

T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

E-TİCARET UYGULAMALARININ DOĞRUDAN
YABANCI SERMAYE YATIRIMLARINA OLAN ETKİLERİ

İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Zekeriya ŞAHİN

Tez Danışmanı
Yrd. Doç. Dr. Erdal ŞEN

İstanbul-2017

TEZ TANITIM FORMU

- ADI SOYADI** : Zekeriya ŞAHİN
- TEZİN DİLİ** : Türkçe
- TEZİN ADI** : E-Ticaret Uygulamalarının Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarına Olan Etkileri
- ENSTİTÜ** : İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- ANABİLİM DALI** : İşletme
- TEZİN TÜRÜ** : Yüksek Lisans
- TEZİN TARİHİ** :/...../2017
- SAYFA SAYISI** : 110
- TEZ DANIŞMANI** : Yrd. Doç. Dr. Erdal ŞEN
- DİZİN TERİMLERİ** : Elektronik Ticaret, Elektronik İş, Elektronik Belge, Türkiye’de Elektronik Ticaret, Yatırım, Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Yeni Yatırımlar.
- TÜRKÇE ÖZET** : Bu tez, e-ticaret uygulamalarının doğrudan yabancı sermaye yatırımlarına olan etkilerinin neler olduğuna yönelik, alan uygulamalı bir çalışmadır.
- DAĞITIM LİSTESİ** : 1. İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
2. Tez Danışmanı

Zekeriya ŞAHİN

T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

E-TİCARET UYGULAMALARININ DOĞRUDAN YABANCI
SERMAYE YATIRIMLARINA OLAN ETKİLERİ

İŞLETME ANABİLİM DALI
İŞLETME BİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

Hazırlayan
Zekeriya ŞAHİN

Tez Danışmanı
Yrd. Doç. Dr. Erdal ŞEN

İstanbul-2017

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğu, başkalarının eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğu, kullanılan verilerde herhangi tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez olarak sunulmadığını beyan ederim.

Zekeriya ŞAHİN

.... /...../ 2017



T.C.
İSTANBUL GELİŞİM ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Zekeriya ŞAHİN'in "E-Ticaret Uygulamalarının Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarına Olan Etkileri" adlı tez çalışması, jürimiz tarafından İşletme anabilim dalında Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan

Prof. Dr. Orhan İŞCAN

Üye

Yrd. Doç. Dr. Erdal ŞEN
(Danışman)

Üye

Yrd. Doç. Dr. Levent POLAT

ONAY

Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu
onaylım.

... / ... / 2017

Doç. Dr. Ragıp Kutay KARACA
Enstitü Müdürü

ÖZET

Doğrudan yabancı yatırımlar, ülkelerin kalkınmasında ve döviz girdilerinde önemli bir yere sahiptir. Diğer taraftan elektronik ticaret, sağladığı maliyet avantajı, hız, çeşit, zaman kazandırma gibi avantajlarıyla dünyanın her yerinden tüketiciye ulaşmayı sağlayabilmektedir. Günümüzde doğrudan yabancı yatırımlar, elektronik ticaretin yaygınlaşmasıyla birçok ülkede söz konusu olabilmektedir. Türkiye’de de doğrudan yabancı yatırımların elektronik ticaret yoluyla artabilmesi için işletmelerin gerekli olan Araştırma Geliştirme (Ar-Ge) çalışmalarını ve alt yapı eksikliklerini tamamlaması büyük önem arz etmektedir.

Bu çalışma, e-ticaret uygulamalarının doğrudan yabancı sermaye yatırımlarına olan etkilerinin neler olduğuna yönelik, alan uygulamalı bir çalışmadır. Araştırmanın evrenini ve örneklemini; İstanbul Beylikdüzü Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren; kooperatiflere bağlı işletmelerde çalışan 786 kişiden çalışmanın evreninin ve 378 kişi örneklemini oluşturmuştur.

Çalışmanın analizleri sonrasında; şirket evliliklerinin, bilgi teknoloji sektöründe elektronik ticaretin yoğun bir şekilde kullanılmasının doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırdığı tespit edilmiştir. Bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin kullanılması doğrudan yabancı yatırımların artışına neden olduğu gözlemlenmiştir.

Anahtar Sözcükler: Elektronik Ticaret, Elektronik İş, Elektronik Belge, Türkiye’de Elektronik Ticaret, Yatırım, Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Yeni Yatırımlar.

SUMMARY

Foreign currency inflow in foreign direct investment and has a significant place in the development of the country. On the other hand, the electronic commerce provided by the advantage of cost, speed, variety, is able to reach consumers all over the world with its advantages such as time saving. Today, foreign direct investment, with the spread of electronic commerce in many countries. Foreign direct investments in Turkey of electronic commerce businesses that are required to grow through R & D activities and infrastructure to complete the deficiencies is of great importance.

This study of foreign direct investment in e-commerce applications what's the effects of the field for practical study. Population and sample of the study; Istanbul beylikdüzü organized Industrial Zone operating in the cooperatives affiliated businesses and people working in the universe of the study constituted the sample of the study 786 378 people.

The analysis in the study, following the merger area, the intensive use of electronic commerce in the health sector and the information technology industry; new investments and foreign direct investments increase (positive relationship) have been identified. In addition, in the industry of electronic products and intensive use of electronic commerce in the information technology industry; increases in foreign direct investment in the retail sector (positive relationship) have been identified.

Key Words: Electronic Commerce, Electronic Business, Electronic Document, Electronic Commerce in Turkey, Investment, Foreign Direct Investments, New Investments.

İÇİNDEKİLER

	SAYFA
ÖZET	I
SUMMARY	II
İÇİNDEKİLER	III
KISALTMALAR LİSTESİ	VIII
TABLolar LİSTESİ	X
ŞEKİLLER LİSTESİ	XII
GRAFİKLER LİSTESİ	XIII
EK LİSTESİ	XIV
ÖNSÖZ	XV
GİRİŞ	1
BİRİNCİ BÖLÜM.....	2
ELEKTRONİK TİCARET İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR VE ELEKTRONİK TİCARET TÜRLERİ	2
1.1. ELEKTRONİK TİCARET İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR.....	2
1.1.1. Elektronik İş.....	2
1.1.2. Elektronik İmza.....	2
1.1.3. Elektronik Belge	3
1.1.4. Elektronik Kimlik Belgesi	3
1.1.5. Elektronik Noter.....	3
1.1.6. IP Adresi	4
1.1.7. TCP/IP Protokolü.....	4
1.1.8. Şifreleme	4
1.1.9. Dijital Sertifika	5
1.1.10. Sayısal İmza (Dijital İmza)	5
1.1.11. Sertifika Hizmet Sağlayıcısı	5
1.2. ELEKTRONİK TİCARET TÜRLERİ	6
1.2.1. İşletmeden İşletmeye Elektronik Ticaret	6
1.2.1.1. İşletmeler Arası Toplayıcılar	6
1.2.1.2. Ticari Hareket Merkezi	7
1.2.1.3. İşletmeler Arası Açık Arttırma Pazarları	7
1.2.1.4. Tümüyle Otomatik Değiş-Tokuş İşlemleri	8
1.2.1.5. Posta ve Broşür Pazarlamaları	8
1.2.2. İşletmeden Tüketicie Elektronik Ticaret	9
1.2.2.1. E-Mağazacılık	9
1.2.2.2. Sanal Ortaklıklar.....	10
1.2.2.4. Değer Zinciri Servis Sağlayıcıları.....	10
1.2.2.3. Üçüncü Şahıs Market Sahaları	11
1.2.3. Tüketiciden Tüketicie Elektronik Ticaret.....	11
1.2.4. Yönetimden İşletmeye Elektronik Ticaret.....	12
1.2.5. Yönetimden Tüketicie Elektronik Ticaret.....	12
1.2.6. Uçtan Uca Elektronik Ticaret	13
1.2.7. İşletme-Devlet Arası Elektronik Ticaret.....	13
1.2.8. Tüketici-Devlet Arası Elektronik Ticaret	14

İKİNCİ BÖLÜM	16
TÜRKİYE'DE ELEKTRONİK TİCARET; SİSTEMLER, SEKTÖREL DÜZEYDE ETKİLERİ, PAZARLAMA, REKLAMCILIĞA, YÖNETİME VE SOSYAL HAYATA ETKİLERİ.....	16
2.1. TÜRKİYE'DE ELEKTRONİK TİCARET SİSTEMLERİ	16
2.1.1. Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapı Planı Sistemi.....	16
2.1.2. Bilgisayarlı Gümrük Etkinlikleri Sistemi.....	16
2.1.3. Elektronik Veri Değişim Sistemi.....	17
2.1.4. Gümrük Veri Ambarı Sistemi Projesi	17
2.1.5. TTNNet Projesi	18
2.1.6. Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu.....	18
2.2. ELEKTRONİK TİCARETİN SEKTÖREL DÜZEYDE ETKİLERİ	19
2.2.1. Haberleşme.....	19
2.2.2. Eğitim	19
2.2.3. Sağlık	20
2.2.4. Kitle İletişim Araç ve Eğlence	20
2.2.5. Bankacılık ve Finans	20
2.2.6. Bilgi Teknolojisi	21
2.2.7. Taşımacılık.....	22
2.2.8. İş Hizmetleri	23
2.2.9. Perakende Satış.....	23
2.2.10. İmalat Sanayi	24
2.3. ELEKTRONİK TİCARETİN PAZARLAMA VE REKLAMCILIĞA ETKİLERİ.....	25
2.3.1. Pazar Büyütme, Maliyet ve Hız.....	25
2.3.2. Sipariş Sistemleri.....	26
2.3.3. Yeni Satış Kanalları.....	26
2.3.4. Kişiyeye Özel Bilgilendirme	27
2.3.5. Ürün Destek Hizmetlerinin Kolaylığı	28
2.3.6. Zaman Tasarrufu.....	29
2.3.7. Devir Zamanının Kısılması	29
2.3.8. Müşteri Hizmetlerinde Hızlılık	30
2.3.9. İmaj Artışı	31
2.4. ELEKTRONİK TİCARETİN YÖNETİME ETKİLERİ.....	31
2.4.1. Çabukluk	32
2.4.2. Elektronikleşme.....	32
2.4.3. Hareketlilik.....	33
2.4.4. Çalışma Grupları Oluşturma.....	33
2.5. ELEKTRONİK TİCARETİN SOSYAL HAYATA ETKİLERİ	34
2.5.1. Bilgi Paylaşma ve Dayanışma	34
2.5.2. Tele-çalışma.....	34
2.5.3. Vatandaşların Yaşam Düzeyinin Geliştirilmesi.....	35
2.5.3.1. Eğitim ve İnternet	35
2.5.3.2. Sağlık (Tele-Tıp)	36
2.5.3.3. Yaşam Boyu Öğrenim ve Uzaktan Eğitim	37
2.5.3.4. Demokrasi ve İnternet	37

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM	39
DOĞRUDAN YABANCI YATIRIM KAVRAMI, DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIM; TÜRLERİ, YATIRIMLARA YÖNELME SEBEPLERİ VE EV SAHİBİ ÜLKEDEKİ ETKİLERİ	39
3.1. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIM KAVRAMI VE İLGİLİ KAVRAMLAR	39
3.1.1. Yatırım Kavramı	39
3.1.2. Doğrudan Yabancı Yatırım Kavramı	39
3.1.3. Doğrudan Yabancı Yatırımlar Üzerinde Kurumların Etkileri	40
3.2. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIM TÜRLERİ	41
3.2.1. Yeni Yatırımlar	41
3.2.2. Şirket Evlilikleri	41
3.2.3. Özelleştirmeler	42
3.2.4. Serbest Bölgeler.....	42
3.3. İŞLETMELERİN DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARINA YÖNELMESİNİN NEDENLERİ	43
3.3.1. Tedarikle İlgili Nedenler	43
3.3.1.1. Düşük Üretim Maliyetleri.....	43
3.3.1.2. Düşük Taşıma Maliyetleri	44
3.3.1.3. Hammadde Temini	44
3.3.1.4. Dışarıda Montaj veya Dışarıdan Tedarik	45
3.3.1.5. Üretim Kaynaklarını Çeşitlendirmek	45
3.3.1.6. Teknoloji ve İnsan Kaynaklarına Erişim	46
3.3.2. Taleple İlgili Nedenler	47
3.3.2.1. Yeni Pazarlar.....	47
3.3.2.2. İthalat Kısıtlamaları.....	47
3.3.2.3. Yerel Mevcudiyet.....	48
3.3.2.4. Ulusal Kuralları Satın Almak	49
3.3.2.5. Olumlu İmaj.....	49
3.3.2.6. Rakiplerin Tehditlerine Cevap Vermek	50
3.4. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ EV SAHİBİ ÜLKEDE MEYDANA GETİRDİĞİ ETKİLER	51
3.4.1. Ekonomik Büyüme Üzerine Etkileri.....	51
3.4.2. Ödemeler Dengesi Üzerine Etkisi.....	51
3.4.3. İnsan Kaynakları ve İstihdam Üzerine Etkisi	52
3.4.3.1. İstihdam Yaratma Etkisi.....	53
3.4.3.2. İşgücünün Niteliği ve Verimlilik Üzerine Etkileri	54
3.4.3.3. Ücretler Üzerine Etkileri.....	54
3.4.4. Teknoloji Transferi Üzerine Etkisi	55
3.4.5. Uluslararası Ticaret Üzerine Etkileri.....	55
3.4.5.1. Döviz Girişi Sağlama	56
3.4.5.2. İhracatı Arttırma	57
3.4.5.3. Ekonomiye Dinamizm Rekabet ve Getirme	57
3.4.5.4. Ölçek Ekonomisi Yaratma	58
3.4.5.5. Vergi Geliri Sağlama	58
3.5.6. Rekabet Üzerine Etkileri	59
3.5.6.1. Yoğunlaşma Üzerine Etkileri	60
3.5.6.2. Şirket Performansına Etkileri	60
3.5.6.3. Anti-Rekabetçi Etkileri	61

3.5.7. Ekonomik Krizler Üzerine Etkileri.....	62
3.5.8. Araştırma–Geliştirme Faaliyetlerinin Gelişmesinde Uluslararası Yatırımların Rolü	63
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	64
E-TİCARET UYGULAMALARININ DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARINA OLAN ETKİLERİNİN ANALİZİ.....	64
4.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ.....	64
4.1.1. Araştırmanın Amacı.....	64
4.1.2. Araştırmanın Önemi	64
4.1.3. Araştırmanın Kapsamı.....	64
4.1.4. Araştırmanın Problemi.....	64
4.1.5. Araştırmanın Alanı ve Örneklem Büyüklüğü	65
4.1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları	65
4.1.7. Araştırmanın Modeli	65
4.1.8. Araştırmanın Varsayımları	66
4.1.9. Araştırmanın Hipotezleri	66
4.1.10. Araştırmanın Ölçekleri	67
4.2. GÜVENİRLİK ANALİZİ	67
4.3. DEMOGRAFİK FAKTÖRLERLE İLGİLİ FREKANS ANALİZLERİ.....	68
4.3.1. Cinsiyet Değişkenine Ait Bulgular	68
4.3.2. Eğitim Durumu Değişkenine Ait Bulgular	69
4.3.3. Yaş Değişkenine Ait Bulgular	70
4.4. FAKTÖR ANALİZİ	71
4.4.1. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Ölçeği İçin KMO ve Bartlett Testi.....	71
4.4.2. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Ölçeği İçin Sayısının Belirlenmesi	72
4.4.3. E-Ticaret Uygulamaları Ölçeği İçin KMO ve Bartlett Testi.....	74
4.4.4. E-Ticaret Uygulamaları Ölçeği İçin Faktör Analizinde Faktör Sayısının Belirlenmesi	75
4.5. NORMALLİK, MANN-WHITNEY VE KRUSKAL WALLIS TESTİ ANALİZLERİ.....	78
4.5.1. Normallik Testi	78
4.5.2. Cinsiyet ve Çalışmanın Faktörleri için Mann-Whitney Karşılaştırmaları.....	79
4.5.3. Yaş Değişkeni ve Çalışmanın Faktörleri için Kruskal Wallis Testi Karşılaştırmaları.....	80
4.5.4. Eğitim Durumu Değişkeni ve Çalışmanın Faktörleri için Kruskal Wallis Testi Karşılaştırmaları	82
4.6. REGRESYON ANALİZİ	83
4.6.1. Yeni Yatırımların, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması Faktörü ve Çalışmanın Diğer Faktörleri Arasındaki Regresyon Analizi	83
4.6.2. Şirket Evliliklerinin, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması Faktörü ve Çalışmanın Diğer Faktörleri Arasındaki Regresyon Analizi	85

4.6.3. Perakende Satış Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması Faktörü ve Çalışmanın Diğer Faktörleri Arasındaki Regresyon Analizi	88
4.6.4. Sağlık Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması Faktörü ve Çalışmanın Diğer Faktörleri Arasındaki Regresyon Analizi	90
4.6.5. Bilgi Teknolojisi Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması ve Çalışmanın Diğer Faktörleri Arasındaki Regresyon Analizi	92
4.5.6. Elektronik Teçhizat İhtiyacının Elektronik Ticaret Vasıtasıyla Karşılanması ve Çalışmanın Diğer Faktörleri Arasındaki Regresyon Analizi	94
SONUÇ VE ÖNERİLER	97
KAYNAKÇA	101
EKLER.....	-
EK-A: E-Ticaret Uygulamalarının Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarına Olan Etkileri Anketi	-

KISALTMALAR LİSTESİ

A.G.E	:	ADI GEÇEN ESER
ABD	:	AMERİKA BİRLEŞİK DEVLETLERİ
AR-GE	:	ARAŞTIRMA GELİŞTİRME
B2B	:	İŞLETMEDEN İŞLETMEYE ELEKTRONİK TİCARET
B2C	:	İŞLETMEDEN TÜKETİCİYE ELEKTRONİK TİCARET
B2G	:	İŞLETME-DEVLET ARASI ELEKTRONİK TİCARET
BTYK	:	BİLİM VE TEKNOLOJİ YÜKSEK KURULU
C2C	:	TÜKETİCİDEN TÜKETİCİYE ELEKTRONİK TİCARET
C2G	:	TÜKETİCİ-DEVLET ARASI ELEKTRONİK TİCARET
ÇUŞ	:	ÇOK ULUSLU ŞİRKETLER
DGO	:	DÜNYA GÜMRÜK ÖRGÜTÜ
DYSY	:	DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARI
EDI	:	ELEKTRONİK VERİ DEĞİŞİM SİSTEMİ
ETKK	:	ELEKTRONİK TİCARET KOORDİNASYON KURULU
FTP	:	FILE TRANSFER PROTOCOL
G2B	:	YÖNETİMDEN İŞLETMEYE ELEKTRONİK TİCARET
G2C	:	YÖNETİMDEN TÜKETİCİYE ELEKTRONİK TİCARET
GSYİH	:	GAYRİ SAFİ YURTIÇİ HASILA
GTB	:	GÜMRÜK VE TİCARET BAKANLIĞI
GUVAS	:	GÜMRÜK VERİ AMBARI PROJESİ
ICANN	:	INTERNET CORPORATION FOR ASSIGNED NAMES AND NUMBERS
IP	:	INTERNET PROTOCOL
ISS	:	İNTERNET SERVİS SAĞLAYICILARI
İ.İ.B.F	:	İKTİSADİ VE İDARİ BİLİMLER FAKÜLTESİ
KOBİ	:	KÜÇÜK VE ORTA BOY İŞLETMELER
OECD	:	ORGANİZATİON FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT
P2P	:	UÇTAN UCA ELEKTRONİK TİCARET
S	:	SAYFA
SMTP	:	SİMPLE MAİL TRANSFER PROTOCOL
SS	:	SAYFALAR
SSL	:	SECURE SOCKET LAYER
TCP	:	TRANSPORT CONTROL PROTOCOL

