

## E-DIŞ TİCARET VE GİRİŞİMCİLİK ÜZERİNE ETKİLERİ

### ELEKTRONIC FOREIGN TRADE AND EFFECTS OF IT ON ENTREPRENEURSHIP

**Nedret ERBOY**  
**Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü**

#### **Özet**

*Dış ticaret ile ölkeler birbirleriyle rekabet eder hale gelmişlerdir. İşletmeler içinde buldukları rekabet ortamında başarılı olabilmek için bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ile birlikte dış ticaret faaliyetlerini elektronik ortam üzerinde gerçekleştirmeye başlamışlardır. İnternet ve e-ticaret sadece mevcut işletmelere fırsatlar sunmamakta, iş kurmak isteyen yeni girişimcilere de büyük fırsatlar sunmaktadır. Günümüzde küreselleşme ve bilişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeyle birlikte klasik ticaret anlayışında değişme meydana gelmiş ve girişimciler yoğun rekabet ortamında karar vermek zorunda kalmıştır. Bilgi teknolojilerinde yaşanan bu değişim ve gelişme girişimcileri de değişime ve gelişmeye zorlamaktadır. Elektronik dış ticaret, e-ticaretin uluslararası alanlarda yapılmasıdır. İşletmeler, e-dış ticaretin küresel imkâna erişim vermesi, zaman ve mekân sınırlarını ortadan kaldırması, maliyetsiz oluşu en önemlisi de dünya pazarlarına rahatça girebilme, uluslararası rekabet ve kitlesel erişime olanak sağlaması sebebiyle faaliyetlerini hızla e-dış ticarete uygun hale getirmektedir. Bu çalışmada ticaretin ve girişimciliğin gelişimi ve ekonomi içerisindeki önemi e-dış ticaretin girişimcilik üzerindeki etkileri üzerinde durulmaktadır.*

**Anahtar Kelimeler:** Elektronik Ticaret, Girişimcilik, E-Dış Ticaret

#### **Abstract**

*Countries have been competing with each other by means of foreign trade. To be successful in the competitive environment , with the developments of information technologies, businesses started to carry out foreign trade activities in the electronic media. Internet and e-commerce does not offer opportunities not only existing businesses, also offers great opportunities for new entrepreneurs who want to start a business. Today, the rapid development of globalization and information technologies, the sense of classical trade have changed and entrepreneurs have been forced to decide in an intense competitive environment. This change and development in information technologies have been forcing entrepreneurs to change and evolve. Electronic foreign trade is done in the international areas. Businesses makes their e- foreign trade activities appropriate by reason of providing international competition, eliminating the boundaries of time and space, most notably the fact that cost-entering the world market easily and accessing to a massives. In this study, the development of e-commerce and entrepreneurship and their the importance of in economy and the effects of electronic foreign trade focuses on the entrepreneurship have been given.*

**Key Words:** Electronic Trade, Entrepreneurship, E- Foreign Trade

## 1. Giriş

Ekonomik anlamda girişimciliğin her geçen gün öneminin arttığı bir dönem olan günümüz ekonomik düzeninde, girişim hürriyeti anlayışı, modern girişimciliğin en önemli hamlesidir. Bu hamle ile birlikte ekonomistlerin, girişimciliğin ve girişimcilerin serbest piyasa ekonomisinin gelişimine yaptıkları katkıların önemini her ortamda dile getirdikleri bilinmektedir. Bir ülkede emek, sermaye, doğa gibi üretim faktörleri nasıl sınırlı ise sanayileşme ile birlikte üretim faktörü niteliği kazanan girişimciler de sınırlıdır. Toplumda her bireyin iş kurma ve girişimde bulunma gibi bir arzusu olduğunu düşünmek mümkün değildir. Bu anlamda, ülke politikalarında, girişimciliği geliştirmek ve desteklemek gerekmektedir. Girişimciliği geliştirmek ve desteklemek demek yalnızca girişimcilerin önlerindeki engelleri kaldırmaya çalışmak onlara sermaye ve kaynak sağlamak demek değildir. Girişimcilerin lke ekonomisi içindeki yerlerinin önemini bilerek ve onları ekonomik yaşam içerisinde etkin yerlerde görebilmek için istikrarlı politikalar ve yasalarla desteklemek gerekmektedir (Aksöz ve diğerleri, 2012:3).

18. yüzyıldan günümüze ekonomik dalgalanmalara, bu dalgalanmaların politik ekonomik etkilerine ve teknolojik yeniliklere paralel olarak üretim faktörlerinin üretim süreci içindeki yerleri ve üstlendikleri roller değişmiştir. Günümüzde küreselleşme ve bilişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişmeyle birlikte klasik ticaret anlayışında değişme meydana gelmiş ve girişimciler yoğun rekabet ortamında karar vermek zorunda kalmıştır (Bakırtaş ve Tekinşen, 2006:125). Bu değişim ve gelişme girişimcileri de değişime ve gelişmeye zorlamaktadır.

Yeni ekonomi içerisinde yaşanan pek çok gelişmeler, e-ticaret uygulamalarının işletmeler arasında kabul görmesini hızlandırmıştır. İnternet ve e-ticaret sadece mevcut işletmelere fırsatlar sunmamakta, iş kurmak isteyen yeni girişimcilere de büyük fırsatlar sunmaktadır (Marangoz, 2011:182). Elektronik dış ticaret ise e-ticaretin uluslararası alanlarda yapılmasıdır. İşletmeler, e-dış ticaretin küresel imkâna erişim vermesi, zaman ve mekan sınırlarını ortadan kaldırması, maliyetsiz oluşu en önemlisi de dünya pazarlarına rahatça girebilme, uluslararası rekabet ve kitlesel erişime olanak sağlaması sebebiyle faaliyetlerini hızla e-ticarete uygun hale getirmektedir (Alam ve diğerleri, 2011:376).

