

**YAZAR ADI-SOYADI : Ahmed Ramazan ALTINOK**  
**BAŞLIK : Elektronik Ticaretin KOBİ'ler Açısından**  
**Uygulanabilirliği: Ankara Örneği**

## **ÖZET**

Bilgi ve İletişim Teknolojilerinde (BİT) son çeyrek asırda ortaya çıkan gelişmelerin üretim araçlarına uygulanması ile üretim süreçlerinde verimlilik ve etkinlik artışı sağlanmıştır. Bu gelişmeler, özellikle pazarlama ve reklam bütçeleri kısıtlı olan küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ) için büyük fırsatlar ortaya çıkarmıştır. Ayrıca internet üzerinden bütün dünya pazarına hitap edilebilmesi ile KOBİ'lerin daha önce ulaşamayacakları yeni fırsatlar ve imkanlar ortaya çıkmıştır.

Ekonominin en dinamik taşıyıcı unsuru olan KOBİ'ler, e-ticaret karşısındaki tutumu, e-ticaret uygulamalarını benimseme düzeyi ile ülke ekonomisinin geleceği üzerinde ciddi etkiler yaratacak durumdadır.

Konu ile ilgili sahadaki gelişmeleri ve gelecek yönelimleri saptamak amacıyla Ankara'da OSTİM ve Sincan Organize Sanayi Bölgesinde kapsamlı bir anket çalışması gerçekleştirilmiş, konunun derinlemesine analizine olanak vermesi açısından ayrıca mülakat ve odak grup çalışması ile araştırma desteklenmiştir.

E-ticaretin KOBİ'lerde uygulanabilirliğini araştıran bu çalışmada, hem 300 firma üzerinde yapılan bir alan çalışması ile, hem de detaylı mülakat ve odak grup çalışmaları ile, e-ticaret konusundaki mevcut durum, yararlarının algılanması, karşılaşılan güçlükler ve beklentiler ortaya konulmuş, elde edilen veriler, korelasyon ve çapraz tablo gibi betimleyici analizlerin yanısıra, sıralı logit ekonometrik modellerle de analiz edilmiştir. Ek olarak, e-ticaret uygulamasına daha geniş bir perspektiften bakmak ve burada yapılan analizlerle karşılaştırmak amacıyla, KOSGEB tarafından Ankara'daki tüm imalatçı firmaları kapsayan anketten elde edilen verilerle yapılan bir yatay kesit ile, bilgi teknolojileri, varlığı ve kullanımının, firmaların verimliliği, büyüklüğü ve performansı üzerindeki etkileri analiz edilmiştir.

Analizler, işletmelerin, e-ticaretin, iş hızını arttırması, maliyetleri düşürmesi, rekabet avantajı yaratması, müşteriye kolay ulaşım sağlaması, pazarı genişletmesi gibi avantajlarının farkında olduklarını ve dışa açık ve ciro, sermaye ve istihdam bakımından büyük işletmelerin B2B ve B2C ticareti ve bilgi ve iletişim teknolojilerini daha yaygın kullandıklarını göstermiştir.

Sonuç olarak; hukuki ve teknik altyapı, ađ güvenliği, e-ticaret konusunda eğitim desteği gibi sorunların kamu tarafından ortadan kaldırılması ve KOBİ'ye yönelik e-ticaret desteklerinin tek bir birim tarafından koordine edilmesi halinde, Türkiye'deki KOBİ'lerin büyük bir dönüşüm potansiyeline sahip olduğu ve çok kısa bir sürede gelişmiş ülkelerle arasındaki farkı kapatabileceği değerlendirilmiştir.

**ANAHTAR SÖZCÜKLER:** Elektronik ticaret, KOBİ'ler, Ankara, Küçük ve Orta Boy İşletmeler, e-iş, sıralı logit