- TUBİTAK** : TÜRKİYE BİLİMSEL VE TEKNOLOJİK ARAŞTIRMA
KURUMU
- TUENA** : TÜRKİYE ENFORMASYON ALTYAPI
- UPS** : UNITED PARCEL SERVICE
- VB** : VE BENZERİ
- VD** : VE DEVAMI
- YSTK** : YABANCI SERMAYEYİ TEŞVİK KANUNU



TABLolar LİSTESİ

	SAYFA
Tablo-1 Güvenilirlik Analizi	67
Tablo-2 Cinsiyet Değişkeni İçin Frekans Tablosu	68
Tablo-3 Eğitim Durumu Değişkeni İçin Frekans Tablosu.....	69
Tablo-4 Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Ölçeği İçin KMO Bartlett Testi	71
Tablo-5 Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Ölçeği İçin Açıklama Yüzdeleri Tablosu	72
Tablo-6 Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Ölçeği İçin Soruların Faktörlere Dağılımları	73
Tablo-7 Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Ölçeği İçin Soruların Faktör Dağılımları	73
Tablo-8 E-Ticaret Uygulamaları Ölçeği İçin KMO Bartlett Testi.....	74
Tablo-9 E-Ticaret Uygulamaları Ölçeği İçin Faktör Analizi	75
Tablo-10 E-Ticaret Uygulamaları Ölçeği İçin Soruların Faktör Dağılımları	76
Tablo-11 E-Ticaret Uygulamaları Ölçeği İçin Soruların Faktörlere Dağılımları ...	77
Tablo-12 Tüm Ölçekler İçin Soruların Faktör Dağılımları	77
Tablo-13 Normallik Testi.....	78
Tablo-14 Cinsiyet ve Çalışmanın Faktörleri için Mann-Whitney Testi.....	79
Tablo-15 Yaş Değişkeni ve Çalışmanın Faktörleri İçin Kruskal Wallis Testi	80
Tablo-16 Eğitim Durumu Değişkeni ve Çalışmanın Faktörleri için Kruskal Wallis Testi	82
Tablo-17 Yeni Yatırımlar ile İlgili Regresyon Analizi Açıklama Yüzdeleri Tablosu	83
Tablo-18 Yeni Yatırımlar ile ilgili Regresyon Analizi Anlamlılık Tablosu	84
Tablo-19 Yeni Yatırımların, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması ile ilgili Regresyon Analizi Katsayı Tablosu	84
Tablo-20 Şirket Evlilikleri ile ilgili Regresyon Analizi Açıklama Yüzdeleri Tablosu	85
Tablo-21 Şirket Evlilikleri ile ilgili Regresyon Analizi Anlamlılık Tablosu.....	86
Tablo-22 Şirket Evlilikleri ile ilgili Regresyon Analizi Katsayı Tablosu	86
Tablo-23 Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması ile ilgili Regresyon Analizi Açıklama Yüzdeleri Tablosu	88
Tablo-24 Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması ile ilgili Regresyon Analizi Anlamlılık Tablosu	88
Tablo-25 Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması ile ilgili Regresyon Analizi Katsayı Tablosu.....	89
Tablo-26 Sağlık Sektörü ile ilgili Regresyon Analizi Açıklama Yüzdeleri Tablosu .	90

Tablo-27 Sağlık Sektörü ile ilgili Regresyon Analizi Anlamlılık Tablosu.....	90
Tablo-28 Sağlık Sektörü ile ilgili Regresyon Analizi Katsayı Tablosu	91
Tablo-29 Bilgi Teknolojisi ile ilgili Regresyon Analizi Açıklama Yüzdesi Tablosu	92
Tablo-30 Bilgi Teknolojisi ile ilgili Regresyon Analizi Anlamlılık Tablosu	92
Tablo-31 Bilgi Teknolojisi ile ilgili Regresyon Analizi Katsayı Tablosu.....	92
Tablo-32 Elektronik Teçhizat İhtiyacı ile ilgili Regresyon Analizi Açıklama Yüzdesi Tablosu	94
Tablo-33 Elektronik Teçhizat İhtiyacı ile ilgili Regresyon Analizi Anlamlılık Tablosu	94
Tablo-34 Elektronik Teçhizat İhtiyacı ile ilgili Regresyon Analizi Katsayı Tablosu	95



ŞEKİLLER LİSTESİ

SAYFA

Şekil-1 Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ile E-Ticaret Uygulamalarına İlişkisi.....	66
---	----



GRAFİKLER LİSTESİ

	SAYFA
Grafik- 1 Cinsiyet Grafiği	68
Grafik- 2 Eğitim Durumu Grafiği.....	69
Grafik- 3 Yaş Grafiği	70



EK LİSTESİ

EK-A E-Ticaret Uygulamalarının Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarına Olan Etkileri



ÖNSÖZ

Yüksek Lisans eğitimim süresince değerli katkılarından dolayı İstanbul Gelişim Üniversitesi hocalarıma; deneyimlerini, desteklerini ve katkılarını esirgemeyen tez danışmanım Yrd. Doç. Dr. Erdal ŞEN'e şükranlarımı sunuyorum.

Zekeriya ŞAHİN



GİRİŞ

Doğrudan yabancı yatırımların, ülke ekonomilerinde önemli katkıları olmaktadır. Özellikle e-ticaret, dünya pazarında hızla yayılmakta, dünya tüketicilerine, süre ve sınır tanımadan ulaşmaktadır. Ülkelerin kalkınmasında dış ticaretin önemli bir payı bulunmaktadır. Dolayısıyla, doğrudan yabancı yatırımcıların, farklı ülkelere yatırım yapmasını etkileyen teşvik edici faktörlerin neler olduğunun bilinmesi, işletmelere önemli yararlar sağlayabilecektir.

Şirketlerin doğrudan yabancı yatırımları yapmasının farklı türleri söz konusu olabilmektedir. Bunlar; yeni yatırımlar, şirket evlilikleri, özelleştirmeler ve serbest bölgeler şeklinde sıralanabilir. İşletmeler için önemli olan, yabancı yatırımcıların hangi tür yatırımları, niçin seçtiklerini fark edip, ortaklıklar geliştirerek pazardaki paydan hedeflenen karı elde edebilmektedir. Dolayısıyla, doğrudan yabancı yatırımcılara cazip gelebilecek avantajları tespit etmek, öneriler götürmek, farklı ortaklıklar kurmak, yeni teknolojiye ayak uydurmak, e-ticaretle ilgili alt yapıyı kurmak ve dünyadaki pazardan hedeflenen karı sağlamak için tüm işletmelerin gerekli Ar-Ge çalışmalarını yapmaları önemli faydalar sağlayabilecektir.

Çalışma dört ana bölüm olarak planlanmıştır. Bu bölümlerin başlıklarını, alt başlıklarını ve kapsamını aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür:

Birinci bölümde, elektronik iş, elektronik imza, elektronik belge, elektronik kimlik belgesi, elektronik noter, IP adresi, şifreleme, dijital sertifika, sayısal imza ve sertifika hizmet sağlayıcısı vb., konuları izah edilmiştir.

İkinci bölümde, Türkiye’de elektronik ticaret sistemleri, gümrük veri ambarı sistemi, TNet projesi, haberleşme, eğitim, sağlık, kitle iletişim, araç-eğlence, bankacılık-finans, bilgi teknolojisi, taşımacılık, iş hizmetleri, perakende satış ve imalat sanayi vb., konuları incelenmiştir.

Üçüncü bölümde, yatırım kavramı, yabancı yatırım kavramı, doğrudan yabancı yatırım kavramı, yeni yatırımlar, şirket evlilikleri, özelleştirmeler, serbest bölgeler, tedarikle ilgili nedenler ve taleple ilgili nedenler konularına açıklık getirilmiştir.

Dördüncü bölümde, “E-Ticaret Uygulamalarının Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarına Olan Etkileri” başlığı ile yapılan araştırma sonucu elde edilen bulgular istatistiki yöntemler kullanılarak analiz edilmiş, analiz sonuçları yorumlanmış, bulgular irdelenerek çözüm önerileri oluşturulmuş ve ilgili tüm tarafların yararına sunulmuştur.

BİRİNCİ BÖLÜM

ELEKTRONİK TİCARET İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR VE ELEKTRONİK TİCARET TÜRLERİ

1.1. ELEKTRONİK TİCARET İLE İLGİLİ TEMEL KAVRAMLAR

Günümüzde oluşan teknolojik ilerlemeler neticesinde elektronik ticaretin kapsamı ve sektördeki payı sürekli gelişmekte ve değişmektedir. Elektronik ticaretin daha iyi anlaşılabilmesi açısından; elektronik iş, elektronik imza, elektronik belge, elektronik kimlik belgesi, elektronik noter, IP adresi, şifreleme, dijital sertifika, sayısal imza ve sertifika hizmet sağlayıcısı konularına yer verilmesi yararlı olabilecektir.

1.1.1. Elektronik İş

Bilimin dayanağı olan ve insanların ekonomik, toplumsal, teknik alanlardaki iletişimlerinde kullandıkları bilgilerin bilgisayarlar aracılığıyla işlenmesi sürecine bilişim adı verilmektedir. Elektronik işin oluşmasının, bilişimin gelişmesiyle ortaya elektronik ortamda iş yapabilme ve işlemler gerçekleştirebilme fikrinin ortaya atılması sonucunda olduğu bilinmektedir. İş yaşamı açısından coğrafi sınırların önemi azalmakta, satıcılar tüm dünyayı müşteri olarak kabul ederek ticari etkinliklerini web tabanlı sistemlerle yürütmekte, alıcı ve satıcının buluşma noktası olan pazarlar değişik bir boyut kazanmaktadır. Tüm iş bağlantılarının elektronik ortamda devam ettirilmesi, internet ve web teknolojilerinin işin yapılma sürecinde etkin biçimde kullanılması, elektronik iş kapsamında bulunmaktadır. Elektronik iş, içinde birtakım bileşenleri bulundurmakta; İnternetin gelişmesi, elektronik işin ve modellerin gelişmesini sağlamaktadır¹.

1.1.2. Elektronik İmza

Elle atılan imzanın elektronik görüntüsü, iris, yüz hatları, parmak izi gibi metotları içine alan genel isme elektronik imza adı verilmektedir. "Açık anahtar altyapısı" teknolojisi kullanılarak yapılan, kişinin kimliğini ve imzalanan belgeyi taklit edilemeyecek bir işlevle özetleyen teknolojiye yasadaki elektronik imza olarak bilinmektedir. İmza sahibine teknolojiyi, ilgili kurumlar vermektedir. Elektronik sınırların yok olması açısından, elektronik imzanın kullanılması çok önemli olmaktadır. Dijital imza, uluslararası ticaretin gelişmesi ve genişlemesi bakımlarından

¹ Mehmet Civan ve Vedat Bal, E-Ticaret ve KOBİlerin, *Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiriler Kitabı*, Kocaeli, 2002, s.1011.

bir gereklilik olmaktadır. Hukukî altyapının hazır hâle getirilmesiyle birlikte, elektronik ticarete Türkiye'nin dünyayla bütünleşme sürecinin hız kazanacağı ve Türkiye'de ticaretin hacminin, elektronik ticarete olan güven arttıkça genişleyeceği öngörülmektedir².

1.1.3. Elektronik Belge

Elektronik belge terimi, elektronik ortamda oluşturulmuş çeşitli bilgiler olarak tanımlanmaktadır. Kullanıcı adıyla onun açık anahtarının kullanıcıya ait olduğunu doğrulayan elektronik doküman, genel olarak belge olarak ifade edilmekte, elektronik ortamda resmî olan veya olmayan tüm belgeler elektronik belge olarak kabul görebilmektedir. Kamu kuruluşlarında belgelerin üretim etabından arşivlenme etabına dek geçen tüm evrelerde benzer düzenlemelere bağlı kalınarak işleme konulmasını sağlayan önemli bir düzen olarak bilinmektedir. Elektronik belge yönetimi; işlem süresi biten elektronik belgelerin kurum, birim ve/veya millî arşivlerde benzer düzenleme sistemleriyle korunmasını sağlayan bir vasıta ve bu sebeple e- devlet modeli içinde bulunması gereken önemli bir bileşen olmaktadır³.

1.1.4. Elektronik Kimlik Belgesi

Bilgiyi yollayan ve alan kısımların kendi aralarındaki bilgi alışverişinde oluşabilecek problemlerin yok edilmesi amacıyla, güvenilir üçüncü tarafların sistemde bulunarak elektronik kimlik belgesini veren kurumlar onay kurumu olarak tanımlanmaktadır. Onay kurumlarınca verilen; ehliyet belgesi, nüfus cüzdanı ve benzeri kimlik belgeleri gibi bireyin internet üzerinde kimliğinin belirlenmesi amacıyla kullanılan elektronik dosyalarda elektronik kimlik belgesi ve onay kurumunca hazırlandıktan sonra sayısal olarak imzalanan, hangi açık anahtarın kime ait olduğunu belirten belgeler olarak ifade edilmektedir⁴.

1.1.5. Elektronik Noter

Ticari işlemi geleneksel noterlik sistemine benzer biçimde onaylayan elektronik noterliğe benzer bir sistemin, elektronik ticarete onay kurumlarının yanında kurulması ve elektronik işlemlerde güvenin oluşturulabilmesi için bu uygulamanın önemsenmesi

² Nevzat Erdağ, ve Emel Batuman, *Elektronik Ticaret El Kitabı*, Arkan Basım Yayım Dağıtım, Denizli, 2006, s. 47.

³ Kale Sudhir, "Culture Specific Marketing Communications: An Analytical Approach", *International Marketing Review*, 2009, Vol: 8 No: 2, 25-47, p. 36.

⁴ Selda Ene, *Elektronik Ticarete Tüketicinin Korunması ve Bir Uygulama*, Pusula Yayıncılık, Ankara, 2012, s. 78.

gerekmektedir. Noterlik kanununda bu konuyla ilgili bir gönderme olmamasına karşın elektronik noterlik uygulamaları konusunda çeşitli çalışmalar yapılmaktadır⁵.

1.1.6. IP Adresi

İnternete, internet alan adları vasıtasıyla bağlı olan web siteleri ve bilgisayarlar konumlandırılarak birbirinden ayırt edilebilmektedir. İnternet alan adlarının isimlendirilmesi İnternet Protocol IP adresleme sistemi (IP) vasıtasıyla olmaktadır. Her adres bir IP ağının içinde bulunmakta, böylece sisteme bağlı durumdaki web siteleri ve bilgisayarlar konumlandırılarak birbirlerinden ayırt edilebilmektedir. IP adresleri, hiyerarşik kayıtlama sistemi biçiminde İnternet Corporation for Assigned Names and Numbers-İnternet Sayılar ve İsimler Tahsis Birliği (ICANN) ve mahallî makamlarla verilmektedir. İşletim ağı işleticisi kendi IP adresini blok şeklinde IP adresini "Numbering Authoritys – Numaralandırma Yetkilileri" adı verilen kuruluşlardan süresiz olarak ödünç almakta, internet kullanıcısıysa genelde bu IP adreslerinin bağlı bulunduğu işletim ağından, kendi servis sağlayıcısından kiralamaktadır⁶.

1.1.7. TCP/IP Protokolü

Bu protokoller, birbirleriyle iletişim içindeki milyonlarca bilgisayarın oluşturduğu bir ağda bulunan farklı biçimdeki bilgisayarların birbirleriyle iletişim sağlayabilmeleri amacıyla oluşturulmuş bir anlaşma dilini andırmaktadır. IP, adresleme sisteminden; TCP/IP protokolünü oluşturan Transport Control Protocol (TCP) ise mesajların doğru yere ulaştırılmasından sorumlu durumda olmaktadır. Dünya çapında ağ ortamında birbirine bağlanmış farklı çeşitten nesnelere ulaşmasını sağlayan, TCP/IP protokolüne örnek olarak da internet üzerindeki bilgisayarlar arasında dosya yollama/ alma protokolü File Transfer Protocol (FTP) ve elektronik posta iletim protokolü Simple Mail Transfer Protocol (SMTP) verilebilmektedir⁷.

1.1.8. Şifreleme

Şifreleme metodu, daha çok internet üzerinden alışverişte kredi kartının bilgilerinin iletilmesi sırasında ve internet üzerinden yollanan ve ticarî konusu sebebiyle başkalarının okunması istenmeyen metinlerin karşı tarafa güvenilir biçimde

⁵ Steve Johnston & Harold Beaton, *Foundation of International Marketing*, International Thomson Business Press, U.S.A. 2013, p. 64.

⁶ Rafet Çevikbaş, "Türkiye'de E-Devlet ve E-İmza Altyapısı Uygulamaları", *Türk İdare Dergisi*, 2009, 1-17, s. 12.

⁷ Bozkurt Zakir Avşar ve Gürsel Öngören, *Bilişim Hukuku*, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, İstanbul, 2010, s. 15.

ulaşması amacıyla kullanılmaktadır. İnternet aracılığıyla alışveriş yapan pek çok kişi, kredi kartı bilgilerinin başkalarınınca ele geçirilmesinden endişelenmeleri sebebiyle kredi kartı işlemlerini telefon aracılığıyla yapmayı seçmektedirler⁸.