Bu çalışmada ticaretin ve girişimciliğin gelişimi ve ekonomi içerisindeki önemi, girişim ve girişimciliğin tanımı, e-dış ticaret kavramı ve e-dış ticaretin girişimcilik üzerindeki etkileri üzerinde durulmaktadır.

## 2. Ticaret ve Girişimciliğin Tarihi

Tarihsel süreç içinde bir vakıa olarak sabittir ki insanoğlu, ilkçağlardan bu yana yaşamını sürdürebilmek amacıyla her türlü olumsuz koşula rağmen ihtiyaçlarını karşılama eğiliminde olmuştur. Kaba taş, yontma taş, cilalı taş ve demirin icadına kadar olan tarihi devirleri, insanoğlunun girişimcilik ruhuyla ve risk almak suretiyle ortaya koyduğu birer yenilik olarak kabul etmek mümkündür. O halde insanlık tarihinin her döneminde insanoğlu řu veya bu şekilde bir girişimcilik faaliyetinde bulunmuştur. Avcı insan topluluklarından sonra gelen tarım çağında ise, yerleşik hayata geçilmiştir. Bu dönemde artan tarımsal faaliyetler, insanoğlunun ilk defa ihtiyaından fazlasını üretmeye başladığını göstermektedir. İşte bu ihtiyaç fazlası mahsul, pazarlarda takas

suretiyle veya değerli maden, para ve para benzeri kıymetli emtia karşılığında el değiştirerek ticari anlamda ilk girişimcilik fikrini ortaya çıkarmıştır (Durukan, 2006: 26). Tarım sektöründen sanayi sektörüne geçişin yaşandığı bu dönemde, girişimciler toprak sahibi zenginler olmuştur. Bu dönemde finansal sermayenin kaynağı denizaşırı ticaret ve bankacılık sistemi olmuştur (Bakırtaş ve Tekinşen, 2006:126).

1700’lerden bugüne, iş yaşamı ele alındığında en önemli siyasi olay Fransız Devrimi olurken, bu dalğanın başlangıcı Sanayi Devrimidir. Sanayi devrimi ile iş hayatı, tarım sektöründen sanayi sektörüne kaymıştır. Dolayısıyla işletmeciliği, günümüz anlamda girişimciliğin tarihini de bu yüzyıla dayandırmak mümkündür. Sanayi devriminin devam ettiği dönemde kapitalizme tepki olarak siyasi alanda Marx’ın öğretisi popülerlik kazanmış ve mevcut politik-ekonomik yaşama tepki olarak meydana gelmiştir (Bakırtaş ve Tekinşen, 2006:126). Weber’e göre, üretim, ticaret, iş örgütleri gibi birçok unsur dünyanın birçok yerinde farklı zamanlarda var olmuş ve olmaya da devam edecektir. Ancak bu kurumların hiçbiri Batıdaki düzeye gelememiştir. Weber Batı insanının bu farklı özelliğini, Protestan alışma ahlakına bağlamaktadır. Dinde reform hareketiyle başlayan bu yeni dönemle birlikte, “burjuva” adı verilen yeni bir sınıf ortaya çıkmıştır; kentlerde yerleşen ve ticaret yapan bu sınıf, Batının yeni dinamiği olmuştur. Burjuvayla birlikte Batıda başlayan i mücadele, günümüz dünyasının kavramlarının ve düzeninin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Batıdaki bu ilk girişimciler, ticaretten kazandıklarıyla glenmişler, güçlendikçe siyasi alanda hak kazanmışlar ve kazandıkları haklarla kendileri için daha elverişli bir ortam oluşturmuşlardır. Böylece sınırlar yeniden çizilmiş, siyasi sistemler değişmiş, kazanmak ve daha çok kazanarak belirli sınırlar içinde zenginliği artırmak Batının temel düşüncesi olmuştur (Durukan, 2006: 26-27).

Daha sonraki dönemde Sosyalizm Kapitalizm’e alternatif olarak dünya siyasi hayatında tartışılmaya ve uygulama alanı bulmaya başlamıştır. Bu dönemdeki en önemli teknolojik yenilikler; nükleer enerji, elektronik ve mikro işlemci teknolojisi olmuştur. Bu dönemde yüksek kalifiye işgücü emek piyasasında yer alırken, üretim tekniklerindeki küreselleşme küresel emek eğitimine neden olmuştur. Bu dönemdeki girişimciler uluslararası yatırımcılardır. 1990’lardan günümüze kadar olan dönemin politik ekonomik yansımaları ise küreselleşme, uluslararasılaşma ve entegrasyondur. Bu dalğanın önemli teknolojik yenilikleri, bilişim teknolojileri, telekomünikasyon, bio teknoloji ve genetik mühendisliğidir. İş yaşamında yer alan emek imalattan ziyade bilgi temelli mal ve hizmet üretiminde yoğun olarak kullanılmaktadır. Girişimciler daha çok özel yatırım kurumları olup; bilişim teknolojisi ve monopolistik medya sektörü bu dönemde ilgi alanları olmaktadır (Bakırtaş ve Tekinşen, 2006:127).

