ, H. (2011), Can E-Payment Systems Revolutionize Finance of the Less Developed Countries? The Case of Mobile Payment Technology, International Journal of Economics and Financial Issues, Vol. 1, No. 2, 2011, pp. 46-53.
- HANEHALKI BİLİŞİM TEKNOLOJİLERİ KULLANIM ARAŞTIRMASI SONUÇLARI (2012), <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=10880>, erişim tarihi: 13.06.2013.
- INTERNET WORLD STATS (2013),www.internetworldstats.com/stats.htm, erişim tarihi: 10.06.2013.
- JACK, W., SURİ, T. (2011), Mobile Money: The Economics of M-PESA, National Bureau of Economic Research.
- KİRDABAN, İ. (2005), Ödeme Sistemlerindeki Gelişmeler ve Ödeme Sistemlerinin Finansal Sistem İstikrarı Üzerindeki Etkiler, TCMB Uzmanlık Yeterlik Tezi.
- KIM, C., MIRUSMONOV, M., LEE, I. (2010), An Empirical Examination of Factors Influencing the Intention to Use Mobile Payment, Computers in Human Behavior, 26, 310-322.
- KIZILOĞLU, Ş., KILIÇ, C., TOKATLIOĞLU, İ.(2011), Kartlı Ödeme Sistemlerinin Tasarruf Üzerine Etkileri, Bankalararası Kart Merkezi Yayınları.
- KOÇER, M. (2012), Elektronik Ticaretin Pazarlama Stratejilerine Etkileri, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, İstanbul.
- KONUK, F. A., YILDIRIM, E. (2012), Sanal Kart Bilinirliği Üzerine Bir Araştırma: Sakarya İlinde Bir Uygulama, 11. Ulusal İşletmecilik Kongresi Bildiri Kitabı, Konya, s.85-87.
- LING, C., MEI, J., ZHAO, S.(2012), An Empirical Study on the Affect Electronic Money has on Money Multiplier Analysis Based on Chinese Data from 1990-2009, International Conference of Management Science&Engineering, Dallas USA, pp. 122-138.
- MOBILE AND ALTERNATIVE PAYMENTS ARE CHANGİNG ONLINE RETAIL İNTO 2017, <https://www.javelinstrategy.com/webinar/50>, erişim tarihi: 10.06.2013.
- MUCUK, İ. (2005). Pazarlama İlkeleri, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- OECD GLOSSARY OF STATISTICAL TERMS (2013), <http://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=4721>, erişim tarihi: 01.06.2013.
- ÖZTÜRK, N., KOÇ, A. (2006), Elektronik Para, Diğer Para Türleriyle Karşılaştırılması ve Olası Etkileri, SÜ İİBF sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 207-243.
- PLATİN MARKET (2010), Türkiye'de e-Ticaret Nereden Nereye, http://www.platinmarket.com/turkiyede_eticaret_nereden_nereye-pkh172.html, erişim tarihi: 20.06.2013
- RASMUSSEN RAPORLARI ULUSAL TELEFON ANKETİ (2012), http://www.rasmussenreports.com/public_content/business/general_business/april_2012/43_have_gone_through_a_week_without_paying_cash, erişim tarihi:22.05.2013.
- REEDY, S.(2008), What's in your [mobile] wallet?, [Electronic Version]Telephony Magazine, s.12
- SAFDER, B.(2011), Alternatif Bir Ödeme Aracı Olarak Elektronik Cüzdan, Marmara Üniv. SBE Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

- URAS, G. (28.04.2013), Sanal Para-Bitcoin, ekonomi.milliyet.com.tr/sanal-para-bitcoin-bit-para-.../default.htm, erişim tarihi: 22.05.2013.
- SAYILGAN, G.(2003), İşletme Finansmanı, Turhan Kitabevi, Ankara.
- SCHIERZ, P.G., SCHILKE, O., WIRTZ, B. W. (2010), Understanding Consumer Acceptance of Mobile Payment Services: An Empirical Analysis, *Electronic Commerce Research and Applications*, 9, 209-216.
- SEYİDOĞLU, H.(2002), Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük, 3. Baskı, İstanbul.
- SHIN, D.(2009), Towards an Understanding of the Consumer Acceptance of Mobile Wallet, *Computers in Human Behavior*, 25, 1343-1354.
- TABAK, Ş. (2002), Elektronik Para ve Merkez Bankacılığı, Uzman Yeterlilik Tezi, Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası Piyasalar Müdürlüğü, Ankara.
- ŞİMŞEK, S.(2012), Türkiye’de Elektronik Ticaret ve E-Ticaretin Kobiler Üzerindeki Etkisi, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- TEMUÇİN, T.(2006), Elektronik Para ve Makroekonomik Etkileri, Maltepe Üniv. SBE., Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- TÜRKİYE’DE E-TİCARET ARTTI (2013), <http://www.sabah.com.tr/Ekonomi/2013/04/01/turkiyede-eticaret-artti>, erişim tarihi: 16.05.2013.
- TÜRKİYE ELEKTRONİK HABERLEŞME SEKTÖRÜ ÜÇ AYLIK PAZAR VERİLERİ RAPORU (2012 yılı 4. Çeyrek), Sektörel Araştırma ve Strateji Geliştirme Dairesi Başkanlığı, Bilgi teknolojileri ve İletişim Kurumu, Mart 2013, Ankara.
- UYGUN, M., USLU DİVANOĞLU,S., ÖZÇİFÇİ, V.(2012), Mobil Pazarlama Uygulamalarına Yönelik Tüketici Kabulünü Etkileyen Faktörler, *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, Cilt 4, Sayı 2, 211-223.
- UZUN, E., TÜRK, Z., UZUN, E.(2003), İşletme Başarısında Finansal Planlama ve Yeniliklerin Rolü, *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*,Cilt:10, Sayı:2.
- UZUNOĞLU, Hakan (2002), <http://www.basarm.com.tr/yayin/idarihukuk/eticaret>, erişim tarihi: 10.05.2013.
- WOODFORD, M. (2001), Monetary Policy in the Information Economy, NBER Working Paper No. 8674.
- YAZICI, A.(1999), Sanal Para Uygulama Ortamları ve Etkileri, Anadolu Üniversitesi Doktora Tezi, Eskişehir.