1.1.9. Dijital Sertifika

Bireyin kimliğini ve bilgiye ya da online hizmete ulaşım hakkını ispatlamak amaçlı geliştirilmiş; günlük yaşamda kullanılan kimlik, pasaport, ehliyet gibi kimlik kartlarının elektronik ortamdaki karşılığı "dijital sertifika" olarak adlandırılmaktadır. Dijital sertifika, kullanıcıların ve kuruluşların bilgilerinin iletişim ağlarında güvenli biçimde ulaştırılmasını sağlamak, sayısal verileri şifrelemek ve şifrelenen bilgileri çözmek amacıyla kullanılmaktadır. Dijital sertifikada son kullanma tarihi, kullanıcının adı, açık anahtarı, sertifikanın alındığı kurumun ismi ve seri numarası bulunmaktadır. Dijital sertifikaların; mesajı yollayanın ve alanın doğru yerler olduğunu garantilemesi, iletilen dokümanların tarih ve zamanını doğrulaması, doküman arşivi oluşturulması kolaylaştırılması, mesajların şifrelenmesi gibi özellikleri bulunmaktadır. İnternet üzerinde dijital sertifikayla yapılan işlemlerde, internet tarayıcısı aracılığıyla sertifika sahibinin kimliği ispatlanmış olmaktadır. Bunlar bilgilerin şifrelenmesinde, ticarî etkinliklerde ve internet üzeri alışverişlerde kullanılmaktadır⁹.

1.1.10. Sayısal İmza (Dijital İmza)

Dijital imza, elektronik ortamda gizli ve açık anahtardan oluşan bir çift anahtar çiftiyle iletilen bilgiye vurulan bir mühür ve elektronik imzanın özel bir türü olmaktadır. Dijital imzalar da günlük yaşamda kullanılan imzalardaki gibi, elektronik ortamda yollanan e-postanın yahut verinin hangi şahsa ait olduğunu belirtmek amacıyla kullanılmaktadır. Kullanıcının, gönderdiği bilgiyi imzalaması için kendisine ait bir dijital sertifika sahibi olması gerekmekte, dijital imzaların oluşturulup onaylanmasında dijital sertifikalardan yararlanılmaktadır¹⁰.

1.1.11. Sertifika Hizmet Sağlayıcısı

Güvenli olmayan ağlar üzerinden sayısal imzalı bilgi yollayan bir şahsın, imzasını teyit ettirmesi için o şahsın açık anahtarının da bulunduğu sertifikasının biliniyor olması ve hangi sertifikanın hangi kullanıcıya ait olduğunun belirtilmesi

⁸ Nuray Korkmaz, **Sorularla E-Ticaret**, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul, 2004, s. 55.

⁹ Mustafa Uçar ve M. Atasever, "Elektronik Ticaret, Elektronik Para ve Bilgi Güvenliği Açısından Muhasebe", **Vergi Sorunları Dergisi**, 2000, 20-45, s. 34.

¹⁰ Şeyma Sağıroğlu, "Elektronik Devlette Bilgi Güvenliği", **Telekom Dünyası Dergisi**, 2010, 1-25, s. 18.

gerekmektedir. Kullanıcılar, bütün bunlar için sertifikalarını onaylama yetisine sahip bir yaptırıma ihtiyaç duymaktadırlar. Sertifika hizmet sağlayıcıları; sertifikaların idaresini gerçekleştiren, güvenilir, kurumlara ve bireylere sertifika üretip dağıtan kurumlar şeklinde olmaktadır. Tüm sertifika hizmet sağlayıcıları bir kök sertifikaya sahip olmaktadır ve bu kök sertifikalar dizin sunucularda kullanıcıların ulaşımına açılmaktadır. Sertifika hizmet sağlayıcıları, bir kullanıcı için sertifika ürettikten sonra kendi potansiyel anahtarıyla üretilen sertifikayı sayısal şekilde imzalamaktadırlar. Bu şekilde, kullanıcılar sertifika hizmet sağlayıcısının kök sertifikasını kullanmakta ve başka bir kullanıcının sertifikasını teyit edebilmektedirler¹¹.

1.2. ELEKTRONİK TİCARET TÜRLERİ

Elektronik ticaret; işletmeler, kurumlar ve tüketiciler arasında birçok farklı türde yapılmaktadır. Elektronik ticaretin türlerini; işletmeden işletmeye elektronik ticaret, işletmeden tüketiciye elektronik ticaret, tüketiciden-tüketiciye elektronik ticaret, yönetimden işletmeye elektronik ticaret, yönetimden tüketiciye elektronik ticaret, uçtan uca elektronik ticaret, işletme-devlet arası elektronik ticaret şeklinde sıralamak mümkündür.

1.2.1. İşletmeden İşletmeye Elektronik Ticaret

İşletmeden-İşletmeye Elektronik Ticaret (B2B) genellikle; açık artırma pazarları, değiş-tokuş işlemleri, posta işlemleri, broşür pazarlamaları ve tedarik pazarları gibi alanlarda söz konusu olmaktadır.

1.2.1.1. İşletmeler Arası Toplayıcılar

Tedarikçi ürün katalogları, işletmeler arası toplayıcılar tarafından bir yerde toplanmakta ve işletme tedarikçileri için belirli pazar alanları saptanmaktadır. İşletmeler arası toplayıcılara örnek olarak E-Chemicals (Kimyasal Endüstri), Chemdex (Kimyasal Madde), Metal Side (Çelik ve diğer metaller), Freightquate.com (Gemi taşımacılığı hizmetleri), VIPAR (kamyon parçaları) ve Commerx Plastics Net (Plastikler) verilebilir¹².

Elektronik pazaryerlerindeki toplayıcılar, dikey yapılanma göstermektedirler. Aynı endüstri kapsamında var olan alıcılara hizmet götürmektedirler. Diagonal "ticaret

¹¹ Ahmet Kahraman, "Elektronik İmza Uygulaması", *Yerel Yönetim ve Denetim Dergisi*, 2005, 25-46, s. 36.

¹² Napier Albert, *Creating a Winning E-Business*, Course Technology-Thamson Learning, 2001, p. 74.

merkezleri”, yatay yapılanma göstermektedir. Endüstri sayısı bu alanda fazla olmaktadır. Tüm alıcılara hizmet gitmektedir. Farklı bir şekli ise belirli bir alıcının veya ürünün desteklenmesi şeklinde olmaktadır. Teklif toplama merkezleri; burada teklifler elektronik ortamda verilmekte ve alış-satış fiyatı belirlenmektedir. Müzayede piyasaları ise, elektronik pazaryerlerini oluşturan bu sistemlerden bir veya birkaçını aynı zamanda kullanmaktadırlar¹³.

1.2.1.2. Ticari Hareket Merkezi

Yatay ve dikey çok sayıda pazar için pazar sahası yaratan işletmeler arası siteler, ticari hareket merkezi olarak tanımlanabilir. Farklı bölümlerin bir çatı altında toplandığı pazarlar yatay pazarlarken, alıcı ve satıcıları birçok farklı endüstrilerden savunansa yatay ticari hareket merkezleri olmaktadır. Çok çeşitli endüstrilerde alıcı, satıcı veya ürünlerin çok özel biçimlerindiyse çapraz ticaret merkezleri oluşturmaktadır. Yatay hareket merkezine örnek olarak ticari alışveriş ortaklıklarını gıda sektörü, imalat sanayi, haberleşme, enerji, sağlık gibi pek çok değişik endüstride devam ettirmekte olan ve gerçek dikey pazar sahalarını temin eden öncü konumundaki Verticl Net verilebilir. Nissan, General Motors, Renault, Daimler Chrysler, Ford Motor Company gibi büyük otomotiv firmalarının oluşturduğu Covisint.com dikey pazarlara örnek olarak verilebilir. Çapraz ticaret merkezlerine örnek olaraksa SHOP2gether.com verilebilir¹⁴.

Sonuç itibariyle e-pazaryerlerinde alıcı ve satıcılar elektronik ortamda ticari faaliyetler gerçekleştirmektedir. Türkiye açısından bakıldığında tedarikçilerin çoğu Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ)'lerdir. KOBİ'lerin bireysel gayretleri pazarlarını genişletmek bağlamında yetersiz kalmaktadır. E-pazarlar böylesi bir ortamda etkin bağlantıların kurulabilmesi için son derece önemli olmaktadır¹⁵.

1.2.1.3. İşletmeler Arası Açık Arttırma Pazarları

Çok sayıda satıcı ve alıcının sözleşmelerle rekabetçi fiyat tekliflerine girmeleri, işletmeler arası açık arttırma pazarları sayesinde olanaklı hâle gelmektedir. Altra (Enerji), Manhcim Online (otomatik açık arttırma satıcıları), C- STEEL (Çelik ve diğer metaller), Houstinstreet.com (Enerji) bu pazarların en önemli örnekleri olmaktadır.

¹³ Kenzie Baker and “Comments Submitted to FTC Workshop on Competition Policy for B2B Electronic Marketplaces”, <http://www.ftc.gov/bc/b2b/comments/index.htm>, (Erişim Tarihi: 22.10.2016).

¹⁴ Çağlayan Odabaşı, “Stratejik Yönetim ve E-Devlet”, *Sayıştay Dergisi*, 2004, Sayı: 55, 20-36, s. 24.

¹⁵ INFOMAG, “E-pazaryeri ve Faydaları-Tedarik Yönlü, Planet Ernst & Young Raporu”, *Bilgi ve İletişim Teknolojileri Dergisi*, 2001, Sayı: 6, 48-53, s. 50.

Açık arttırma pazarları, kişinin kendi fiyatını belirleyip sunabileceği açık arttırmaları kapsayabilir. Ürünün satış fiyatı, bu tür açık arttırmalarda ürün satın alınana dek düşmeye devam etmektedir. Kişinin kendi fiyatını verebileceği açık arttırma pazarlarının en genel örneği serbest pazarlar olmaktadır¹⁶.

Böylece internetin alternatif ticaret yöntemlerine katkı sağladığı açıkça görülmektedir. İkinci el adıyla anılan ürünlerin pazarlanması elektronik ortamda oldukça kolay olmaktadır. Geleneksel ticari yöntemlerle bu tip pazarlarda alışverişlerin gerçekleştirilebilmesi bazı kısıtlamalar altında, dar bir biçimde gerçekleşmektedir. Fakat elektronik ortamda, tüm dünyayı kapsayabilen geniş pazarlar oluşturulabilmekte, yönetilebilmektedir¹⁷.

1.2.1.4. Tümüyle Otomatik Değiş-Tokuş İşlemleri

Paper Exchange'in verildiği işletmeler arası alışverişte, birçok alıcı ve satıcının standart eşya ve ürünlere rekabet oluşturabilecek bir fiyat teklifinde bulunması ve alım-satım işlemlerinin otomatik olarak yapılması tamamen otomatikleşme durumunda gerçekleşmektedir. Firmalar arası ticarete verimliliğin artırılması ve maliyetin azaltılmasında e- ticaretin katkısı büyük olmaktadır. İşlemlerini elektronik ortamda yapan ve kasa, stok, kontrol vb. tüm aşamalarda barkod okuyucu kullanan bir süpermarkette, bilgisayar ve otomasyon; ürünlerin satış eğilimlerini izlemekte, envanterdeki depo, raf gibi ürünleri takip etmekte ve gereken durumlarda sipariş vermektedir. Bilgisayar ağı üzerinden üreticiye yeni siparişler otomatik olarak gönderilebilmekte; söz konusu bilgi bilgisayar sipariş formu hazırlandıktan sonra muhasebe, satış, üretim, dağıtım bölümlerine yollanmakta; ürünler, siparişlerin üretiminin ardından faturayla beraber ürünler süpermarkete yollanmaktadır¹⁸.

1.2.1.5. Posta ve Broşür Pazarlamaları

Credit Trade (bir çeşit kredi), CATEX (tekrar sigortalama ve risk idaresi, sigortacılık), TechEx (yaşam bilimi, entelektüel mal) broşürle ve postayla pazarlamaların en iyi örnekleri olmaktadır ve bunlar elektronik bülten ilanlarında

¹⁶ Recep Demir, "Ülkelerin Elektronik Ticarete Hazırlık Değerlendirmesi", *Dış Ticaret Dergisi*, 2001, Sayı: 22, 16-32, s. 25.

¹⁷ İbrahim Kircova, *İşletmeler Arası Elektronik Ticaret*, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul, 2001, s. 140.

¹⁸ Albert, a.g.e., s. 44.

katılımcılara postayla alış ve satış imkânı vermektedir. Postalama işlemleriyle ilgili görüşmek amacıyla çıkar ekipleri bir araya gelmektedirler¹⁹.

Doğrudan pazarlama çift yönlü bir iletişimi gerekli kılmaktadır. Ancak geleneksel pazarlamada iletişimin yönü tek taraflıdır. Müşteriye ulaşmada reklam tercih edilmektedir. Fakat doğrudan pazarlama reklam dışında, telefon, posta ve broşür ile basını da araç olarak kullanabilmektedir. Başka bir fark da genel pazarlama kavramında pazar yeri perakende satış noktaları olmaktadır. Doğrudan pazarlama ise iletişim araçlarını pazar yeri olarak kullanmaktadır²⁰.

1.2.2. İşletmeden Tüketicie Elektronik Ticaret

Elektronik ticaretin perakende alanını oluşturan işletmeden tüketiciye elektronik ticaret, günümüzde oldukça fazla işlem görmektedir. İşletmeden tüketiciye elektronik ticaret türlerini; e-mağazacılık, sanal ortaklıklar, değer zinciri servis sağlayıcıları ve üçüncü şahıs marketleri şeklinde sıralamak mümkündür.

1.2.2.1. E-Mağazacılık

E-Mağazacılık, hizmet ve ürünlerin online satışlarını bulundurmakta, dijital ürünler bilgisayardan yükleme şeklinde dağıtılabılırken dijital olmayan ürünler kargo ve posta gibi geleneksel yöntemlerle dağıtılabilmektedir. Ticari ürünlerin birçoğu kitap, müzik CD'si, hediyelik eşya, çiçek, bilet, bakkaliye ürünleri satan elektronik mağazalar olmaktadır. Bireysel işletmelerin ortak alışveriş sürecini ve ortak bir web sitesini paylaştıkları e- mağazaların bir birleşimi, e- alışveriş merkezleri olarak bilinmektedir. Bunlar, bireysel bölümlerin işletmelerini bağımsız yürüttüğü fakat bütün işletmelerin tek bir isim adı altında yürütüldüğü ve ortak alışveriş sürecinin paylaşıldığı bölüm mağazalarının elektronik karşılığı olarak tanımlanmaktadır²¹.

Ölçek ekonomisine, internet uygulamalarının klasik türündekiler uygunluk göstermeyebilir. Klasik biçimi ilk kez Amazon tarafından uygulanmış olan bu formda, e- mağazacılık işletme modeli işletmenin müşterisine şu an sattığı malı alarak ve teslimat üreticinin depolarından müşteriye direkt olarak yapılmakta olması sayesinde hiç stok yapmayarak stok riskinin ve maliyetinin yok olması temeline dayanmaktadır.

¹⁹ Yeşim Güçdemir, "Dijital Ekonomi ve Elektronik Ticaret", *İletişim Fakültesi Dergisi*, 2007, 483-489, s. 485.

²⁰ İge Pınar, *Doğrudan Pazarlama*, Seçkin Yayınları, Ankara, 2008, s. 45.

²¹ Steve Elliot, *Electronic Commerce: B2C Strategies and Models*, John Wiley & Sons Ltd., 2001, p. 26.

Amazon; bu yaklaşım sayesinde sabit işletmenin yürütme maliyetlerini satışlarla paralel duruma getirmekte ve yönetim, kiralama ve depo maliyetlerinin olmamasının etkisiyle iş yerinin maliyetlerini en aza indirme imkânı sağlamaktadır²².

1.2.2.2. Sanal Ortaklıklar

Üyelerin yardımlarıyla katma değer ve üyelerin arasındaki iletişim, sanal ortaklıkların odaklandığı nokta olmaktadır. Bir firma üyelik aidatı, reklam gelirleri, üyeler arası hizmet ve mal satış fırsatları beklemekte ve işletme şirketi içinde üyelerin değiştirilmemiş geri besleme, iletişim ve bilgi değişiminin olduğu bir ortam sağlamaktadır²³.

1.2.2.4. Değer Zinciri Servis Sağlayıcıları

Uzmanlıklarına stok yönetimi, lojistik, elektronik ödeme örnek verilebilmekte olan değer zinciri içinde, değer zinciri servis sağlayıcıları çeşitli görevlerde uzmanlaşmış olmaktadır. Sunulan hizmetin bir yüzdesi üzerinden veya aidat gelirinden servis sağlayıcısı gelir elde etmekte, bu modele United Parcel Service (UPS) örnek olmaktadır. Web sitesinin içeriğinin teknik altyapısının oluşturulması ve ödeme işlemleri için sanal POS (V-POS) olması gerekmektedir. Stok, muhasebe vb. işlemleriyle entegrasyonu sağlanabilecek Sanal Mağazaya müşterilerin güvenli erişimi için Secure Socket Layer (SSL) sistemi kullanılmaktadır. Bir onay kurumundan aldığı elektronik web sitesi kimliğiyle, satıcı firma, mağazasının sanal dünyadaki kaydını yapmaktadır. SSL, satıcı firmayla müşteri arasındaki iletişimi sağlamakta, internette ulaşılan adresin sahiden o mağaza olup olmadığını denetlemekte ve bilgilerin kodlanarak yollanmasına imkân tanımaktadır²⁴.

Bir başka önemli nokta ise, bazı faaliyetler geleneksel ticarete olduğu gibi bir sektöre hazırlık ve yardım amacı taşıırken, bir başka sektöre göre ana nitelikte olmaktadır. İşlemlerin nitelikleri, müşterinin ilgili işletmeden ne aldığına göre değişmektedir. Örneğin, depolama faaliyeti İnternet Servis Sağlayıcıları (İSS)'nin ticaretinde ana husus olmaktadır, diğer işletmeler açısından satılan ürün değil ürünü satabilmek amacıyla kullanılmakta olan farklı bir araç olarak karşımıza

²² Nedret Erboy, "E-Dış Ticaret ve Girişimcilik Üzerine Etkileri", *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 2013, Cilt: 5, Sayı: 8, 50-61, s. 55.

²³ Serdar Altınok ve Murat Çetinkaya, "Geleneksel Ticaretten Yeni Ekonomiye Elektronik Ticaretin Temel Ekonomik Etkileri", <http://inettr.org.tr/inetconf9/bildiri/89.pdf>, (Erişim Tarihi: 16.09.2016).

²⁴ Kırcova, a.g.e., s. 28.

çıkılmaktadır. Bu durumda yardımcı işlev olarak görülmektedir. Sitelerin işlevlerin yardımcı mı yoksa esas işlev mi olduğu birbirine geçmiş durumdadır²⁵.