Tarih boyunca girişimciler lkeler arasındaki ticarete ekonomik sistemin yapı taşları hatta belirleyicileri olmuşlardır. Doğunun zenginliklerine ulaşmak amacıyla Avrupalıların yeni ticaret yolları bulmak için başlattıkları ve yeni okyanusların ve kıtaların bulunmasıyla sonuçlanan coğrafi keşişler 15. ve 16. yüzyıllarda etkili olan başlıca gelişmelerdir. Özellikle 13. Yüzyıl sonlarına doğru Marco Polo’nun in seyahati sonrasında yazdığı bu ülkenin zenginliğini anlatan rapor gibi başka Uzak doğu zenginliklerini anlatan seyyah raporları,

coğrafya alanında görülen bilimsel ve teknik gelişmeler örneğin, coğrafya bilgilerinin artması ve gemicilik deneyiminin çoğalması, pusulanın öğrenilmesi, yeni haritaların hazırlanması keşiflere neden olan başlıca etkenlerdendir. Bunlara başlangıçta İspanyol ve Portekiz aristokrasisinin kral ya da kraliçelerinin gemicileri kimi zaman kendi güçlerini arttırmak için kimi zamanda papalığın ya da kilisenin desteğini alabilmek için desteklemeleri eklenebilir. Bu anlamda aristokrasi gemi, erzak ya da silah temin eden bir sponsor ya da finansör gibi davranmış ve Kristof Kolomp [Christoph Colomb (1451-1504)] gibi kaşifler ilk girişimciler olmuşlardır. Girişimcilik ruhu, her tarihte olduğu gibi özellikle esnek üretim ve organizasyon yapılarının önem kazanmaya başladığı günümüz ekonomilerinin gelişimde de daha önemli paya sahip olmaktadır. Çünkü küreselleşen dünyamızda birbirleriyle entegre olan ülkelerarası ilişkiler salt devletler arasında değil halklar arasında da ekonomik, sosyal ve kültürel bağların kuvvetlenmesine ve etkileşimlerin artmasına yol açmaktadır. Morrison (2000), girişimciliğin temellerinin kişide ve içinde yaşanılan toplum ve kültürde aranması gerektiğini söylemektedir; kaynağın insan ruhunda olduğunu ve belirsizlik ve rekabet ortamlarında ortaya çıktığını belirtmektedir. Bu anlamda küresel bir kültür doğmuştur ve rekabet riski de küresel boyuta paralel olarak artmıştır. Yenilikleri uygulayıp uyarlamanın, farklılık yaratmanın, marka olmanın ya da pazar büyütmenin boyutları yerelden küresele kaymıştır. Çünkü artık yerel küresel pazar arasındaki sınırlarda ortadan kalkmakta ve rekabetin boyutu da yerel ile sınırlı kalmamaktadır. Bu anlamda girişimciler kendilerini dış dünyadan yalıtmaları mümkün olmayan yeni dünya düzenine uyum göstermek zorundadırlar (Aksöz ve diğerleri, 2012: 49-50). Girişimciler ekonomik sistem içerisinde önemli bir rol üstlenmektedirler ve hem ülkenin ekonomisine hem de tüketicilere önemli yararlar sağlamaktadır.

Girişimciler, ürettikleri ürün ve sunumlarının sonucunda tüketicilerin sağladığı genel faydalar dışında ayrıca (Aksöz ve diğerleri, 2012: 50);

- Üretimi ve istihdamı arttırırlar, bu anlamda ekonomik ve sosyal dengeye katkı verirler,
- Atıl kaynakları devreye sokarak kaynakların etkin kullanımını sağlarlar; Yeni kaynaklar yaratırlar böylece kıt kaynakları çoğaltırlar,
- Teknoloji ve inovasyon yaratır ve yayarlar.
- Sektörler ve bölgeler arası etkileşimlerle ekonomiye dinamik bir yapı kazandırırılar,
- Ülke ekonomisinin yanında teknolojik ve sosyo-kültürel yapıyı da dış dünya ile bağlarlar.

Tüm bu unsurlar ekonomileri büyüten ve geliştiren öğelerdir. Bu nedenle girişimcilerin salt ulusal değil küresel ekonomide de refah ve verimliliğe katkı yaptığı açıktır. Gelişimde girişimciliğin rolü girişimin riskli ve yenilikçi karakteri ile yakından ilişkilidir. Girişimciler ile dış dünyanın ilişkisi karşılıklıdır. Girişimciler dış dünyadaki politik, ekonomik, teknolojik ve sosyo-kültürel değişimlerden etkilenirken, benzer şekilde onlarda dış ticaret aracılığıyla gittikleri ülkeleri aynı statülerde etkileyebilmektedirler. Dünya'daki gümrüklerin ve diğer ticarete getirilen engellerin ortadan kaldırılması ile girişim ve girişimcilerin önemi artmıştır. Böylece aracıları ortadan kaldırabilen ve

maliyet kısıtlardan kurtulan girişimler -özellikle KOBİ'ler büyük girişimler gibi dünyanın bir ucundaki yeni pazarlara daha rahatça ulaşabilmektedirler (Aksöz ve diğerleri, 2012: 50).

### 3. Girişimcilik ve E-Dış Ticaret

İnsanoğunun tarihin ilk yıllarından bu yana yaşamını devam ettirebilmek ve ihtiyaçlarını karşılayabilmek için yaptıkları faaliyetler basitçe girişim olarak değerlendirilebilir. Geçmişte kullandığımız "teşebbüs" ve "müteşebbis" kavramları yerine bugün daha çok "girişim" ve "girişimci" kavramlarını kullanmaktayız. Günlük hayatta, girişim (enterprise); bir içi yapmak için harekete geçme, başlama, kalkışma durumunu ifade etmekte, girişimci (entrepreneur) ise; böyle bir durum içinde yer alan girişken kişi anlamında kullanılmaktadır (Aytaç ve İlhan, 2007:102).