1.2.2.3. Üçüncü Şahıs Market Sahaları

Market alanlarının üçüncü şahıslara ait işletme modelinde; şirketlerin üçüncü şahıs şirketleri olarak internet pazarlaması ve alışveriş süreci hizmeti sunmakta avantajlar sağladıkları hâllerde faydalı olmakta; üçüncü şahıs şirketleri, müşteri talebinin bir araya gelmesinde de etkili olabilmektedir. Bu model, genel olarak, kurulu işletmelerin fazla zaman ve maliyet harcamadan, giriş seviyesinde internet uygulamalarını istedikleri zaman uygulanmaktadır. Üçüncü şahıs gelirleri genelde her alışveriş üzerinden alınan bir miktardan, işletmeler tarafından ödenen senelik aidatlardan ya da alışveriş ederinin bir yüzdesinden elde edilmektedir. Bu hizmeti veren işletmeler pazarlama faaliyetlerinde yeni iş sahalarını alımlı hâle getirecek maliyetleri düşürme amacıyla olmaktadır²⁶.

Üçüncü şahıs market alanlarına örnek olarak verilen HomeToDo, iş arayan ev tamircileriyle bakım isteyen ev sahipleri arasında bir pazarın oluşturulmasını sağlamaktadır. Ev bakımı için gelen istekleri toplamak ve kalitesi kanıtlanmış hizmet sağlayıcılarıyla sabit fiyat önerileriyle eşleştirmek bir iş fırsatı olarak görülmektedir. Ev sahibi hizmeti ücretsiz alırken, hizmeti sunanlar başarılı sabit fiyat önerilerine dayalı ufak bir ücret ödemektedirler. HomeToDo için bu modelin yalnız başına başarı sağlayabilecek bir model olmadığı saptanmış, sonra düzeltilmiştir²⁷.

1.2.3. Tüketiciden Tüketicie Elektronik Ticaret

Hizmetlerin veya ürünlerin şahısların bireysel gayretleriyle alımı ve satımı işlemi, "tüketiciden tüketiciye" olarak adlandırılan diğer bir e-ticaret modeli olmaktadır. Bu modelle ürün satışı, şahsî internet sayfalarıyla ya da çeşitli aracı işletmelerle gerçekleştirilmektedir. Ürünler için ödemeler, ürün satıldıktan sonra çeşitli ödeme metotlarıyla yapılırken aracı işletmeler tarafından satışı yapılan ürünler için ödeme, havuz olarak tanımlana yerde bekletilmektedir. Türkiye için Tüketiciden Tüketicie

²⁵ Machiel Lambooj, *OECD Makes Its Ruling on E-Tax*, International Tax Review, Vol: 12, Iss: 2, London, 2001, p. 48.

²⁶ Odabaşı, a.g.e., s. 57.

²⁷ Elliot, a.g.e., s. 67.

Elektronik Ticaret (C2C) modeli e-ticaret sitelerine örnek olarak, sahibinden.com, sanalpazar.com ve gittigidiyor.com internetten pazarlama vb. siteler gösterilebilir²⁸.

Yeni bir uygulama durumunda olan tüketiciden tüketiciye e-ticarete, insanlar pazar günü garajlarının önüne eskimiş eşyalarını çıkararak satış yapmaktadırlar. Bu satış, satıcının elinde bulunan mallarla sınırlı olmaktadır ve sürekliliği olmayan bir ticarî etkinlik durumundadır. Kuzey Amerika'daki tüketiciden tüketiciye e-ticaret modeli, Garaj satışı kavramına çok alışık olunmasından dolayı büyük bir çevre bununla ilgili olmakta, hatta dünyasına girerek satışlarını tüketiciden tüketiciye e-ticaret modelinde yapmaya başlayanlar bulunmaktadır. Satılan malın sayısı sınırlıdır olmakta, bu nedenle satıcı bir alt limit ve süre koyup o sürenin sonunda satışı en yüksek rakamı teklif edenlere yapmakta olan bu modelde açık arttırma süreci bulunmaktadır²⁹.

1.2.4. Yönetimden İşletmeye Elektronik Ticaret

Hemen hemen bütün kamu ihaleleri Amerika Birleşik Devletleri (ABD)'de internet üzerinden firmalara ayrıntılı biçimde duyurulmakta ve işletmeler başvurularını Yönetimden İşletmeye Elektronik Ticaret (G2B) yoluyla gerçekleştirebilmektedir. Sosyal güvenlik bilgilerinin devlet tarafından takip edilmesi, kurum vergilerinin tahsilatı gibi pek çok konuda da elektronik ağlardan faydalanılması gündemde bulunmaktadır³⁰.

İşlemlerini internet vasıtasıyla yapmakla masraflarının düştüğünü, devletin iş yerlerine ve firmalara göstermesi ve anlatması gerekmektedir. İnternet vasıtasıyla, devletlerin hükümet ve devlet etkinlik ve bilgilerini topluma açık tutması ve demokrasiyi sağlamaştırması çok önemsenmektedir³¹.

1.2.5. Yönetimden Tüketiciye Elektronik Ticaret

Yönetimden Tüketiciye Elektronik Ticaret (G2C), elektronik Devlet'e geçiş olup pasaport ve ehliyet müracaatları, vergi ödemeleri, sosyal güvenlik primleri vb. uygulamalar gerçekleştirilmektedir. Dolayısıyla, elektronik Devlet'e geçişin hızla

²⁸ Serdar Şimşek, Türkiye'de Elektronik Ticaret ve E-Ticaretin Kobilere Üzerindeki Etkisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2012, s. 45 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

²⁹ http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=214, (Erişim Tarihi: 16.08.2016).

³⁰ <http://www.biltek.ieee.metu.edu.tr/sayi/subat01/eticaret.html>, (Erişim Tarihi: 15.09.2016).

³¹ Bayram Özgür, "Elektronik Ticaret ve Bilişim Teknolojileri-Avusturya ile Elektronik Ticaret", *IGEME'den Bakış Dergisi*, 1999, Sayı: 12, 1-25, s. 22.

uygulamaya geçtiğini ve kamuya ait bütün hizmetlerin elektronik ortamda uygulanabileceğini söylemek mümkündür³².

E-devlet uygulamalarından devletten vatandaşa modelinin temeli, bilginin online şekilde vatandaşa sunulmasıdır. Vatandaşa sunulan online hizmetin kalitesi vatandaşın odak noktası olduğu e-devlet uygulamalarıdır. Vatandaşların istedikleri hizmet ve bu hizmetlerin çeşitliliği uygulamanın katma değerinde yükselmeye sebep olmaktadır³³.

1.2.6. Uçtan Uca Elektronik Ticaret

İnternete has bir ticaret biçimi de Uçtan Uca Elektronik Ticaret (P2P) şeklinde bilinen dosya paylaşım düzeneği olmaktadır. Sayıca milyonları aşan internet kullanıcısı, sahip oldukları birtakım dosya çeşitlerini birbirlerinden bu sistemde transfer edebilmektedir. Kullanıcının izni, bu çeşit bir bilgi paylaşımı için gerekli olmaktadır. Geçmişte ses dosyalarının paylaşımı amacıyla kullanılan bu düzenek, günümüzde iş ortamında da kullanılmaya başlanmış ve ellerindeki bilgileri belirli projelerle alakalı olarak paylaşmak isteyen kullanıcıların içinde bulunduğu bir yöntem şeklini almıştır. Ticarî anlamda henüz dişe dokunur bir işlem olmamasına karşın, bilgi paylaşımlarına dayanan projelerde ileriki dönemlerde pek çok şirket tarafından kullanılması beklenmektedir³⁴.

1.2.7. İşletme-Devlet Arası Elektronik Ticaret

İşletme-Devlet Arası Elektronik Ticaret (B2G) örneklerini; vergiler, sosyal güvenlik, şirketlerle kamu kuruluşları arasındaki ticari işlemler, kamu ihalelerinin elektronik ortamda duyurulması, izinlerin elektronik yoldan izlenmesi ve düzenlenmesi oluşturmaktadır. Şirketlerde kamu arasındaki yerel ağlar üzerinde yapılan haberleşme, ticaret ve diğer bütün faaliyetler bu sahada tanımlanabilmekte, ilk örnekleri şirketlerin elektronik ortamda teklif vermeleri ve kamu ihalelerinin internette yayınlanması oluşturmaktadır. Gümrük işlemleri ve kamunun vergi ödemeleri de sanal dünyaya E-ticaretin yaygınlaşmasına destek olmak maksadıyla taşınmaktadır³⁵.

³² Ali Çelebi, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinde E-Ticaret Uygulamaları, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2002, s. 34 (**Yayımlanmamış Doktora Tezi**).

³³ İsmail Sevinç ve Ali Şahin, "E-Devletin Gelişim Aşamalarına Yönelik Karaman İlinde Bir Araştırma", *Türk İdare Dergisi*, 2013, Cilt: 85, Sayı: 476, 95–114, s. 102.

³⁴ İbrahim Kırçova, *İşletmeler Arası E-Ticaret*, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul, 2001, s. 30.

³⁵ Hüseyin Uzunoğlu, <http://www.basarm.com.tr/yayin/idarihukuk/eticaret/>, (Erişim Tarihi: 12.08.2016).

Kamu kuruluşlarıyla firmalar arasında elektronik yollarla gerçekleştirilen her çeşit işlem, B2G grubunda değerlendirilmektedir. Çıkarlarıyla alakalı konuları ilgili hükümet organlarına iletebilmesi ve alıştıkları ortamı belirleyen yönetmelik, kanun gibi düzenlemelere ulaşabilmesi; işletmeler için gerekli olmaktadır. Özellikle bu dönemde devlet ihalelerinin ilanının elektronik ortamda olmasını, bu ihalelere işletmelerin elektronik ortamda katılmalarını ve ihale evrelerini takip etmelerini içermektedir. Devletin de işletmeleri vergi tahsisinin yanı sıra yapmış olduğu yönetmelik ve kanun gibi düzenleyici uygulamalardaki değişiklikler hakkında bilgilendirmesi istenmektedir. Bu ve benzeri ihtiyaçlardan meydana gelen tüm işlem, gümrük işlemleri, çeşitli izinlerin verilip denetlenmesi, sosyal güvenlik bilgilerinin izlenmesi, kurumlar vergisinin toplanması vb. işlemlerin elektronik ortamda gerçekleştirilmesi bu grubun içinde yer almaktadır³⁶.

İşletmeler arası elektronik ticaret grubuna benzeyen ilkeler içeren bu grubun anahtar farkı; devletle işletmeler arasında yapılan elektronik ticaretin yalnızca pazarın lojistik, arz ve talep hareketleriyle yöneltilemeyecek devletin organizasyonlarında uygulanmakta olan kural ve yönetmeliklerin etkili olmasından kaynaklanmaktadır. Hükümetlerin teknolojik gelişmelerden en iyi yararı elde edebilmesi ve kendi işlemlerini e-ticaret ilkeleriyle uyumla hâle getirmesi günümüzde bir zorunluluk durumunda olmaktadır. İçinde bulunulan çağın ekonomisinin odaklandığı noktanın tamamen e-ticaret olması sebebiyle, devletlerin bu ilerlemeyi zamanın ihtiyaçlarını karşılayabilecek biçimde isteklendirici yeni ilkeler yaratıp geliştirmenin gerekliliğinin bilincinde olması gerekmektedir³⁷.

1.2.8. Tüketici-Devlet Arası Elektronik Ticaret

Kamu idaresi ve tüketici arasındaki tüm hukuksal faaliyetler, sağlık ve vergi etkinlikleri Tüketici-Devlet Arası Elektronik Ticaret (C2G) olarak nitelendirilebilir. Yaygın örnekleri şimdiki de olmayan bu grupta pasaport, ehliyet başvuruları, vergi ödemeleri, sosyal güvenlik primleri vb. uygulamalarla elektronik devlete geçişin sağlanması hedeflenmekte, devletin servislerini tüketiciye elektronik yollarla ulaştırması C2G grubuna dahil durumda olmaktadır. Bu alan; devletin yurttaşlara yalnızca istatistiksel ya da diğer bilgileri sunması anlamına gelmemekte, aynı zamanda interaktif hizmet sunulması anlamına gelmektedir. Bu gruba örnek olarak

³⁶ Özge Akyüzlü, Elektronik Ticaret ve Gümrük Yönüyle Değerlendirilmesi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2004, s. 46 (**Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi**).

³⁷ Uzunoğlu, a.g.e., s. 56.

sosyal güvenlik ödemelerinin, emeklilik işlerinin, nüfus sayımının, oylamaların, tüketicinin vergilendirilmesinin elektronik ortamda yapılması verilebilir³⁸.

Kırtasiye harcamalarının ve diğer harcamaların azalması, kamu kesiminin yapısında ve personel sayısında dönüşüm yaşanması, işlemlerin yurttaşlar tarafından sıra beklemeye gerek kalmadan evlerden bilgisayar kullanılarak yapılabilmesi, yolsuzluğun engellenmesi ve işlemlerin şeffaflaşması gibi birçok olumlu etkinin, devletin yurttaşına hizmetlerini elektronik ortamda sunması sonucunda yaşanabileceği düşünülmektedir. Taraflar arasında devletin bulunduğu son iki kategoride uygulanan çalışmalar "e-devlet" başlığı altında yapılmaktadır. E- devlet uygulamalarıyla ilgili teknolojik ilerlemelerin yaygın şekilde ve zaman yitirilmeden benimsenerek kişisel yöntemlerle başarılı biçimde uygulanması, e- devlet uygulamalarında verimliliğin ve etkinliğin artmasını sağlamaktadır³⁹.

³⁸ Çelebi, a.g.e., s. 78.

³⁹ Deniz Arıkan, *Dünyada ve Türkiye'de Elektronik Ticaret Çalışmalarına Hukuki Bir Yaklaşım*, Arıkan Basım Yayın, Ankara, 1999, s. 47.

İKİNCİ BÖLÜM

TÜRKİYE'DE ELEKTRONİK TİCARET; SİSTEMLER, SEKTÖREL DÜZEYDE ETKİLERİ, PAZARLAMA, REKLAMCILIĞA, YÖNETİME VE SOSYAL HAYATA ETKİLERİ

2.1. TÜRKİYE'DE ELEKTRONİK TİCARET SİSTEMLERİ

Türkiye'de elektronik ticaret sisteminin açıklanabilmesi açısından; Türkiye ulusal enformasyon altyapı planı sistemi projesi, bilgisayarlı gümrük etkinlikleri sistemi, elektronik veri değişim sistemi, gümrük veri ambarı sistemi projesi, TT Net projesi ve elektronik ticaret koordinasyon kurulu konularının incelenmesi yararlı olabilecektir.

2.1.1. Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapı Planı Sistemi Projesi

Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu (BTYK) tarafından, 1987'nin Ağustos'unda bir toplantı düzenlenmiş ve bu toplantının sonucunda önemli iki hüküm ortaya çıkmıştır⁴⁰:

1. Elektronik ticaret şebekesinin ortaya çıkarılması,
2. Yerel haberleşmenin altyapısının ortaya çıkarılması,

Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK), bu hükümlerin etrafında 1997'nin Temmuz'unda "Türkiye Enformasyon Altyapı olanı" (TUENA) çalışmasının başlangıcını yapmıştır.

2.1.2. Bilgisayarlı Gümrük Etkinlikleri Sistemi

Otomasyon dahilinde en önce; var olan gümrük pratikleri kontrol edilmiş, bilgisayarlı platforma geçiş kademesinde işe yaramadığı belirlenen işlemler temizlenmiş, bilgisayar platformundan gümrük pratiklerinin aynı anda uygulanmasına vesile olan bilgi yazılımı gerçekleştirilmiştir⁴¹.

Mükellefler, bu mekanizmaya bilgisayarlı gümrük yönetimlerinin bilgi giriş salonlarından ulaşabilmekte, ayrıca bu mekanizma aracılığıyla internet üzerinden bilgi yollayabilmektedir. Gümrük pratikleri, gümrüklerin elektronik mekanizmalarının bütünleşmesinin bir dalı durumundaki mekanizma aracılığıyla kontrol edilmiş, bilgisayarlı ortama geçiş aşamasında gereksiz olduğu anlaşılan işlemler ayıklanmış,

⁴⁰ Mustafa Taştan, "İnternet, E-Ticaret ve Endüstri İlişkilerine Etkileri", <http://www.insankaynaklari.gokceada.com/konu31.html>, (Erişim Tarihi: 17.10.2016).

⁴¹ <https://www.uygulamalar.gumruk.gov.tr> (Erişim Tarihi: 17.09.2016).

bilgisayar platformundan gümrük pratiklerinin aynı anda uygulanmasına vesile olan BİLGE yazılımı yürürlüğe 17.06.1998’de hazırlanarak koyulmuştur⁴².

2.1.3. Elektronik Veri Değişim Sistemi

Önceden de açıklanmış olduğu gibi, Elektronik Veri Değişim Sistemi (EDİ), tasdiklenmiş standart iletilerin zemininde oluşan verilerin bilgisayar ve iletişim şebekeleri aracılığıyla aktarılması olarak tanımlanmakta ve e-ticaretin en geniş kullanımına sahip, en önemli vasıtalarından biri olmaktadır. Bir başka tanımı, “değişik bünyelerdeki pratikler arasında yapısal bilgi değişimi” şeklinde yapılabilir. Bu tanımdaki yapısal bilgi değişimi, EDİ’nin, iş hayatında kullanılmakta olan kağıt doküman değişiminin yerine kullanılması şeklinde olmakta, EDİ e-ticaretle bu sebeple doğrudan alâkalı olmaktadır. Uygulamada bilginin aktarımı yapısal bir boyutta yapılmaktadır. Elektronik veri değişimi pratikleri, özel sektörün ve kamu sektörünün komünikasyonu etkili sağlayabilme gereksiniminden doğmakta ve açık ya da kapalı şebekeler aracılığıyla uygulanabilmektedir⁴³.

EDİ, standart şekilde yazılan verilerin, bilgisayarlar arasında transfer edilip otomatik olarak işlenebilmesi olarak tanımlanabilir. Bir başka deyişle, standart şekilde yazılan bilgilerin bilgisayarlar arasında transfer edilmesi, verilerin değişiminin karşılıklı olarak sağlanabilmesi şeklinde olabilir. Mekanizma, tasdiklenmiş iletiler temelinde oluşan bilgilerin bilgisayarlar arasında transfer edilip otomatik olarak işlenebilmesi biçimindedir ve e-ticaretin en yaygın kullanıma sahip olan ve en önemli vasıtalarından biri olmaktadır. Özel sektörün ve kamu sektörünün komünikasyonu etkili sağlayabilme gereksiniminden doğmakta ve uygulanması açık ya da kapalı şebekeler aracılığıyla olabilmektedir⁴⁴.

2.1.4. Gümrük Veri Ambarı Sistemi Projesi

EDİ ve Bilge yazılımlarının dışında; risk çözümlenmesi, teyit işlemleri, vergi toplaması, bilgi ambarı da çağdaşlaşma projeleri içinde uygulanmaktadır. Bilgi ambarında bu yönde Gümrük ve Ticaret Bakanlığı (GTB) tarafından oluşturulan Gümrük Veri Ambarı Projesi (GÜVAS); tarife ve değer verilerinin, dış ticaret

⁴² Akyüzlü, a.g.e., s. 75.

⁴³ Lütfü Öztürk ve Selim Başar, “Yeni Ekonomi ve Elektronik Ticaret: Dünyadaki Gelişmeler ve Türkiye Açısından Bir Değerlendirme”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2002, Cilt:16, Sayı: 3, 25-46, s. 35.

⁴⁴ www.portalgümrük.com.tr (Erişim Tarihi: 14.10.2016).

istatistiklerinin, işleme uğrayan ayrıntılı gümrük bildirimlerine ait bilgilerin depolanmasını temin etmektedir⁴⁵.

2.1.5. TNet Projesi

Türk Telekom Net (TNET) Türk Telekom A.Ş. tarafından başlatılmış, açılışı test amacıyla 1999'un Mayıs'ında gerçekleşen ve Türkiye'nin iletişim zemini için çok önemli katkılar sağlayacak bir proje olmaktadır. Uygulanan servis ve teknolojileri, gelişmiş temeli, yurt dışı ilişkileriyle içinde bulunduğumuz yüzyılın veri işlem uygulamalarında Türkiye'yi geliştirmekte ve ilerletmektedir⁴⁶.

2.1.6. Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu

Türkiye, dünyadaki ilerlemelere uyumluluk gösterip ayak uydurmak zorunda olmaktadır. Buna bağlı olarak Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulunun (BTYK) 25 Ağustos 1997'de gerçekleştirdiği, bir strateji belirlenmesi maksatlı toplantıda elektronik ticaretin ülkede yayılması kararına varılmış ve Dış Ticaret Müsteşarlığına koordinatörlük verilmiştir. Karara bağlı olarak, Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu'nun (ETKK) 16 Şubat 1998'de ilk toplantısı yapılmış, başkanlığı Dış Ticaret Müsteşarlığı yapmış, ilgili kuruluşlar toplantıya iştirak etmiş, elektronik ticaretin ilerlemesine ait düzenli ve geniş iştirakle çalışmaların başlangıcı bu şekilde yapılmıştır. Elektronik ticaretin ilerletilmesi hususunda, ETKK'nin bazı görüşleri aşağıda sıralanmaktadır⁴⁷:

1. Rekabet kaideleri çerçevesinde, servis sağlayıcılara özendirici imkânların tanınması,
2. Komünikasyon hizmetleri için alınan ücretlerin mümkün olduğu kadar düşük olması ve ilgili unsurların irdelenmesi,
3. Kobiler başta olmak üzere, ihtiyaç duyulan finansman dayanağının, e-ticaretin gerektirdiği bilgisayar donanım ve yazılımına sahip olmak isteyen kurum ve kişilere, gereken finansman dayanağının verilmesi,
4. KOBİ'ler hedeflenen kitle olmak koşuluyla, e-ticareti tanıtabilecek eğitim programlarının hazırlanarak elektronik ticaretle ilgili kurum ve kişilere yetkililerce uygulanması.

⁴⁵ Burak Selçuk Hasiloğlu, *Elektronik Ticaret ve Stratejileri*, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 1999, s. 78.

⁴⁶ Demir, a.g.e., s. 27.

⁴⁷ Mehmet Yüksek, *21 YY. Ticaretinin Yeni Arenası: E-Ticaret*, İzmir Ticaret Odası Yayınları, İzmir, 2000, s. 65.

2.2. ELEKTRONİK TİCARETİN SEKTÖREL DÜZEYDE ETKİLERİ

Elektronik ticaret birçok sektörde kullanılmakta ve önemli yararlar sağlayabilmektedir. Elektronik ticarete yararlanılan sektörleri; haberleşme, eğitim, sağlık, kitle iletişim araç, eğlence, bankacılık, finans, bilgi teknolojisi, taşımacılık, iş hizmetleri, perakende satış ve imalat sanayi şeklinde sıralamak mümkündür.

2.2.1. Haberleşme

Aracıların yok olması ve ihtiyaç duyulan girdilerin özelliğinin değişmesi, yeni talepler sayesinde gerçekleşmektedir. E-ticaret uygulamalarında, kablosuz erişim protokolü gibi yeni teknolojiler etkili olacaktır. Milyonları aşkın şebeke kullanıcısının değişik içeriklerdeki yazı ve haberleri birbirlerine yolladıkları tartışma platformları, haber grupları olarak tanımlanmaktadır. Kullanıcı, konusunu kendi konusuyla en uyumlu olan gruba yollamaktadır⁴⁸.

Teknolojinin ilerlemesi, insanların hayatında 18. asır başlarından 19. asrın ortalarına dek çok yavaş biçimde etkili olmaktadır; tıp, fizik, mühendislik, kimya gibi dallardaki ilerlemelerle 20. asrın ilk senelerinde dünyanın seyri değişmiş ve gelecekteki senelerde teknolojik alanda yapılacak buluşların temeli atılmıştır. İkinci Dünya Savaşı'nın ardından elektronik iletişim dalındaki icatlar ve bilgisayarların toplum hayatına girmesi gerçek bir devrim niteliğinde olmaktadır⁴⁹.

2.2.2. Eğitim

Geleneksel eğitim idaresi yöntemlerinin ve uzaktan eğitim için önemli olanakların kullanımı elektronik usulle olabilir. Değişik okullardan, ülkelerden, kıtalardan ve bu sayede değişik kültürlerden insanlarla tanışıp etkileşim içinde olmak, birlikte projeler oluşturmak, okulları öncelikli olarak internete taşımak ve interneti böylece büyük bir kütüphane şeklinde kullanmak gibi faaliyetler günümüzde tüm dünyada ön planda olmaktadır⁵⁰.

Üniversitelerin sosyal anlamda değişim yaşamalarında online bilgiye ulaşımın rolü oldukça büyük olmaktadır. Yükseköğretim kurumlarının ansiklopedik bilgi

⁴⁸ Bünyamin Ersin Kahya, "Türkiye'nin En Büyük 500 İşletmesinde Elektronik Ticaret Üzerine Bir Alan Araştırması", <http://www.tcmb.gov.tr/yeni/iletisime-ticaret>, (Erişim Tarihi: 12.09.2016).

⁴⁹ Onur Öymen, *Geleceği Yakalamak: Türkiye'de ve Dünyada Küreselleşme ve Devlet Reformu*, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2000, s. 65.

⁵⁰ Gonca Telli, *E-Ticaret Kavramlar Gelişim ve Uygulamalar*, Kriter Yayın, İstanbul, 2013, s. 77.

kaynaklarına olan mahkûmiyetinin son bulması, bilgi teknolojilerinin eğitimde kullanılmasıyla gerçekleşmektedir⁵¹.

2.2.3. Sağlık

İstek doğrultusunda, birebir bağlantı olmaksızın tıbbi koruma temin edilmesi "tele-tıp" şeklinde tanımlanmaktadır. Yeni hizmet türlerinin tüketiciye yönelik olanları ve hatları, sağlık gibi işleyiş türleri ileletilebilmektedir. Acil hâllerde, insanlar evlerinde veya ev dışında buldukları yerlerdeyken, alanında uzman sağlık görevlisi arasındaki uzaktan konsültasyonlarda tele-tıp uygulanmakta, hekimle hastanın aynı yerde olması zorunluluktan çıkmakta ve bu sayede verinin tek kaynağının hekim olmasına artık gerek kalmamaktadır⁵².

2.2.4. Kitle İletişim Araç ve Eğlence

E-ticaret uygulamaları, internetin süratli biçimde ilerlemesiyle oluşan sanal ortamın bireylere bahşettiği ve her geçen gün artan hizmetlerin biri olarak bilinmektedir. Pek çok sahada değerlendirildiği gibi, sektör biçimini alan eğlence gereksinimlerini gidermek amacıyla da değerlendirilmektedir. E-ticaret uygulamalarına örnek olarak tiyatro ve sinema biletleri, spor karşılaşmalarına ait biletler, oyun siparişleri verilebilir⁵³.

İletişim, eğlence, bilgi gibi unsurlar internet kullanım amaçlarını oluşturmaktadır. Müesseselerin ve kişilerin internet olarak tanımlanan açık şebeke ortamında veya intranet olarak tanımlanan, sınırlı sayıda kullanıcının erişebildiği kapalı ağ ortamlarında görüntü ve ses biçimindeki sayısal verilerin işlenmesi, ulaştırılması ve muhafaza edilmesi esasında olan ve bir değer oluşturmayı hedefleyen prosedürlerin tamamını belirtmektedir⁵⁴.

2.2.5. Bankacılık ve Finans

Bankacılıkta yeni ödeme metotlarının ilerletilmesinin, kullanılan ödeme metotlarında rastlanan emniyet sorunlarının giderilmesiyle alakalı çalışılmasının,

⁵¹ Vlastimil Vesel, "Virtual Learning Environ-Ment in the age of Global Infonetworks", <http://www.ercim.org/publication/ws-proceedin%20gs/DELOS9/Pap8.pdf>, (Erişim Tarihi: 15.09.2016).

⁵² Önder Canpolat, *E-Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler*, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Yayınları, Ankara, 2011, s. 48.

⁵³ Filiz Tutar, "Turizm Sektöründe E-Ticaret Uygulamaları: Nevşehir Örneği", *Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi*, 2001, 25-50, s. 42.

⁵⁴ Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu Hukuk Çalışma Grubu Raporu, <http://www.etkk.gov.tr> (Erişim Tarihi: 15.11.2016).

iktisat ve para ağırlıklı bir işgücü ekibine gereksinimi olan bankacılık sektöründe internet ve veri teknolojisinde uzmanların ağırlığının artmasının nedeni e-ticaret metotlarının uygulanışının fazlalaşması olmaktadır. ABD çalışma istatistikleri bürosu, 2010 senesinde 2010'a oranla üç kat daha fazla bilgi teknolojisi uzmanı beklenmekte olduğunu bildirmiştir. İşlemlerde yanlışları en aza indirmek, kişi unsuruna bağımlılığı azaltmak ve bunun getirisi olarak verimliliği arttırmak e-ticaret uygulamalarının en önemli etkilerinden olmaktadır. Bilgi teknolojilerinin, para piyasalarında ve bankacılıkta da işgücünün yerini aldığı bilinmektedir⁵⁵.

İnternet, yaşadığımız dönemde finansal müesseseler için önemli bir vasıta olarak kabul edilmektedir. İnternetin finansal müesseseler tarafından kullanılmasının nedenleri şu dört başlık altında toplanabilir⁵⁶:

1. Şubelerdeki bankacılık işlemlerinin müşteriye internet aracılığıyla sunulması
2. Müşterilerle iletişimin çift yönlü olması
3. Müşteri ilişkilerinin ilerletilmesi ve müşterinin devamlılığının sağlanması
4. Bilgilendirme vasıtası

2.2.6. Bilgi Teknolojisi

Sanal organizasyonların ve sanal takımların oluşmasında bilgi ve iletişim teknolojilerinin etkisi büyük olmaktadır. Organizasyonlar bu şekilde tüm dünyadaki uzmanlar tarafından tüm gün kesintisiz biçimde çalışılabilmekte, artan müşteri istekleri karşılanabilmekte ve yoğun rekabet ortamıyla baş edilebilmektedir. Organizasyonlar bu şekilde etkinliklerini daha esnek bir şekilde devam ettirebilme olanağı bulmaktadır⁵⁷.

Hizmet sektöründe en büyük payın iletişim sektörüne ait olduğu bilinmektedir. İletişim alt sektörü bilgi teknolojileriyle birlikte değerlendirildiğinde ise olağanüstü sonuçların varlığı söz konusu olmaktadır. Bir ülkede bilişim sektörüne yapılan yatırımların miktarı ve niteliğinin ulusal ekonomileri son derece etkilediği belirtilmektedir. Bu yatırımlar ekonominin tüm sektörlerini etkileyecek nitelikte olmaktadır. Bunun nedeni ise, bilgi yaratma sürecinin ortaya çıkardığı dışsallıklardır⁵⁸.

⁵⁵ Orhan Koçak, "Elektronik Ticaret ve İstihdama Etkisi", *İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 2011, Cilt: 50, 455-478, s. 462.

⁵⁶ Metin Argan, *İnternet Teknolojileri*, Alfa Yayınları, İstanbul, 2000, s. 68.

⁵⁷ Ali Deniz Akkırman, *Sanal İşyerinde Örgütsel Davranış*, Aktüel Yayınları, İstanbul, 2004, s. 36.

⁵⁸ Murat İnce, *Elektronik Devlet: Kamu Hizmetlerinin Sunulmasında Yeni İmkanlar*, DPT Yayınları, Ankara, 2001, s. 76.

Ekonomideki yenilikçi anlayış ve bilgi teknolojileri uygulamalarındaki artış ile elektronik ticaret (e-ticaret) daha geniş bir uygulama alanına kavuşmaktadır. E-ticaret kapsamında maliyetlerin düşük olması, zaman ve mekan kısıtlamasının bulunmaması üstünlük faktörleri olarak değerlendirilmektedir. Bununla birlikte aynı anda pek çok kişinin görüntülü, yazılı sesli metinleri paylaşabilmesi de e-ticaret kavramının hızla gündeme oturmasına neden olmuştur⁵⁹.

2.2.7. Taşımacılık

E-ticaretten bahsedilmesine, web siteleri aracılığıyla 90'lı yıllarda perakende satış etkinlikleriyle başlanmış ama hakikatte asıl başlangıç 60'lı yıllarda, işletmeler arası ticari etkinliklerde EDİ iletişim şebekelerinin faaliyete başlamasıyla olmaktadır. Kullanılmaya başlanmasının başlıca amaçları özellikle benzer işlemlerin tüm aktarma ve gümrük istasyonunda yineleniği ve havayolu, demiryolu taşımacılığı gibi süreklilik gerektiren ticarî işlemlerde zamandan kazanmak ve insana bağlı hataları azaltmak olmaktadır⁶⁰.

Taşımacılık sorunlarının e-ticaret kapsamında giderilmesi amacıyla Dünya Gümrük Örgütü (DGÖ) bazı çalışmalar yürütmektedir. Türkiye'de de modernizasyon ve otomasyon açısından çalışmalar sürdürülmektedir. Gümrük otomasyonu çerçevesince, taraflar, ulusal ve uluslararası kuruluşlar, bankalar ve gümrük idaresi arasında elektronik veri değişimi yapılması hedeflenmektedir. Bu konuda sözü geçen taraflar; komisyoncular, ithalatçılar, ihracatçılar ve taşıma firmaları olmaktadır. Taraflarca beyanname ve manifesto bilgileri gümrüklere hızlı ve kolayca ulaştırılabilmektedir. Bu amaçlar dahilinde bir pilot bölge seçilerek çalışmalara başlanmıştır⁶¹.

E-lojistik; geleneksel taşımacılığın gelişmiş hali olmakla birlikte, daha fazla hizmet ve bilgi sunmaktadır. Geleneksel lojistik içinde yer alan müşteri hizmetleri, depolama ve satın alma gibi hizmetler elektronik ortamda gerçekleştirilmektedir.

⁵⁹ Mustafa Başer, "Elektronik Ticaret Temel Özellikleri ve Elektronik Ticarete XML Kullanımı", *Hacettepe Üniversitesi Dergisi*, 2002, 45-60, s. 56.

⁶⁰ Fatih Söylemez, Türkiye'deki İlk 1000 Büyük İşletme İçin B2B Durum Değerlendirmesi, Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana, 2006, s. 48 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

⁶¹ Adem Anbar, "E-Ticarete Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri", http://www.e-kavram.com/eticaret/4.asp?makale_id=73.adresinden, (Erişim Tarihi: 17.11.2016).

Elektronik ticaretin ortaya çıkmasıyla birlikte lojistik kavramı radikal bir değişim sürecine girmiştir. Bu bağlamda daha hızlı ve pratik bir lojistik anlayışı gelişmiştir⁶².

2.2.8. İş Hizmetleri

Sanayileşmiş bütün devletlerde iş hizmetlerindeki istihdam gelişmesi görülmektedir. Uzmanlaşma, kadınların işgücünün bir üyesi olması, artan iş bölümü; vasıfsız mesleklerde istihdamın gelişmesini sağlamaktadır. Gelişen ticaret, iş hizmetleri bölümünün ilerlemesi, ortaya yeni çıkan mesleklerin daha ufak görevlere bölünerek üretimin parçalanması da istihdamın yüksek nitelik gerektiren mesleklerde artmasını sağlamaktadır. Dünyadaki geleneksel ticaret anlayışından yeni ekonomiye geçiş sürecinin süratlenmesi, elektronik ticaretin iktisadî etkileri sayesinde gerçekleşmektedir. Devletlerin elektronik ticaretin ilerlemesinde devamlı düzenlemeler yapması ve yeni tedbirler almasıyla bu etkilerin ekonomilere katkıları olmaktadır⁶³.

Küreselleşme ve teknolojik gelişmeler sayesinde hizmet sektörüne verilen önem artmaktadır. Bununla birlikte sektörde hızlı bir teknolojik yenilenme görülmektedir. Gelişmelerin getirisi olarak klasik sanayi ve imalatçılık anlayışı yerini hizmet anlayışı ve bilim ekonomisine bırakmaktadır. Elektronik verilerin yasal bir biçimde onayı ve bilgi kayıt sistemi hizmetleri, hizmet sektörü kapsamında sunulan hizmetlerden yalnızca birkaçı olmaktadır⁶⁴.

2.2.9. Perakende Satış

Elektronik perakendeci firmaların; tüketicinin bireysel gereksinim, istek ve tercihlerine uygunluk gösterebilecek çeşitli hizmet ve ürünleri daha kısa sürede ve daha maliyetsiz biçimde sağlayabilmesi gibi kolaylıklar internetin yaşamımıza girmesiyle olmaktadır. Son zamanlarda, elektronik müşteri sayılarındaki artışın internet kullanıcılarından daha çok olduğu saptanmıştır. Bu durum, internet üzerinden alışveriş yapmaya daha fazla kullanıcının meyilli olduğunu ortaya koymaktadır. Bu artış sadece elektronik müşteri sayısında görülmemekte, onların internette yaptığı alışverişlerde de eşdeğer olarak gözlemlenmektedir⁶⁵.

⁶² Deborah Bayles, *E-Commerce Logistics and Fulfillment Delivering The Goods*, Prentice Hall PTR, London, 2001, p. 77.

⁶³ Serdar Altınok ve İbrahim Halil Sugözü, "Geleneksel Ticaretten Yeni Ekonomiye Elektronik Ticaretin Temel Ekonomik Etkileri", <http://inet-tr.org.tr/inetconf9/bildiri/89.pdf>, (Erişim Tarihi: 16.09.2016).

⁶⁴ Zeynep Ersoy, "Elektronik Ticaretin Ekonomik ve Sosyal Etkileri", *Görüş Dergisi*, 2000, 20-35, s. 28.