Girişimci; ekonomik mal ve/veya hizmet üretmek ve/veya pazarlamak için üretim faktörlerini ele geçirip, düzenli bir biçimde bir araya getiren, kar amacı güden ve girişimlerinin sonucu doğabilecek tüm risklere katlanan kişidir (Marangoz, 2012:3). Başarılı bir girişimcinin tipik özellikleri; risk almadaki yeteneği, piyasa fonksiyonlarının nasıl işlediği hakkındaki bilgisi, yenilikçilik, know-how üretebilme, pazarlama becerileri, işletme yönetimi becerisi, işbirliği yapma (co-operate) yeteneğidir. Buna ilaveten, karlı fırsatları yakalayıp elde tutabilme yeteneği, işletme içi fırsatları tanımlayabilme yeteneği, risk (ekonomik, psikolojik, sosyal ilişkiler, kariyer geliştirme ve sağlık) yüklenme isteği de girişimcinin özellikleri arasında sayılabilmektedir (Littunen, 2000:295).

Girişimcilik ise insanın düşünsel emeğinin ekonomik değere dönüşmesi olarak ifade edilmekte ve üretim faktörleri arasında yer almaktadır. Girişimcilik, fırsatları değerlendirmek için kıt kaynakları bir araya getiren değer yaratma süreci olarak tanımlanmıştır. Bu süreç bir grup aktiviteden, fırsatları tanımlamadan, içi tanımlarından, değerlendirmeden, kaynakların elde edilifinden, yönetiminden ve tüm bunların sonucunda alınan sonuçlardan oluşmaktadır (Cristina, 2011:1). Yenilikçi, öncü, rekabetçi olma, risk alma, bir firmanın başarılı olabilmesi, faaliyette bulunduğu sektörde kalıcı olabilmesi için sahip olması gereken özelliklerdir. Bu özellikler de, firma davranışı olarak girişimciliğin boyutlarını oluşturur (Demiroğlu, 2007:1).

Bir girişimcinin geekleştireceği girişim için, üç önemli konuyu dikkate alması gerekir. Bunlardan ilki, girişimcinin çevresel trendler ve değişimlerin yarattığı fırsatları izlemesi olarak belirtilebilir. Girişimcilik için ikinci önemli konu yeniliktir. Bir girişim, yeni ürünler, hizmetler ya da içi yapmanın yeni yolu gibi yeni yaklaşımları değeriftirmesi, dönüştürmesi, pazara sunması gerekir. Son önemli konu ise, büyümedir. Girişimcilerin, büyümeyi izlemesi gerekir. Onlar, büyüklüğünün aynı kalmasından ya da küçük olmaktan hoşnut olmazlar. Bu sebeple de, sürekli olarak trendleri arar ve yeni ürün ve yaklaşımları keşfetmek için çaba sarf ederler (Robbins ve diğerleri, 2003).

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş ile birlikte girişimcilik daha büyük bir önem kazanmıştır. Küreselleşme süreci ile önemi giderek artan ve ekonomide ağırlıklı bir yere sahip olan girişimcilik, aynı zamanda rekabet edebilme niteliklerinin güçlendirilmesine yardımcı olmaktadır (Aksöz ve diğerleri, 2012:3). İnternetin henüz yaygın olmadığı zamanlarda girişimciler

küçük işletmeler grubunda yer almakta ve sadece kendi ülkelerinin sınırları içerisinde faaliyet göstermekteydiler.

Bilişim teknolojilerinin, 1990'lı yıllardan sonra internet temelli teknolojilerle gelişmesi neticesinde, girişimci hem yeni pazarlara açılma hem de faaliyetleri daha uygun finansman imkânlarıyla gerçekleştirme imkânına kavuşmuştur ([www.bilgiyönetimi.org/cm/pages](http://www.bilgiyönetimi.org/cm/pages)). İnternet kullanıcılarının ve web sitesi sayısının hızla arttığı günümüzde internetin sunduğu olanaklardan biri olan elektronik ticaretin boyutu da buna bağlı olarak hızla artış göstermektedir. Elektronik ticaret hacminde meydana gelen bu artış onu, ülkelerin ekonomik, sosyal ve idari yapılarında önemli bazı etkilere sahip hale getirmektedir. Elektronik ticaretin ekonomik etkileri, dünyadaki geleneksel ticaret anlayışından yeni ekonomiye geçiş sürecinin hızlanmasına sebep olmaktadır. Bu etkilerin ekonomilere olan olumlu katkıları ülkelerin elektronik ticaretin gelişmesi yolunda sürekli olarak yeni önlemler alması ve düzenlemelere gitmesi ile doğru orantılı olmaktadır (Altınok vd. 2011:1). Bu alandaki gelişmeler girişimcileri ve girişimciliği derinden etkilemektedir. Bununla ötesinde internetin gelişmesi ve yayılması girişimcilere yeni fırsatlar sunmaktadır (Marangoz, 2011:181). Elektronik ticaretin yaygınlaşması ile birlikte girişimciler elektronik pazar yerlerindeki fırsatlara ve talebe cevap verebilecek yeni ürün ve hizmetleri geliştirebilmektedirler ([www.microsoft.com](http://www.microsoft.com), 1999) . Bu olgu küçük ve büyük bütün girişimciler için küresel pazarlara açılma imkânı vermektedir. Böylelikle girişimciler ülke sınırları dışına çıkarak internet üzerinde dış ticaret faaliyetlerini yürütmeye başlamışlardır.

#### 4. E-Dış Ticaret

İletişim teknolojilerinin sağladığı hız, ucuzluk ve güven pazarlama stratejileriyle birleştğinde, küresel olarak, işletmelerin karlılığını arttırmaktadır (Marangoz, 2011:182). Elektronik ticaret elektronik ortamda alıcı ve satıcıları bir araya getirmektedir. Bu yönüyle elektronik ortamdaki ticaretin sınırları ulusal düzeyden uluslararası düzeye taşınmıştır. Diğer bir ifade ile ürünün milliyeti kavramı ortadan kalkmıştır (Bozkurt, 2000:98).