⁶⁵ Seden Algür ve Funda Cengiz, "Türk Tüketicilere Göre Online (Çevrimiçi) Alışverişin Riskleri ve Yararları", *Yaşar Üniversitesi Dergisi*, 2005, Cilt: 22, Sayı: 6, 3666-3680, s. 3670.

İnternet başta olmak üzere farklı elektronik kanalların kullanılarak mal ve hizmet satışının gerçekleştirilmesi, elektronik perakendecilik olarak tanımlanmaktadır. Tanımdan da anlaşılacağı üzere İşletmeden Tüketiciye (B2C) ve İşletmeden İşletmeye (B2B) elektronik ticaret de kapsam içinde değerlendirilmektedir⁶⁶.

Daha çok internet kanalını tercih edilerek satış yapan sanal mağazalar, elektronik perakende pazarı kapsamında değerlendirilmektedir. Bu tip sanal mağazalar otomobilden kitaba, aksesuardan giyime geniş bir ürün yelpazesiyile tüketiciye hizmet sunmaktadır. Tüketici ihtiyacı olan ürünler hakkında bilgi sahibi olmakta, istediği zaman kolaylıkla kalite ve fiyat karşılaştırması yapabilmektedir. Tüketiciye büyük kolaylık sunan elektronik perakendecilik hizmeti, geleneksel yöntemlerle kıyaslandığında ise zayıf bir görüntü çizmektedir. Bunun sebebi ise tüketicinin alışverişi yüz yüze gerçekleştirmek istemesidir⁶⁷.

2.2.10. İmalat Sanayi

İmalat sanayinin %99,602'si KOBİ'ler tarafından oluşturulmakta ve toplam istihdamın %79,37'si onlar tarafından meydana getirilmektedir. Küçük ve orta ölçekli sanayi işletmeleri ise istihdamın %68,74'ünü oluşturmaktadır. E-ticaretin yararı, KOBİ'leri ticareti engelleyen bilgi eksikliği, taleplere uygun üretim yapılamaması, pazara olan uzaklık gibi olumsuz durumlardan kurtarabilmesiyle ölçülecektir fakat çok kısa bir zaman diliminde ve tek başına e-ticaret uygulamalarının KOBİ'lerin bütün pazarlama problemlerini çözülmesi mümkün olmamaktadır⁶⁸.

Tüketicilerin kaliteli bilgi isteği, bilgi işlem alanında uzmanlaşmayı da beraberinde getirmektedir. Bu durumun bilgi işlem alanında yeni iş olanaklarını ortaya çıkarmıştır. E-ticaret kavramının iktisadi faaliyetleri, imalat sanayiden hizmet alanına kaydırmasıyla emek piyasasında farklı yapılanmalar ortaya çıkmıştır. Bu bağlamda elektronik ticaret, çoğunlukla internet kanalını kullanarak ticaretin altyapısını sağlayan işleri etkilemektedir. E-ticaret geniş bir uygulama alanına sahiptir. Uluslararası ticarete en önemli husus örnek ve modellerin hızlı bir biçimde gönderilmesidir. Küçük imalatçılar içinse maliyet ve bürokratik işlemlerin azlığı ihracatta hız ve teşvik unsuru

⁶⁶ Caroll Dennis and Taydi Fenech, *E-Retailing*, Routledge Press, New York, 2006, 1-7, p. 3.

⁶⁷ Lina Zhou and Liwei Dai, "Online Shopping Acceptance Model: a Critical Survey of Consumer Factors in Online Shopping", *Journal of Electronic Commerce Research*, 2007, Cilt: 8, No: 1, 41-62, p. 55.

⁶⁸ Ayşe Şahin ve Hulusi Demir, "Tekstil ve Konfeksiyon Sektöründe Faaliyet Gösteren Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Pazarlama Sorunları ve E-Ticaretten Beklentileri", *DEÜ İİBF Dergisi*, 2005, Cilt: 20, Sayı: 1, 1-13, s. 7.

olmaktadır. Böylece hızlı taşımacılık ve kargo işlemleri son derece önemli olmaktadır⁶⁹.

2.3. ELEKTRONİK TİCARETİN PAZARLAMA VE REKLAMCILIĞA ETKİLERİ

Elektronik ticaret pazarlama alanında işletmelere önemli katkılar sunmaktadır. İşletmeler, rekabetin yayıldığı sektörlerde pazarlama ve reklamcılık alanında yeniliklere açık olmak durumundadır. Elektronik ticaretin pazarlama alanında sağlamış olduğu katkıları; pazar, büyüme, maliyet, hız, sipariş sistemleri, yeni satış kanalları, kişiye özel bilgilendirme, ürün destek hizmetlerinin kolaylığı, zaman tasarrufu, devir zamanının kısalması, müşteri hizmetlerinde hızlilik ve imaj artışı şeklinde sıralamak mümkündür.

2.3.1. Pazar Büyütme, Maliyet ve Hız

Farklılık yaratmanın, marka olmanın, pazar büyütmenin, yenilikleri uyarlayıp uygulamanın boyutları yerelden globale doğru kaymaktadır; bunun sebebi yerel global Pazar arasındaki sınırların ortadan kalkması ve rekabetin boyutunun yerelle sınırlı kalmamasıdır. Girişimciler, bu sebeple yenedünya düzenine uyum sağlamak zorunda olmakta, dış dünyadan kendilerini soyutlayamamaktadır. Hem tüketicilere hem de ülkenin ekonomisine girişimcilerin pek çok yararı vardır ve onlar ekonomik sistem içinde önemli role sahip olmaktadır⁷⁰.

İnternet kanalı kullanılarak yapılan ticari işlemlerde, işletmeler son derece hızlı ve düşük maliyetlerle ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Elektronik ticaret, etkin stok kontrolüne de imkan sağlamaktadır. B2B e-ticaret modeli işletme ve tedarikçi firmaları sınır ötesi pazarlara kolaylıkla taşıyabilmektedir⁷¹.

Yeni ekonomi anlayışında firmaların pazarlara düşük maliyetlerle ve kolaylıkla girme olanağı itici bir güç olmaktadır. İleri teknoloji işletmeleri ise coğrafi anlamda tek bir merkezde toplanmaktadır. Bu duruma verilebilecek en güzel örnek Silikon Vadisi olmaktadır. Teknolojik gelişmeler ve zorunluluklar insan kaynakları gibi alanlarda

⁶⁹ Öcal Usta, *İşletme Finansı ve Finansal Yönetim*, Detay Yayıncılık, Ankara, 2005, s. 45.

⁷⁰ Emre Ozan Aksöz, *Dış Ticarete Girişimcilik*, Anadolu Üniversitesi Yayını, Açıköğretim Fakültesi Yayını, Eskişehir, 2007, s. 45.

⁷¹ Murat Çak, *Dünyada ve Türkiye'de E-Ticaret ve Vergilendirilmesi*, İstanbul Ticaret Odası, İstanbul, 2002, s. 65.

vasıflı insan gücünü ön plana çıkarmaktadır. Bu gelişmelerin gelir dağılımında eşitsizliğe neden olduğu da görülmektedir⁷².

2.3.2. Sipariş Sistemleri

Üretici firma, sipariş formunu bilgisayar aracılığıyla almakta ve verileri üretim, dağıtım, muhasebe ve satış bölümlerine yollamaktadır. Pek çok etkinlik için personel ihtiyacı, bilgisayarların işlemleri otomatik olarak gerçekleştirmesinden dolayı en aza ineceğinden, personel masraflarında tasarrufun büyük ölçüde sağlanabileceği görülmektedir. İşletmeler arası siparişlerde oluşan problemlerin bilgisayarların işlemleri hassas biçimde yapmaları sayesinde azalabileceği düşünülmektedir. Depo için gereken alanda da zamanlaması yerinde, titiz ve bilgisayar destekli siparişler sayesinde azalma olduğu görülmektedir⁷³.

Elektronik ticaretin kapsadığı iki ana faaliyet vardır. Bunlar, dolaylı ve dolaysız (doğrudan) elektronik ticaret faaliyetleridir. Dolaylı elektronik ticarete, fiziksel varlığı olan gerçek malların elektronik ortamda siparişi alınmaktadır. Cep telefonu, gıda, giysi gibi malların sipariş işlemleri tamamlandıktan sonra, teslimatı geleneksel kanallar üzerinden gerçekleştirilmektedir. Dolaysız (doğrudan) elektronik ticarete ise fiziksel varlığı olmayan mal ve hizmetlerin sipariş, ödeme ve teslimi söz konusu olmaktadır. Bu kapsama bilgisayar yazılımları, bilgi hizmetleri, eğlence içerikleri vb. mal ve hizmetler girmektedir. Sipariş işlemlerinin gerçekleştirilmesi, takibi ve satış sonrası sunulan hizmetler için internet erişiminin sürekliliği gerekmektedir. Tüm bu çalışmaların gerçekleştirilmesi amacıyla çeşitli yazılımlara ihtiyaç duyulduğu görülmektedir⁷⁴.

2.3.3. Yeni Satış Kanalları

İletişim teknolojilerinin de desteğiyle, E-ticaret artık sadece farklı bir ortamda bir mağaza ve yeni bir satış aracı olarak kabul edilmemelidir. Elektronik ticaret, işletmelere ayrıca, üretim maliyetlerinde azalma, yeni bir tedarik zinciri, doğrudan satış, ürün dağıtım hizmeti gibi daha pek çok fırsatı da sağlamaktadır ve işletmelerin bu avantajı çok iyi şekilde değerlendirmesi gerekmektedir. Kepenkleri açıp müşteriye beklemekle siteyi kurup internete yüklemekle aynı anlama gelmektedir. İnternette

⁷² John Van Reenen, *The New Economy: Reality and Policy*, Fiscal Studies, London, 2001, p. 45.

⁷³ Celal Kalaycı, "Elektronik Ticaret ve KOBİ'lere Etkileri", *Ekonomi ve Araştırmalar Dergisi*, 2005, 139-150, s. 142.

⁷⁴ Kircova, a.g.e., s. 53.

müşteriyi çekmeye yarayan, başarının anahtarı olarak kabul edilen pek çok metot bulunmaktadır ve bu anahtarları bulup değerlendirmek çok önemli olmaktadır⁷⁵.

İnternet kanalı ile yeni bir perakende satış yönteminin ortaya çıkması ürünlerin daha ucuza satılmasına neden olmuştur. Bu durumun en önemli nedeni ise geleneksel satış yöntemlerine nazaran dağıtım maliyetlerindeki düşüş olmaktadır. Tüketiciler tek tek mağazaları dolaşmaktansa internette fiyat ve kalite karşılaştırmasını kolayca yapabilmektedirler. Nekadar.com, Akakçe.com, Kaçlira.com gibi fiyat ve kalite karşılaştırma siteleri, tüketicilere gereken bilgileri karşılaştırma imkanını tek sayfada sunmaktadır. Müşteriler müzik alanında da albümün tamamını almak yerine tek tek alarak ücretlendirmeyi bu yönde yapabilmektedirler⁷⁶.

2.3.4. Kişiyeye Özel Bilgilendirme

Firmalar, e-ticarette ürünlerini web sayfaları kanalıyla satarken aynı zamanda o ürünle ilgili müşterilere yönelik bilgilendirmeler ve hizmetler yapmakta ve bunun yanı sıra müşterileri sitelerine toplayabilmek için yaşam, güncel haber gibi konularda çeşitli bilgiler vermektedirler⁷⁷. Bölgelerdeki müşteri taleplerinin neler olduğu, hangi ülkede hangi ürünlerin rağbet gördüğü gibi konuları belirlemek elektronik dış ticaret sayesinde daha kolay olmaktadır ve bu yönde kampanyalarla daha çok satış da bu özellik sayesinde yapılabilir. Firmalar, kendi ülkelerinde bulamayacakları ürünleri müşterilere sunup tanıtarak dikkat çekeabilmekte, bu şekilde de firmaların tercih edilme ihtimali yerel rakiplerine kıyasla daha fazla olabilmektedir⁷⁸.

Elektronik ticaretin uygulanmasında ve öncesinde işletmeler, işlemlerin gerçekleştirilmesi esnasında bazı hususlara dikkat etmek zorundadır. Bunlar, genel anlamda web sitesinin hazırlanması, siparişlerin nasıl alınması gerektiği, ödeme şekli gibi hususlar olmaktadır. Ayrıca, satılan ürünün veya hizmetin teslim süreci, süresi, garantisi ve iadesi ile tüketicilere ait bilgilerin korunması ve güvenliği, işletmelerin önem vermesi gereken konular dahilindedir. Pek çok e-ticaret sitesi müşteri memnuniyeti ve hizmetlerin iyileştirilmesi adına çeşitli çalışmalar yapmaktadır. Firmalar alternatiflerinden farklı olmak için müşterilerine kendilerini özel hissettirecek uygulamalar yapmaktadırlar⁷⁹. Açılış sayfasında hoş geldiniz mesajı, doğum günü

⁷⁵ Coşkun Dolanbay, *E-Ticaret; Stratejiler ve Yöntemler*, Meteksan Yayınları, Ankara, 2000, s. 66.

⁷⁶ Koray Odabaşı, *İnternette Pazarlama Stratejileri*, Cinius Yayınları, İstanbul, 2004, s. 48.

⁷⁷ Kircova, a.g.e., s. 39.

⁷⁸ Gazanfer Erbaşlar ve Şükrü Dokur, *Elektronik Ticaret E-Ticaret*, Nobel Yayıncılık, İstanbul, 2006, s. 78.

⁷⁹ İker Fırat, "Yeni Ekonomi", *NTV Mag Dergisi*, 2001 Sayı: 19, 70-90, s. 89.

mesajları, özel sürprizler ile kişisel yardımlar şeklinde müşterilerine bilgilendirme sunan firmalar mevcuttur. Bu uygulamalar tüketicilerin daha fazla alışveriş yapmasını sağlamakta, memnuniyeti de arttırmaktadır. Müşteri memnuniyeti ile sadakatin temelleri atılmaktadır. İnternet, bu tip hizmetlerin uygulanabilmesi açısından en ucuz kanal olmaktadır⁸⁰.

2.3.5. Ürün Destek Hizmetlerinin Kolaylığı

İnternetteki alışveriş siteleri, yapılan alışverişlerde tüketicilerin davranışları üzerindeki olumlu etkisini, tüketicilerin internetteki alışveriş sitelerinden aradıkları her türlü hizmete veya ürüne erişebiliyor olması, hizmetler ve ürünlerle ilgili bilgi alabilmesi, fiyat kıyaslaması yapabilmesi gibi imkânlarla artırmaktadır. Müşterinin memnuniyeti, sitelerin ek bir maddî bedel istemeden kesintisiz hizmet etmesiyle, işitsel- görsel unsurlarla müşterinin etkilenme seviyesini arttırmasıyla, ihtiyaç duyulduğu durumlarda müşterinin evine kadar hizmet sunmasıyla sağlanmaktadır. Oluşturulan müşteri veri sistemiyle takibin kolaylaşması sayesinde müşteri- ürün grubu eşleştirilmesinin daha kolay yapılabilmesi, verilere ulaşım daha kolay sağlanabildiğinden pazarlama stratejisinin ilerletilmesi ve ürün kalitesini yükseltme sürecinin süratlenmesi gibi imkânlar oluşmaktadır⁸¹.

Firmaların internette sağlayacağı ticari başarı, tüketiciye sunulan hizmet ve kaliteye bağlı olmaktadır. Firmalar elektronik ticarete başarıyı elde edebilmek için, bazı hususlara dikkat etmek zorundadır. Tüketicide sunulan mal ve hizmet hakkında yeterli bilgi sağlanmalı, kolaylıkla aranabilmeli, güvenli bir sistemden ödemelerin gerçekleştirilmesi sağlanmalıdır. Bunun yanında tüketiciler, güncellenmiş ulaştırma bilgilerine ulaşabilmeli ve müşteri şikayetleri anında yanıtlanabilmelidir. Tüketicide sunulan ürün destek hizmetlerinin kolaylığı elektronik ticaret için oldukça önemli bir nokta olmaktadır. Günümüzde firmalar internet üzerinden alışveriş yapmak isteyen tüketiciye hizmet sunacak şekilde yapılanmaya başlamışlardır. B2C e-ticaret modelinde şirketler ürünlerinin özelliklerini web sayfalarında sunmaktadırlar. Böylece müşterilerine ürün ve ödemeler konusunda pek çok imkan sağlanmaktadır⁸².

⁸⁰ Daniel Baier and Easton Stüber, "Acceptance of Recommendations to Buy in Online Retailing", *Journal of Retailing and Consumer Services*, 2010, Cilt: 17, 173-180, p. 176.

⁸¹ Serdar Altınok ve İbrahim Halil Sugözü, "E-Ticaretin Girişimcilik üzerindeki Etkileri", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2006, Cilt: 16, 125-138, s. 133.

⁸² Çak, a.g.e., s. 120.

2.3.6. Zaman Tasarrufu

Siparişlerin daha az hatayla ve online yapılması, müşterilerin artmasını sağlamaktadır. Siparişler elektronik olarak yapıldığında, süreç mevki tahsislerine süratle yönlendirilebilmektedirler. Bu sayede pek çok satıcının satışlar için zamanı artmakta, böylece masraflar azalmakta ve zaman korunmaktadır. Bunun yanı sıra müşteriler tüm siparişlerini içine alan zaman tasarruflarının ve sipariş maliyetlerinin hesabını yapabilmektedirler. Millî ve enternasyonal ticarî prosedürlerin idaresinin elektronik ortamda olması sayesinde zamanın ve bilginin idaresi de etkin olmaktadır. Böylece stok maliyetleriyle zamandan kaynaklanan maliyetler düşmekte, ürünün siparişiyle teslim edilmesi arasındaki zaman iyice daralıp en aza inmektedir⁸³.

E-ticaret kapsamında işletmeler, ürün çeşitliliğini artırarak fiyat uygunluğu da sağlamaktadır. Bu durum tüketicilerin satın alma hususunda tercihlerini etkilemektedir. Geleneksel yöntemde uzun zaman ayrılması gereken alışverişler internet ile birlikte en kısa sürede tamamlanmakta, zaman tasarrufu sağlanmaktadır. Geleneksel ticarete yer alan yöntemler değişen teknoloji ve e-ticaret olgusu ile birlikte büyük bir değişime uğramıştır. Elektronik ticaretin geleneksel ticarete göre en belirgin farkı ise işlem ve onay konusunda zaman tasarrufu sağlamasıdır. E-ticaret yöntemiyle hızlı bir biçimde gerçekleştirilen işler, geleneksel ticaret yöntemleriyle yapıldığında hayli zaman almaktadır⁸⁴.

2.3.7. Devir Zamanının Kısalması

Gerçek zamanlı tedarik zincirlerinin oluşturulmasını, alınan siparişlerin en az hatayla ve en kısa sürede teslimini kolaylaştıran unsurlar iletişim ve bilgi teknolojilerindeki ilerlemeler olmaktadır⁸⁵. Stok devir sürati bu biçimde artmaktadır. Fakat büyük parçaların dünyanın herhangi bir yerine her zaman ve kısa sürede ulaştırılamaması, maliyet kısıtlamaları sebebiyle gerçekleştirilememektedir. İşletmeler, yeni teknolojiler sayesinde mevcut üretim kapasitesini daha etkili kullanabilmekte ve artan taleplere karşılık verebilmek için yeni yatırımlar yapmak durumunda kalmaktadırlar⁸⁶.

⁸³ Ali Ceylan, *İşletmelerde Finansal Yönetim*, Ekin Kitabevi, Bursa, 2003, s. 76.

⁸⁴ Emre Yıldırım, *İnternet Üzerinden Satın Alma Yapanların E-Perakende Sitelerine Yönelik Güven Oluşturmalarında Kullanıcı Yorumlarının Etkisi: Tüketici Elektronik Ürünlerinde Bir Uygulama*, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Eskişehir, 2012, s. 36 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

⁸⁵ Paul Jackson, Lisa Harris, *E-Business Fundamentals*, Routledge, London, 2003, p. 20.

⁸⁶ Lynn Margherio and Dave Henry, *Emerging Digital Economy*, US Department of Commerce, Washington, 1997, p. 48.

Firmalar elektronik ticaret ile birlikte ulaştırma alanında oldukça yüksek bir performansa sahiptir. Fakat tüm olumluluklarına rağmen e-ticarete geçişi zorlaştıran çevrenin belirsizliği olmaktadır. Sonuç olarak e-ticaret, işletmelerin performanslarını arttırsa da çevre belirsizliği, e-ticarete geçişi zorlařtırmaktadır⁸⁷.

2.3.8. Müşteri Hizmetlerinde Hızlılık

Alışverişini internet üzerinden yapan insanlar sürati sevmektedir, alacakları bir ürünün ellerine ulaşması için haftalarca beklemek durumunda kaldıklarında aynı yerden bir daha alışveriş yapmayacaklardır. Birçok sitede aynı problemler yaşandığından, aldıklarının kendisine zamanında ulaşacağına birkaç denemeden sonra emin olduktan sonra müşteri alışveriş yaptığı siteye alışmakta, ondan zor vazgeçmektedir. "Hızlı Yanıt" ve "Tam zamanında" gibi anlayışlar, ticarete daha etkili olunması amacıyla geliştirilmekte ve bu anlayışların gerçekleştirilmesi için işlemlerin iş akışında herhangi bir katma değer oluşturmayacak olanların elenmesi gerektiği görülmektedir. İşlemlerin yinelenmemesi ve olası hataların ortadan kalkması, bütün tarafların verilere elektronik ortamda ulaşmasıyla sürenin kısalması EDI sayesinde gerçekleřmektedir⁸⁸.

Elektronik ortamda gerçekleştirilen siparişler, hızlı bir biçimde süreç mevki tahsislerine yönlendirilmektedir. Bu durum zaman ve masrafları azaltıcı yönde etki etmektedir. Pek çok satıcı da böylelikle daha geniş bir zamana sahip olmaktadır. Müşteriler açısından bakıldığında ise bütün siparişleri içine alan zaman tasarrufları hesaplanabilmektedir. Gelecekteki küresel pazar anlayışında başarının, müşteri ihtiyaçlarına anında yanıt verebilecek, sanal ürünler üreten şirketlere ait olacağı düşünölmektedir⁸⁹.

İşletme ve tüketici arasında gerçekleştirilen e-ticaret uygulamalarında tüketiciler bir takım avantajlara sahiptir. Ürün ve hizmet bilgilerine kolay ve hızlı bir biçimde ulaşabilmekte, güvenli ödeme yöntemleri ile işlemlerini gerçekleştirebilmektedir. Tüketiciler kendi aralarında forum siteleri veya epostalar ile iletişime geçerek ürün

⁸⁷ Kns Lyer and Rene Germain, "Supply Chain B2B E-Commerce and Time-Based Delivery Performance", *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 2004, Vol: 34, 25-45, s. 36.

⁸⁸ Ene, a.g.e., s. 10.

⁸⁹ Nusret Ekin, *Bilgi Ekonomisinde Elektronik Ticaret*, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul, 1998, s.45.

hakkında bilgi alışverişi sağlamaktadır. İstenilen ürünün ait olduğu pazar ile ilgili bilgi istenilebilmekte ya da ucuz ve kaliteli ürünlerin takibi yapılabilmektedir⁹⁰.

2.3.9. İmaj Artışı

Özellikle kullanışlılık bakımından kurum web sitelerinin, kullanıcının gözünden nasıl değerlendirildiği önemli olmakta ve kurumsal imajın ulaştırılabilmesi, kurumsal bir algımanın sanal ortamda meydana gelmesinde de çok etkili olmaktadır⁹¹. Siteyle oluşturulan interaktif veri sisteminin kullanılabilirliğini site tasarımı, hata mesajları, bilgi akışı, web sitesinden çevrimiçi müşteri desteği etkilemekte ve sitede dolaşımın kalitesinin anlaşılmasında da belirleyici bir özelliğin meydana gelmesine yardımcı olmaktadır. Ürün ve imaj hizmetle verilebilmekte, aynı imaj firmanın adıyla yapıldığında yani asıl anlamıyla marka hâline gelindiğinde, e-ticaret sisteminin firma için ne kadar faydalı olabileceği, firmayı nasıl geliştirebileceği anlaşılabilir⁹².

İşletmelerin internetteki varlıkları bilgilerinin web sitelerine aktarımlarıyla alakalı olmaktadır. İşletmenin internet ortamında olumlu bir imaja sahip olabilmesi, bazı harcamaları da beraberinde getirmektedir. Ayrıca bu harcamaların işletme içi genel pazarlama plan ve programlarına uygun olması da gerekmektedir⁹³.

E-ticaret tüketicilere pek çok artı değer sunmaktadır. Kişiselleştirme ve isteğe göre uyarlanabilme e-ticaret için itici güç olmaktadır. Tüm bunlar müşteri bağlılığı için önemli etkenlerdir. E-ticaretin işletmeler için bir diğer önemli fonksiyonu da imaj oluşturma konusudur. Olumlu firma imajı sayesinde müşteriler fark yaratabilen firmalara yönelmekte, dolayısıyla müşteri bağlılığı güçlenmektedir⁹⁴.

2.4. ELEKTRONİK TİCARETİN YÖNETİME ETKİLERİ

İşletme yönetiminde hızlilik, maliyet, etkililik, vb. avantajlar için elektronik ticaret önemli bir yer tutmaktadır. Günümüzde tüketicilerin mağazaya gitmeden ve beklemeden ihtiyaçlarını karşılamaları konusunda önemli yenilikler söz konusudur. Bu yüzden, elektronik ticaretin avantajlarından olan; çabukluk, elektronikleşme,

⁹⁰ Senem Çeşmecioglu, **Sorularla Elektronik Ticaret**, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul, 2006, s. 67.

⁹¹ Alice Huang, "An Empirical Study of Corporate Web Site Usability", **Human Systems Management Journal**, 2003, Cilt: 22, 20-45, p. 24.

⁹² Dolanbay, a.g.e., s. 76.

⁹³ Kimberley Strassel, "Şirketinizin Web Adresi Kartvizitiniz Sayılır", **The Wall Street Journal**, 1997, 35-45, s. 42.

⁹⁴ Erhan Akar ve Cantürk Kayahan, **Elektronik Ticaret ve Elektronik İş**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2010, s. 48.

hareketlilik ve çalışma grupları oluşturma konularına değinilmesi konunun anlaşılabilirliği açısından yararlı olabilecektir.

2.4.1. Çabukluk

Firmaların idare şekillerinde e-ticarette birlikte önemli değişiklikler görülmektedir. Verilerin elektronik ortamda tutulması, veriye istendiği zaman erişilebilmesini sağlamakta, böylece sipariş formları, fiyat listeleri gibi dokümanlara ne zaman istenilirse erişilebilmektedir. İş adamları da iş yaptıkları işletme şirketlerinin veya ortaklarının web sayfalarına erişerek malların çıkış tarihi, son fiyat listeleri, üretim rakamları gibi verilere rahatlıkla erişebilmektedir⁹⁵.

E-ticaret sunucular üzerinden ticari işlem ve doküman paylaşımlarını oldukça çabuk gerçekleştirmektedir. Dokümanların dağıtımları da hızlı ve düşük maliyetle sağlanmaktadır. İşletmeler arası veri tabanları karşılıklı sistem entegrasyonları ve veri tabanı paylaşım sistemleri ile yürütülmektedir. İnternet kanalı, firmalara e-iş açısından bağlantıların sağlanması noktasında, gerekli iletişim olanaklarını hızlı bir biçimde sunmaktadır. Elektronik postalar işletmeler arası haberleşmeyi hızla gerçekleştirmekte, arandığı bir bilginin bulunmasında ilgili işi yapan firmalara arama motorları sayesinde kolaylıkla ulaşılabilir⁹⁶.

2.4.2. Elektronikleşme

İşletme-idare anlayışında internetin devrimci özellikleri ortaya çıkmakta, tüm iş süreçleri ve etkinlikleri elektronik ortamdaki gitgide daha yoğun şekilde yürütülmektedir. Elektronik ticaret, internet ve bilişim teknolojilerindeki ilerlemelerin bir ürünü durumunda olmakta, iş modellerinin ve işletmelerde rekabet üstünlüğü getirecek stratejilerin uygulanmasında önemli bir unsur durumunda olmaktadır. Yeni ticaret biçimi olan e-ticaretin, işletmelerin hizmetine büyük potansiyelle sunulması; her alanda yaygınlaşan bilgisayar kullanımı ve bilişim teknolojilerindeki gelişmelerin işitsel ve görsel bilgilerin bilgisayarlar arasında iletiminin süratli olması, işlenmesi ve saklanmasını olanaklı hâle getirmesiyle olmaktadır⁹⁷.

⁹⁵ İnce, a.g.e., s. 17.

⁹⁶ Haldun Soydal, "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde E-Ticaret", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2006, Sayı: 15, 522-539, s. 527.

⁹⁷ Zeynep Çöğürçü, "Ekonomik, Toplumsal, Teknik ve Yasal Yönleriyle Elektronik Ticaret", *İktisat Dergisi*, 2000, Sayı: 407, 45-75, s. 65.

Gelişen teknoloji geleneksel ticaret anlayışında yer alan pek çok kavramı değiştirmektedir. Görüşmeler, reklamlar, kataloglar ve yazılı formlar yerini web sayfalarına, elektronik postalara, EDI bırakmaktadır. Elektronikleşme ve global pazarlar, sosyal yaşamda ve iş hayatında davranış ve kuşak farklılıkları noktasında radikal değişimler olarak ortaya çıkmaktadır⁹⁸.

2.4.3. Hareketlilik

E-ticaret uygulamalarının müesseseler arasında kabul edilmesini hızlandıran etkenlerden biri de yeni ekonomi içinde yaşanan gelişmeler olmaktadır. E-ticaretle internet fırsatı yalnızca mevcut işletmelere sunmamakta, aynı fırsatı iş kurmak isteyen yeni girişimcilere de sunmaktadır. E-ticaretin uluslararası sahalarda yapılmasına elektronik dış ticaret denmektedir. Müesseselerin etkinliklerini süratle e-ticarete uyumlu duruma getirmesinde yer ve zaman sınırlarını yok etmesi, kitlesel ulaşım ve uluslar arası rekabete imkân sağlaması, e-dış ticaretin global olanaklara erişim vermesi, maliyetsiz oluşu ve en önemlisi de dünya pazarlarına rahatlıkla girebilmesi gibi etkenler ön plana çıkmaktadır⁹⁹.

20.yüzyılın son döneminde üretim ve tüketim uluslararası ve hareketli bir hal almıştır. Bu dinamik süreç global ekonominin oluşmasında hızlandırıcı bir faktör olarak etki etmiştir. İnternet ile birlikte pazarlar, sınır ve zaman kavramına bağlı olmadan gelişen, elle tutulamayan bir hal almaktadır¹⁰⁰.

2.4.4. Çalışma Grupları Oluşturma

Çalışanların işbirliği yapmasının ve bilgilerin paylaşımının temelini internet sağlamaktadır. İşletmeler, müşterilerinin tavsiyelerini değerlendirebilmekte ve konuşma odaları, haber grupları vb. araçlarla farklı yerlerdeki çalışanlarını bir yerde toplayarak çalışma grupları oluşturabilmektedir¹⁰¹.

İşletmelerde çalışanların eğitimi ve katılımı oldukça önemli bir faktördür. Özellikle e-ticarete geçiş noktasında insan kaynakları yönetimi daha da önemli bir hal almaktadır. İnternet üzerinde bağımsız çalışma gruplarının yer aldığı ortamlar

⁹⁸ Viswanath Venkatesh vd., *User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View*, MIS Quarterly, 2003, Vol: 27, p. 425.

⁹⁹ Shah Alam vd., "An Empirical Study Of Factors Affecting Electronic Commerce Adoption Among Smes In Malaysia", *Journal of Business Economics and Management*, 2011, Cilt: 12, Sayı: 2, 375- 399, p. 382.

¹⁰⁰ Billur Yaltı, *Elektronik Ticarete Vergilendirme*, Der Yayınları, İstanbul, 2003, s. 48.

¹⁰¹ Umut Mehmet Yürüyen, *Deniz-Ticaretinde Elektronik Satış Yönetimi*, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir, 2003, s. 78.

yaratılmaktadır. Bilgi alış verişinde verilerin güvenliği konusunda, güvenli haberleşme protokolleri ve güvenlik sistemleri kullanılmaktadır¹⁰².

2.5. ELEKTRONİK TİCARETİN SOSYAL HAYATA ETKİLERİ

Elektronik ticaret, sosyal hayatın birçok alanında kullanılabilir. Tüketicilerin zaman darlığı, ulaşım zorluğu, maliyet ve fiyat karşılaştırma arzusu gibi nedenler elektronik ticareti her geçen gün daha cazip hale getirmektedir. Elektronik ticaretin sosyal hayata etkilerini; bilgi paylaşma, dayanışma, tele-çalışma, vatandaşların yaşam düzeyinin geliştirilmesi, eğitim, sağlık, yaşam boyu öğrenim, uzaktan eğitim ve demokrasi şeklinde sıralanabilir.

2.5.1. Bilgi Paylaşma ve Dayanışma

Verilerin aktarımı geleneksel biçimde kişilerle mektup, doğrudan iletişim, faks gibi yöntemlerle sağlanırken e-ticaretin ortaya çıkmasıyla bilgisayar şebekeleri aracılığıyla olmaya başlamıştır. Elektronik ticaret, esas bakımından ekonomik bir olgu olarak düşünülse de kültürel ve sosyal alanlarda da etkili olmaktadır. Veri paylaşımı, demokrasi, vatandaşın yaşam kalitesinin artması, istihdam gibi sosyal sahadaki konularda olumlu etkileri olduğu gözlenmektedir¹⁰³.

Elektronik ticarete firmalar, bilgi paylaşımı ve haberleşmenin sağlanabilmesi için sahip oldukları bilgisayar sistemlerine yatırım yapmak zorundadır. Firmalar kendi aralarında verilerin doğru ve hızlı paylaşımını gerçekleştirebilmeli, daha sonra bilgilerin müşteri, tedarikçiler ve ortaklar için paylaşım yollarını geliştirmelidirler. Tüm bunları ortaya çıkarmak içinse işlemlerin en az hata ile yapılması gerekmektedir¹⁰⁴.

2.5.2. Tele-çalışma

Evden çalışmanın tele çalışmayı tanımladığı düşünülmektedir. Evden çalışmayla tele çalışmayı birbirinden ayıran esas özellik, tele çalışmada bilişim teknolojilerinin en az birini kullanması mecburidir. Ayrıca, işin bir kısmının merkez ofisleri dışında yapılması ve bilişim teknolojilerinin kullanılması koşuluyla tele çalışma evin dışında herhangi bir yerden de yapılabilir. Tele çalışmanın yayılması,

¹⁰² Soydal, a.g.e., s. 529.

¹⁰³ İnce, a.g.e., s. 19.

¹⁰⁴ Damien Power, *The Comparative Importance Of Human Resource Management Practices In The Context Of Business To Business (B2B) Electronic Commerce*, Information Technology & People, 2004, Vol: 17, p. 45.

bilişim teknolojilerindeki ilerlemelerle olmakta, bu tip çalışmanın uygunluğu daha çok bilgi işçileri için uygun kabul edilmektedir¹⁰⁵.

Tele çalışma bir bakıma evden çalışma olarak belirtilmektedir. Fakat evden çalışma yöntemi ile aralarındaki en önemli fark, tele çalışmada bilişim teknolojilerini içeren en az bir aracın kullanılmasıdır. Ayrıca bilişim teknolojilerinden yararlanılarak evden farklı bir yerde de tele çalışma gerçekleştirilebilmektedir. Bilişim teknolojilerinde yaşanan hızlı gelişim ile birlikte tele çalışma gibi alanlar daha çok bilgi işçileri olarak adlandırılan gruplar için bir çalışma biçimi haline gelmiştir¹⁰⁶.

2.5.3. Vatandaşların Yaşam Düzeyinin Geliştirilmesi

Yeni ekonomi olarak da tanımlanan, bilgi teknolojisinde ortaya çıkan süratli değişimlerle bu değişimlere paralel elektronik ticaret olarak da tanımlanan, ekonomik yaşamda bilgisayar şebekelerinin tüm dünya sınırlarına yayılması, 90'lı yıllardan 2000'li yıllara taşınan en önemli konulardan biri olarak bilinmektedir. Sosyal ve ekonomik hayatta bu gelişmelerin beraberinde getirdiği ve ileriki yaşamda da getirebileceği değişimlerle ilgili yapılan ekonomik araştırmalarda, yeni ekonomi şeklinde tanımlanan bilgi teknolojilerinin tüm dünyada yaygın biçimde kullanılmaya başlanması ve Gayri Safi Yurtiçi Hasıla (GSYİH) içinde sahip olduğu hissenin gün geçtikçe fazlalaşması görülmektedir¹⁰⁷.