E-dış ticaret, mal ve hizmetlerin üretim, tanıtım, satış, sigorta, dağıtım ve ödeme işlemlerinin bilgisayar ağları üzerinden yapılmasıdır. Elektronik dış ticaret, ticari işlemlerden biri veya tamamının elektronik ortamda gerçekleştirilmesi yoluyla reklam ve pazar araştırması, sipariş ve ödeme ile teslim olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır. Yurtiçi ve yurtdışındaki alıcı, satıcı, ülke, ürün veya pazar araştırması ve bununla birlikte şirketler arası, şirket tüketici arası, şirket kamu kuruluşu arası gerçekleşen ticari işlemlerin tamamının veya bir bölümünün elektronik iletişim kanalları kullanılarak hızlı, verimli şekilde yapılması ve gerçekleştirilmesine, yüz binlerce şirketle direkt temasın internetin verimli kullanımıyla sağlanabilmesine olanak tanıyan bir ticaret şeklidir (Erbaşlar ve Dokur, 2012: 146).

Elektronik dış ticaret, e-ticaretin uluslararası alanda yapılmasıdır. Elektronik dış ticaret için gerekenler internet bağlantısı olan bilgisayar ve e-dış ticaret sitesidir. Elektronik dış ticaret, dünyanın herhangi bir yerinden belirli bir mekâna bağlı kalmaksızın sadece internet bağlantılı bilgisayarlar ile dünyanın herhangi bir yerine ürünlerin pazarlanmasıdır. Global olarak satış yapmak için

dünyanın her yerinde mağazalar açmaya gerek yoktur, bunun yerine sanal dış ticaret mağazası ile dünyanın her yerinden milyonlarca müşteriye ulaşılabilir. Elektronik dış ticaret sayesinde hangi ülkede hangi ürüne talep var, bölgelere müşteri talepleri neler gibi bilgileri saptamak daha kolaydır. Bu özellik sayesinde bu yönde kampanyalar ile daha çok satış yapılabilir. Müşterilere kendi ülkelerinde bulamayacakları ürünleri tanıtıp sunarak ilgileri çekebilir böylece yerel rakiplere oranla tercih edilme olasılığı artacaktır. Başarılı bir dış ticaret sayesinde pazarlama, reklam ve satış maliyetleri düşer ve kar oranınız artar. E-dış ticaret sitesi sayesinde uluslararası pazara hızlı ve güvenli bir biçimde girilirse, risksiz ve sermayesiz bir şekilde bütün dünya ile ticari ilişkiler kurulabilir. E-dış ticaret sitesi ile bir aracı olmaksızın tüketicilere satış yapılırsa, aracı olmadığı için daha uygun fiyattan satılan ürünler müşteriler tarafından daha çok talep görür ve bu sayede daha çok satış yapılabilir (Erbaşlar ve Dokur, 2012:149-150).

Türkiye'deki şirketlerin %90'ı aile şirkettir. Bu şirketlerin sermaye yapıları zayıftır. Girişimciler arasında "küçük olsun, benim olsun" mantığı vardır. Bu nedenle, aynı şehirde aynı iş kolunda üretim ve dağıtım yapan çok sayıda küçük işletme vardır. Küçük işletmelerin, uluslararası düzeyde araştırma-geliştirme, üretim, tanıtım, pazarlama ve satış sonrası destek hizmeti sunmaları oldukça güçtür (Gültekin, 2007:277). Dış pazarların iyi tanınmaması, ihracatçı firma ile alıcıların farklı ülkelerde olmaları ve aralarında birçok aracı işletmenin bulunması, belirsizliği ve riski arttırmaktadır (Özcan, 2000:63). Girişimciliğin risk alma ve fırsatlara odaklanma boyutları, bu belirsizlik ortamında girişimcilerin dış ticaret faaliyetlerini sürdürmelerinde kolaylık sağlayacaktır. Elektronik dış ticaretin yerel ekonomide önemli rol oynayan girişimciler üzerinde birçok etkisi bulunmaktadır. Elektronik dış ticaret sayesinde işletmeler artık ülke sınırları dışına çıkarak küresel pazarlarda rekabet edebilir konuma gelmektedirler.

## **5. Elektronik Dış Ticaretin Girişimcilik Üzerine Etkileri**

Tarafların dış ticarete ilişkin iş bağlantılarını ve uluslararası pazarlama, reklam gibi faaliyetlerini elektronik ortamlar aracılığıyla, yüz yüze gelmeden yaptıkları bir ticaret biçimi olan e-dış ticaret, sağladığı fırsatlar ve sahip olduğu özellikler sayesinde çağın dış ticaret şekli haline gelmektedir (Kara ve Coşkun, 2012:183). Müşterilerin sanal ortamda gerçek alışveriş, yatırım ve bunun gibi ticari faaliyetleri, günün herhangi bir saatinde ve oturdukları yerden gerçekleştirme imkânı tanıyan elektronik ticaret, özellikle rekabet şansı düşük olan küçük ve orta ölçekli (KOBİ) işletmelere de cazip imkânlar sunmaktadır. Elektronik ticaret ile birlikte küçük işletmeler ulusal ve küresel pazarda rekabet edebilme şansına sahip olmaktadır (Bozkurt, 2000:111). Dünya ticaret hacmi özellikle 1990'lı yılların başından itibaren hızlı küreselleşmeye paralel olarak artarak çok büyük hacimlere ulaşmıştır. Hemen her ülke yeni pazarlara ulaşma imkânı sağlamış ve daha önce gidilmeyen pazarlara ulaşmaya başlamıştır. 2000'li yılların başından itibaren dünya ekonomisinde yaşanan topyekûn hızlı büyüme tüm pazarlarda talep artışı yaratmıştır. Özellikle gelişmiş ülkelerin daha fazla tüketmeye başlaması bu ülkelere mal ve hizmet ihraç eden ülkeler açısından yeni fırsatların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu gelişmelere paralel olarak daha önce dünya pazarlarında fazla rolü olmayan gelişmekte olan

lkelerle geri kalmış ülkelerin de dünya pazarlarına girmesine yol açmıştır. Dünya pazarlarına mal ve hizmet ihraç etmek kavramı dünya pazarlarıyla ticaret yapmak şeklinde kullanılır hale gelmiştir (Kırcova, 2010:15). Bu sayede işletmelerin faaliyetleri uluslararası arenalara taşınmış ve lkeler kendi aralarında rekabet edebilir konuma gelmişlerdir.

Günümüzde uluslararası ticaretin kurallarının daha da belirginleşmesi, küreselleşmenin taşlarının yerine oturması ve dünya üzerindeki kaynakların bir iş bölümü çerçevesinde organize edilmeleri, firmaların uluslararası boyut kazanmasını ve küresel alanda söz sahibi olmalarını sağlamıştır. Bu faktörler ticaretin olağanüstü hızlanmasına neden olmaktadır. Genel olarak dış ticarete, yeni iş alanları ve sektörleri yaratarak hareket etmek yerine, daha çok hlihazırda kazandırdığı görülen ve sektörde yer edinmiş konularda dış ticaret yapmak tercih edilmektedir. Bu noktada, dış ticaret yaparken rekabetin çok fazla olması nedeni ile bakış açısını genişletmek, risk almak, yenilikçi ve yaratıcı olmak çok önemlidir (Aksöz ve diğerleri, 2012:51). Risk alma, yenilikçilik ve fırsat odaklı olmak girişimciliğin temel özelliklerini oluşturduğundan dolayı girişimciler bu özellikleriyle bu rekabet ortamında diğer büyük işletmelere göre daha avantajlı konuma geçebilmektedirler. Bundan dolayı dış ticaret faaliyetlerinin elektronik ortamda yapılmaya başlanması girişimcilik açısından önemli bir gelişme olmuştur.

İletifim ve bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler neticesinde bilgisayar ve internet kullanımı her geçen gün daha fazla artmaktadır. İnternetin hayatımıza girmesi, yeni bir girişimcilik fırsatı yaratmıştır. Kafasında orijinal bir fikri olmakla birlikte elinde yeterli sermayesi olmayan kişilere, orijinal fikirlerini uluslararası düzeyde uygulamaya geçirme imkânı sağlamaktadır. Girişimciler, bilişim teknolojisinde yaşanan gelişmeler neticesinde, piyasaya girerken pek çok fırsatla karşı karşıya kalmaktadır. Bunlar genel olarak; i) piyasaya girmek için göreceli olarak düşük maliyet, ii) bütün dünyadaki müşterilere ulaşma, iii) mal ve hizmetlerin kişiselleştirilmesi olarak ifade edilebilir (Bakırtaş ve Tekinşen, 2006:134). Sermayesi az olan ve bu yüzden sadece kendi buldukları evre ya da ülke içerisinde faaliyet gösteren kk işletmeler küresel pazarlarda yerini almaya başlamıştır.

Geleneksel anlamda küreselleşmenin başlıca gleri olan çok uluslu şirketler ve onların direk yatırımları dış ticaretin akışından temel olarak sorumludur. Ancak son dönemlerdeki uluslararası ticaret ve yatırımlardaki artışlar, mevcut küresel oyuncu şirketlerden değil, öncelikli olarak i piyasalara odaklanmış şirketlerden kaynaklanmaktadır. Yani bugünün küreselleşen ekonomilerinin özelliklerinden en göze çarpanı, sadece büyük şirketler değil kk ve yeni girişimlerden oluşan ve uluslararası faaliyetleri üstlenen şirketlerin büyüyen sayılarıdır (Aksöz ve diğerleri, 2012:59). Böylelikle küresel pazarlar içerisinde yer almaya başlayan girişimciler, küresel ekonomiye katkıda bulunmakta ve dünya ekonomisine büyük katkılar sağlamaktadırlar.

Girişimcilik, ekonomik gelişmenin de en önemli unsurlarından biridir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerin ekonomi alanındaki başarısı kk girişimcilerin sayısındaki artışa bağlıdır. Girişimciliğin bu kadar önemli olmasının nedeni; yenilik, yeni işletmelerin kurulması ve istihdam yaratma faktörlerinin oluşturdukları sinerjinin ekonomiyi olumlu yönde harekete geçirmesidir. Girişimcilerin, ekonomik gelişmeye sadece istihdam ya da gelir



yaratarak katkıda bulunmasının ötesinde, toplumun ihtiyaçlarını gidermeye yönelik yaptıkları yatırım ve üretim faaliyetleriyle toplumun genel refah seviyesini yükseltmekte de önemli bir rol üstlendikleri görülür. Ekonomik gelişmeye ve toplumsal refaha katkıda bulunabilmenin pek de kolay olmadığı günümüzde bunu sağlayacak girişimcilik fonksiyonunun bağımsız değişkenleri; istihdam yaratmak, yeni mal ve hizmetler sunmak, çeşitliliği ve kaliteyi arttırmaktır. Bu değişkenlerden doğru bir şekilde yararlanmak ve başarılı olabilmek için; hizmet ve kalite bilinci sahibi olmak, değişimlere uyum sağlayabilmek, rakiplerden farkı ortaya koyabilmek ve fırsatları iyi değerlendirebilmek gibi yeteneklere sahip olmak gerekmektedir. Bunlara sahip olmanın zorluğu girişimciliğin ekonomik ve ekonomik gelişme açısından önemini bir kez daha ortaya koymaktadır (Aksöz ve diğerleri, 2012: 51). Girişimciler uluslararası alanda faaliyet gösteren çok uluslu büyük işletmelere göre daha esnek yapıya sahip olduklarından dolayı, elektronik e-ticaret sayesinde pazarda meydana gelen değişimlere çok daha çabuk cevap verebilme imkânına sahiptirler. Tüm faaliyetlerini internet üzerinden gerçekleştiren girişimcilerin üzerinde maliyetler bir baskı unsuru oluşturmadığından dolayı küresel ortamda birçok müşteriye ulaşarak, sermaye bakımından küçük olma dezavantajlarını e-dış ticaret sayesinde bir rekabet aracı olarak kullanabilmektedirler.

Elektronik ticaretin girişimcilere geleneksel ticaret yöntemlerine göre sunduğu avantajlar, e-dış ticaret içinde geçerlidir. Bunlardan bazıları aşağıdaki şekilde ifade edilebilir (Aksöz ve diğerleri, 2012:194):

- Kurulum ve işletim maliyetlerinden tasarruf ederler; mağaza görevlilerine ve yüksek kira bedelli mekânlara ihtiyaçları ortadan kalkar.
- Sipariş sürecindeki masraflar azalır ve müşteri siparişleri doğrudan sipariş veritabanına gelir.
- Küresel ortamda birçok müşteriye ulaşılması, satışların artmasını sağlar.
- Günde 24 saat, haftada yedi gün açık olma fırsatı yakalanır.
- Büyük firmalarla rekabet edilebilme imkânı sağlanır.
- Elektronik işlemler yoluyla ödemeler daha hızlı ve daha kolay alınır.
- Normalde fiziki mağazaya gelmeyecek olan müşterilerin de mal veya hizmetleri incelemeleri sağlanır.
- Müşteri alımlarının izlenmesiyle toplanan veriler kullanarak firmanın faaliyetleri geliştirilebilir.
- Online mağazaların mevcut müşteriler için katalog olarak kullanılması sağlanır.

## 6. Sonuç ve Değerlendirme

Girişimcilik ve yenilikler ekonominin yaratıcı sürecinin merkezinde yer almakta ve yeni iş olanakları yaratmaktadır. Girişimciler fırsatları hissedene ve yeni piyasalar yaratabilmek için, yeni ürünler ve üretim süreçleri geliştirebilmek için risk alan kişilerdir. Bütün bunlardan çıkarılacak sonuç ise, girişimciliğin ekonomik gelişmede önemli bir rol oynadığıdır. Günümüzde uluslararası ticaretin kurallarının daha da belirginleşmesi, küreselleşmenin taşlarının yerine oturması ve dünya üzerindeki kaynakların bir iş bölümü çerçevesinde organize edilmeleri, firmaların uluslararası boyut kazanmasını ve küresel alanda söz sahibi olmalarını sağlamıştır. Bu faktörler ticaretin olağanüstü hızlanmasına neden olmaktadır. Genel olarak dış ticarete, yeni iş alanları ve sektörleri yaratarak hareket etmek yerine, daha çok hlihazırda kazandırdığı görülen ve sektörde yer edinmiş konularda dış ticaret yapmak tercih edilmektedir. Bu noktada, dış ticaret yaparken rekabetin çok fazla olması nedeni ile bakış açısını genişletmek, risk almak, yenilikçi ve yaratıcı olmak çok önemlidir (Aksöz ve diğerleri, 2012: 51). Bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sonucunda yerel ekonomide önemli yeri olan girişimcilerin kendilerini geliştirmeleri ve küreselleşme sonucunda meydana gelen değişimlere ayak uydurmaları hayatlarını sürdürmelerini sağlayacaktır.

Son on yılda bilgisayar teknolojisindeki ve bilgi iletişim teknolojilerinde görülen önemli gelişmeler, günümüzde internet kullanımını temel bir ihtiyaç haline getirmiştir. Artık ihracat yapsın veya yapmasın bütün kk, orta ve büyük ölçekli firmalarda internet yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Hatta bu firmaların birçoğunun kendi web siteleri mevcuttur. Benzer durum tüketiciler için de geçerlidir. Çoğu tüketicinin evinde bilgisayar vardır ve internet kullanılmaktadır. Dolayısıyla girişimciler interneti kullanarak potansiyel müşterilerine daha kolay ulaşabilme fırsatına sahiptirler. İnternet dış pazarlara açılacak olan girişimcilere, firmalarının faaliyetlerini ayrıntılı olarak tanıtma ve müşterilerinden doğrudan geri bildirim alma imkânı verir. Girişimci internette kendi sitesini oluşturarak, bu yolla mallarını veya sunduğu hizmeti, dünyanın diğer ucunda olsa bile potansiyel müşterilerine kolayca tanıtır. İnternet, firmaların tanıtım ve potansiyel müşterilerle ilişki kurabilmesinin yanı sıra, en yaygın biçimi ile firmalara, on-line pazarlama/internet mağazacılığı gibi elektronik ticaret yöntemleriyle de küresel bir pazarda, 7 gün 24 saat pazarlama ve doğrudan satış olanaklarını sunmaktadır. Son yıllarda artan elektronik ticaret, sınırların hızlı bir şekilde kalkmasına yol açmış ve dış ticarete kolaylıklar sağlamıştır (Aksöz ve diğerleri, 2012:194). Böylelikle e-dış ticaret kavramı gelişme göstermiştir. E-dış ticaret faaliyetlerinin artması ile birlikte küresel pazarlarda rekabet artmış ve bu rekabet içerisinde ayakta kalabilmek için kk işletmelerde faaliyetlerini uluslararası alanda gerçekleştirmeye başlamışlardır.

Önceleri sadece büyük ölçekli işletmeler uluslararası düzeyde rekabet edebilmekteydi fakat iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler sonucunda lkeler arasındaki sınırların kalkmasıyla birlikte kk ölçekli işletmelerde bir başka ülkedeki işletmelere, müşterilere bilgi teknolojileri ile rahatlıkla ulaşabilmekte, dünyanın her yerindeki diğer işletmelerle rekabet etme şansını yakalamışlardır. Bu anlamda e-dış ticaretin girişimcilik üzerinde önemli etkileri olmakta ve girişimcilerin ülkeleri dışına çıkmalarına önemli katkıda bulunmaktadır. E-dış ticaret dış ticaretin uluslararası alanda yapılmasıdır.

Önceleri uluslararası pazarlarda sadece büyük işletmeler yer alırken rekabet, iletişim teknolojilerinde meydana gelen gelişmeler sonucunda küçük ölçekli işletmelerde küresel pazarlarda yer alabileceklerdir. Sonuç olarak e-dış ticaretin girişimcilik üzerinde büyük etkileri olduğu ve küçük işletmelerin elektronik ortam üzerinden dış pazarlara açılarak büyüme hedeflerini gerçekleştirebilecekleri söylenebilir. Bu nedenle girişimciler yoğun rekabet ortamında yaşamlarını sürdürüebilmek için bilgi teknolojilerinde yaşanan gelişmelerle birlikte, kendi olanakları ölçüsünde e-dış ticareti faaliyetlerinin önemli bir parçası haline getirmeleri gerekmektedir.

### **Kaynakça**

- Aksöz, E.O., Adaçay, F.R., Kozak, R., Esen, E. ve Bakır, H. (2012). *Dış Ticarete Girişimcilik*, Anadolu Üniversitesi Yayını No:2480, Açıköğretim Fakültesi Yayını No:1451, 1. Baskı, Eskişehir.
- Alam, S.S., Ali, M.Y., Fauzi, M., JanP, M. (2011). An Empirical Study Of Factors Affecting Electronic Commerce Adoption Among Smes In Malaysia, *Journal of Business Economics and Management*, 12-2: 375-399.
- Altınok, S., Sugözü, İ.H., Çetinkaya, M., (2011). *Geleneksel Ticaretten Yeni Ekonomiye Elektronik Ticaretin Temel Ekonomik Etkileri*, <http://inet-tr.org.tr/inetconf9/bildiri/89.pdf> , Erişim Tarihi:27.03.2013.
- Bakırtaş, H. ve Tekinşen, A. (2006). E-Ticaretin Girişimcilik Üzerindeki Etkileri, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı:16, Sayfa:125-138.
- Bozkurt, V. (2000). *Elektronik Ticaret*, Alfa Yayınları, 1. Baskı.
- Cristina, S. (2011). The marketing entrepreneurship and the SMEs competitiveness, *Journal Of Knowledge Management, Economics And Information Technology*, Volume:1, Issue No:2.
- Demiroğlu, Y. (2007). *Firma Davranışı Olarak Girişimcilik*, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.
- Durukan, T. (2006). Dünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, ½, Aralık, Sayfa:25-37.
- Erbaşlar, G. ve Dokur, ř. (2012). *Elektronik Ticaret E-Ticaret*, Nobel Yayıncılık, Geliştirilmiş 2. Basım, İstanbul.
- Gültekin, S. (2007). Küresel Rekabet Ortamında Türkiye'nin Dış Ticarete Verimlilik ve Rekabet Gücü, Markatek 2007, *Marka Kalite ve Teknoloji Yönetimi Sempozyumu bildiriler Kitabı*, 18-19 Mayıs, Gaziantep.
- Kara, M. ve Coşkun, A. (2012). E-Dış Ticarete Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri : Gıda Sektörü Örneği, *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Sayı:33, Ağustos, Sayfa:183-192.

- Kırcova, İ. (2010) *Dünyada ve Türkiye’de E-İhracat Uygulamaları*, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No:2010-19.
- Littunen, H. (2000) Entrepreneurship and the Characteristics of the Entrepreneurial Personality, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, Volume: 6, No:6, pp:295-299.
- Marangoz, M. (2011). Girişimciler İçin Sınırsız Ticaret: E-Ticaret, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, Cilt:6, Sayı:1, Sayfa:181-201.
- Marangoz, M. (2012). *Girişimcilik*, Beta Yayınları, İstanbul.
- Morrison, Alison (2000). Entrepreneurship: What Triggers It?, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, V:6, No: 2, pp.59-71.
- Özcan, M. (2000). *Uluslararası Pazarlama*, Türkmen Kitabevi, İstanbul.
- Robbins S. P., Bergman R., Stagg, I. ve Coulter M. (2003). *Management*, Third Edition, Prentice Hall, China.
- WTO and Electronic Commerce: Issues for World Trade, A Microsoft White Paper, September, 1999, <http://www.microsoft.com/issues/essays/1999/11-15wto-b.msp>, (Erişim Tarihi:27.03.2013).
- [www.bilgiyönetimi.org/cm/pages](http://www.bilgiyönetimi.org/cm/pages), (Erişim Tarihi: 20.03.2013)
- [www.microsoft.com](http://www.microsoft.com), 1999, (Erişim Tarihi: 15.03.2013)