2.5.3.1. Eğitim ve İnternet

Verileri aktarmaya yarayan değişik taşıyıcılar, teknolojik gelişmeler sonucunda oluşmaktadır ve bunların ilk sırasında internet bulunmaktadır. İnternetin öğrenim aracı olarak popüler bir kanal hâline gelmesi, süratle genişleyen global veri havuzuna ulaşımın daha kısa sürede gerçekleşmesi, şahsî bilgisayarların fiyatlarının düşmesi gibi durumlarla gerçekleşmektedir. Uzaktan eğitim; online öğrenme, internetten öğrenme, uzaktan öğrenme, uzaktan eğitim, e-öğrenme, dağıtılmış öğretim, web tabanlı öğrenme gibi terimlerle ifade edilmektedir ve yayılımı yüksek öğrenimde hızlı

¹⁰⁵ Atılhan Naktiyok ve Ömer Faruk İşcan, "İşgörenlerin Evden Çalışmaya İlişkin Tutumları: Bireysel Özellikler ve İş Sürükleyicileri Açısından Bir Uygulama", *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 2003, Cilt: 6, Sayı: 53-72, s. 66.

¹⁰⁶ Naktiyok ve İşcan, a.g.e., s. 58.

¹⁰⁷ Öztürk ve Başar, a.g.e., s. 30.

olmaktadır. Yaşadığımız dönemde pek çok üniversite, değişen öğrenci gereksinimlerini karşılayabilmek için uzaktan eğitimi tercih etmektedir¹⁰⁸.

Teknolojinin eğitim sisteminde de öğrenciler ve toplum için bir anlamlılık yarattığı açık bir şekilde görülmektedir. Uzaktan eğitim kavramı teknoloji ve eğitimi bağdaştıran bir sistem olarak ortaya çıkmıştır. Öğrenen ve öğreten zaman, mekan kavramlarına bağlı kalmadan çift yönlü iletişim kurabilmektedirler. İnternet tabanlı uzaktan eğitim uygulamalarında metin, grafik, animasyon veya video içeren dersler, kolaylıkla kullanılabilirler. Çift yönlü iletişimin gerçekleşmesinde e-posta, sohbet, tartışma grupları, mesaj panoları vb. uygulamalar da gerçekleştirilebilmektedir. Bu durum öğrenenler açısından esneklik sağlamaktadır. Kişiler evlerinden veya herhangi bir yerden eğitim alanına gelmeye gerek duymadan öğrenme ortamını elde edebilmektedirler¹⁰⁹.

2.5.3.2. Sağlık (Tele-Tıp)

Tele tıp gibi yeni uygulama ve kavramların ortaya çıkması, teknolojik ilerlemelere paralel olarak sağlık sistemlerindeki gelişmeler sayesinde olmakta, tele-sağlığın bir alt koluna tele tıp adı verilmektedir. Sağlık kuruluşlarına uzak yerlerde ikamet eden hasta kişiler için kurulmuş şebekeler yardımıyla sunulmasına tele tıp adı verilmektedir. Koruyucu, tedavi edici, destekleyici uygulamaları içine alacak biçimde klinik uygulamaların yanında elektronik sevk, hasta kayıtları, eğitim, uygulamada bulunan kuralların düzenlenmesi gibi kliniğin kapsamı dışında etkinlikleri kapsamaktadır. Tele-sağlık hizmetlerinin klinik uygulamalarını tele-tıp metotları daha çok hasta takibinde ve tedavide kullanılmaktadır¹¹⁰.

Kırsal koşulların elverişsizliği ve başka sağlık sorunları nedeniyle hastaneye gelemeyen hastalara tele-tıp sistemi ile kolaylık sağlanmıştır. Daha çok yaşlı ve evde bakım hastaları için söz konusu olan bu uygulamalar pek çok imkanı da beraberinde getirmiştir. Örneğin, diyabet eğitimlerinin, çeşitli uygulama, seminer ve video konferans şeklinde sunulması doktorlar ile bilgi alışverişinin sağlanması bu imkanlardan yalnızca bir kaçı olmaktadır. Mobil sağlık ise, sağlık alanında mobil bilgisayar kullanımı, iletişim ve tıbbi algılayıcı olarak tanımlanmaktadır. Mobil sağlık

¹⁰⁸ Ömür Akdemir, "Teaching in Online Courses: Experiences of Instructional Technology Faculty Members", *Turkish Online Journal of Distance Education*, 2008, Cilt: 9, No: 2, 97-108, p. 103.

¹⁰⁹ Pamele Gore, *Developing and Teaching Online Courses in Geology at the Two-Year College Level in Georgia*, Computers & Geosciences, 2000, Vol: 26, Issue 6, p. 642.

¹¹⁰ Sibel Ertek, "Endokrinolojide Tele-Sağlık ve Tele-Tıp Uygulamaları", *Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 2011, Cilt: 2, Sayı: 3, 126-135, p. 128.

yeni bir kavram olmakta ve geleneksel tele-tıp kavramından bir adım öteye gitmektedir. Mobil sağlık uygulamalarında, kablosuz ve mobil yapılandırma söz konusu olmaktadır. Ayrıca kullanımı git gide yaygınlaşan ve giyilebilen teknolojilerin geleceğin sağlık hizmetlerinin şeklini değiştireceği düşünülmektedir¹¹¹.

2.5.3.3. Yaşam Boyu Öğrenim ve Uzaktan Eğitim

İnsanın hayatı boyunca öğrenimini sürdürmesi, bilgiyi devamlı olarak kullanabilmesiyle olmaktadır. Öğrenme yeteneğine hayatları boyunca sahip olan bireyler, bir problemin çözümünde ulaşmak istediği veriye ulaşabilen, ulaştığı verileri içinde bulunduğu duruma adapte edebilen, bu verilere yenilerini ekleyebilen kişiler olmaktadır. Özellikle açık ve uzaktan eğitim yapan üniversiteler için problem çözebilen, kararlarını bireysel olarak alabilen, öğrenmeyi hayatı süresince becerebilen, eleştirel düşünebilen kişiler çok büyük öneme sahip olmaktadır¹¹².

Uzaktan eğitim doğru ve etkin bir biçimde oluşturulan teknolojik altyapı sayesinde klasik eğitimin avantajlarını yakalayabilmektedir. Bununla birlikte, pek çok medya araçları ve görsel açıdan zengin etkili bir eğitim programından mezun olma imkânı sağlamaktadır. Geleneksel eğitimde görülen başarısızlık korkusu da uzaktan eğitim sisteminde büyük oranda görülmemektedir. Çoğu insan bu sebepler nedeniyle geleneksel eğitim sisteminde sunulan kurs ve programlar yerine uzaktan eğitimi tercih etmektedir¹¹³.

2.5.3.4. Demokrasi ve İnternet

Politik tartışmalar yaşadığımız dönemde artık yalnızca televizyon stüdyolarında gerçekleşmemekte; internet kullanımının yaygınlaşması ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler, politik tartışmaların seyrini de direkt olarak değiştirmektedir. Katılım göstermede halk, demokratik imkânların ve kurumların fazla olduğu devletlerde daha istekli ve bilinçli davranmaktadır¹¹⁴. Halkın demokrasiye olumlu bakması da burada çok önemli olmaktadır. Demokrasinin giderek sanallaşmaya başlaması ve iletişim ortamı açısından kamusal yeni bir yer sağlanması, internetin yaygınlaşması ve iletişim

¹¹¹ Radley Istepanian and Hagan Wang, "Telemedicine in UK," *European Commission-Information Society Directorate, Brussels*, 2003, 1159–1165, p. 1162.

¹¹² Turan Selçuk Göksan, vd., *Yaşam Boyu Öğrenme ve Avrupa Birliği'nin Yaşam Boyu Öğrenme Programları*, İnşaat Mühendisliği Eğitimi Sempozyumu Yayınları, Antalya, 2009, s. 143.

¹¹³ Hüseyin Odabaş, "İnternet Tabanlı Uzaktan Eğitim ve Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümleri," *E-prints in Library and Information Science*, 2003, Volume: 17, Number: 1, 45-67, s. 53.

¹¹⁴ Peter Dahlgren, *The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation*, Political Communication, 2005, No: 22, p. 147.

teknolojilerindeki gelişmesi sonucunda gerçekleşmektedir. Katılım oranında artış olması bakımından bu durum olumlu olmaktadır¹¹⁵.

İnternetin kişiler ve toplum açısından pek çok yararı bulunmaktadır. Fakat politik anlamda internetin yararları konusunda farklı görüşler mevcuttur. Bu görüşler, mobilizasyon ve pekiştirme olarak karşımıza çıkmaktadır. Mobilizasyon kurumsal yaklaşımında, internetin politik yaşam hususunda oldukça büyük etkileri olduğu ifade edilmektedir. İnternetin bağımlılık, interaktiflik, alışkanlık unsurları ile siyasal işleyişte, uzun dönemde yeniden yapılandırma konusunda büyük etkiler yarattığı ifade edilmektedir. Teknolojik iletişim araçları ve internet yönetenler ile yönetilenleri birbirine yaklaştırarak, birçok fırsatın da ortaya çıkmasına vesile olmaktadır. Bu durumun en büyük etkisi ise doğrudan demokrasi üzerinde olmaktadır¹¹⁶.

¹¹⁵ Günseli Bayraktutan, "Yeni İletişim Teknolojileri Bağlamında Siyasal İletişime Altyapı Etnografisi İle Bakmak", *Ege Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi*, 2007, 374-381, s. 377.

¹¹⁶ Hasret Aktaş, *Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet*, Tablet Kitabevi, Konya, 2004, s. 127.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DOĞRUDAN YABANCI YATIRIM KAVRAMI, DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIM; TÜRLERİ, YATIRIMLARA YÖNELME SEBEPLERİ VE EV SAHİBİ ÜLKEDEKİ ETKİLERİ

3.1. DOĞRUDAN YABANCI YATIRIM KAVRAMI VE İLGİLİ KAVRAMLAR

Yatırım kavramı içerik açısından; mal ve hizmetler, üretim tesisleri, sermaye stoku, sermaye stokunun artırılması, üretim, verimlilik gibi kavramları kapsamaktadır.

3.1.1. Yatırım Kavramı

Bir ekonomide var olan sermaye stokunun, belirli bir zaman dilimi içerisinde artırılması amacıyla yapılan harcamalar, yatırım olarak nitelendirilmektedir. Harcamaların yatırım olarak değerlendirilmesi, yeni bir sermaye malı alınmasıyla mümkün olmaktadır¹¹⁷. Bir başka alternatifi de, harcamaların üretim araçları toplamında artışa sebep olması şeklindedir. Yatırım, üretim hacminin artırılmasına yönelik olmalıdır. Bilişim alanına yapılan yatırımlar nitelikleri gereği milli ekonominin gelişmesine ve iktisadi anlamda tüm sektörlerin etkilenmesine yol açmaktadır. Bunun nedeni ise, bilgi yaratmanın sağladığı dışsallık olarak ifade edilmektedir. Teknoloji hem özel hem de kamu sektörünün verimliliğinde artışa neden olmaktadır. Bu sayede yeni hizmet sektörleri ortaya çıkmaktadır. Yapılan yatırımlarda bilişim sektörünün büyük getirisi olmaktadır. Böylelikle ülkeler iktisadi politikalarda önceliği bilişim sektörüne vermektedirler¹¹⁸.

Yatırım bir başka ifade ile mal ve hizmetlerin üretiminde kullanılacak olan üretim tesislerinin belirli bir zaman diliminde korunması ve artırılmasına yönelik kaynak ve stok değişimleri olmaktadır. Akım değişkeni olarak ifade edilen yatırımlar, sermaye stokunda oluşan değişimi vurgulamaktadır¹¹⁹.

3.1.2. Doğrudan Yabancı Yatırım Kavramı

Yabancı kaynaklar bir başka ülkeden elde edilen kaynaklardır. Elde edilen kaynakların karşılığı sonradan ödenmek üzere alınmaktadır. Bu tür kaynaklar, finansal olabileceği gibi teknik kaynaklar da olabilir. Yabancı sermaye yatırımları

¹¹⁷ Arıkan, a.g.e., s. 3.

¹¹⁸ İnce, a.g.e., s. 96.

¹¹⁹ Yeşim Özdemir, "Türkiye'de Yatırım Harcamalarının Gelişimi ve Kamu Yatırım Politikaları", *Bütçe Dünyası Dergisi*, 2007, Cilt: 3, Sayı: 27, 72-82, s. 76.

günümüzde yöneldiği alan bakımından farklılaşarak yeni sektörler yöneldiği¹²⁰. Bunlar, telefon, yazılım ve bilgisayar teknolojisi, internet, bankacılık, elektronik parçalar, ortak servis ve şirket yönetim merkezleri, işlenmiş malzeme ve parçaları, back-office (doküman ve proje saklama-arşivleme hizmeti) faaliyetleri, geliştirilmiş lojistik operasyonları, eczacılık ve biyoteknoloji sektörleri olarak sıralanabilir. Daha önceleri ise hazır giyim, turizm, otomotiv ve yiyecek sektörleri ön planda olmuştur¹²¹.

Yabancı yatırımlar, kişi ve kuruluşlarca başka ülkelere yatırılabilir kaynakların taşınmasıdır. Portföy yatırımları, herhangi bir ülkede işlem gören şirketlerin hisselerinin başka ülkelerin kuruluşlarınca satın alınmasıdır. İşte portföy yatırımları dışındaki bir yada daha fazla uluslararası yatırımcının yaptığı yatırımlar doğrudan yabancı yatırım kapsamında değerlendirilmektedir. Bu yatırımlar yerli bir ortak veya daha fazla ortak ile de gerçekleştirilebilmektedir¹²².

Organization for Economic Co-operation and Development (OECD)'nin tanımlamasına göre doğrudan yabancı yatırım, doğrudan yatırımcı dışında bir ülke ile ilgili kurma amacıyla yapılan yatırımlar olmaktadır. Türkiye'deki doğrudan yabancı yatırım kavramı ise, OECD'nin tanımlamasına kıyasla farklılık gösterdiği görülmektedir. Türkiye'deki tanımda vurgulanan iktisadi kıymetler olmuştur. Yani, makine ve teçhizat, sınaî ve fikri mülkiyet hakları, yurt içinden sağlanan haklar ön planda tutulmaktadır. Ayrıca uzun dönem bağlılığından da bahsedilmemektedir¹²³.

3.1.3. Doğrudan Yabancı Yatırımlar Üzerinde Kurumların Etkileri

Daniele ve Marani'ye göre doğrudan yabancı yatırımlar üzerinde, kurumların üç farklı kanaldan etkileri olmaktadır. İlk olarak iyi kurumlar verimliliği arttırmaktadır. Dolayısıyla verimliliği de teşvik etmektedir. İkinci bir etki olarak iyi kurumlar, işlemlerden doğan maliyetlerin azalmasını sağlamakta, yani maliyetlerin azalmasına yatırımların ise artmasına sebep olmaktadır. En sonunda ise bu yatırımların yüksek batık maliyet içermesi, iyi kurumların varlığı ile güvenilir bir ortam sağlayarak yatırım

¹²⁰ Ahmet Zengin, "Türkiye Ekonomisi Açısından Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarına İlişkin Bir Değerlendirme", *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, 2003, 1-15, s. 7.

¹²¹ Murat Çetinkaya, "Türkiye Ekonomisinde Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Sektörel Dağılımının Önemi", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2004, Sayı: 11, 239-260, s. 245.

¹²² Özel İhtisas Komisyonu, "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları", ÖK Raporu, Ankara www.stradigma.com/turkce/eylul2003/09_2003_11.pdf (Erişim Tarihi: 06.11.2016).

¹²³ Zengin, a.g.e., s. 77.

artışına sebep olmaktadır. İyi kurumlar, mülkiyet haklarının korunması, sosyal ve siyasal istikrara, hukukun üstünlüğü işlevselliği olarak nitelendirilmektedir¹²⁴.

3.2. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIM TÜRLERİ

Doğrudan yabancı sermaye yatırım türlerini; yeni yatırımlar, şirket evlilikleri, özelleştirmeler ve serbest bölgeler olarak sıralamak mümkündür.

3.2.1. Yeni Yatırımlar

Doğrudan yabancı yatırımlar kapsamında yeni yatırımlar, yeni bir işletme, yeni bina, yeni tesis oluşturmaktır. Yeni yatırımların birtakım etkileri bulunmaktadır. Bu etkiler doğrudan yatırımcının ve doğrudan yatırım işletmesinin muhasebesini etkileyen sermaye hareketleri olmaktadır. Yeni yatırımlar yeni iş alanlarının açılmasına yol açmaktadır. Ayrıca, piyasaya yeni malların arzı da gerçekleştirilmekte ve yerli ekonominin teşviki sağlanmaktadır. Üretimde kullanılacak tekniklerin çeşitlenmesi ve işgücüne katkısı da olmaktadır. Bu bağlamda yeni pazarların açılması ve ticaretin pozitif yönde etkilenmesi söz konusudur¹²⁵.

Teknolojik gelişmeler yapılacak olan yeni yatırımlar neticesinde üretime dönüşebilmektedir. Bu şekilde gelirin büyüme ve tasarruf haddi arasındaki bağlantı dolaysız bir biçimde gerçekleşmektedir. Teknolojik açıdan gelişim sağlamak isteyen ülkeler bu bağlantıdan ötürü tasarruf hadlerinde yükselmeye gitmek durumunda kalmaktadır¹²⁶.

3.2.2. Şirket Evlilikleri

Şirket birleşmeleri şirket evlilikleri olarak da bilinmektedir. İki ya da daha fazla işletme, bu durumda kimliğini ve tüzel kişiliklerini sonlandırmaktadır. İlgili şirketler bütün mal varlıkları ve yeteneklerini birleştirmektedirler. Böylelikle tek ve yeni bir isim altında bağımsız bir işletme olmaktadırlar. Birleşmedeki amaç güçlerin birleştirilerek daha güçlü bir işletme olarak devam etmektir. Daha verimli ve etkin bir büyüme ve rekabet ortamında üstünlük elde edebilmektedir¹²⁷.

¹²⁴ Vittorio Daniele and Ugo Marani, *Do Institutions Matter for FDI? A Comparative Analysis of the MENA Countries*, 2006, MPRA Paper No: 2426, p. 176.

¹²⁵ Mehmet Ateş, Doğrudan Yabancı Yatırımların İstihdam Üzerindeki Olası Etkileri: Türkiye Örneği, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak, 2006, s. 59 (*Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*).

¹²⁶ Özhan Uluatam, *Makro Ekonomi*, Savaş Yayınları, Ankara, 1998, s. 135.

¹²⁷ Hayri Ülgen ve Süleyman Kadri Mirze, *İşletmelerde Stratejik Yönetim*, Literatür Yayınları, İstanbul, 2006, s. 310.

Büyüme ve rekabet üstünlüğü açısından bir fırsat olarak görülse de bu tür teknikler çevreye adaptasyon ile yakından bağlantılıdır. Şirketler uzun dönem yaşamlarını sürdürmek ve ayakta kalabilmek için çevreden elde ettikleri girdileri kullanmak zorundadırlar. Bu girdiler miktar, tür, önem olarak farklılık arz etmektedir. Girdiler firmalar için oldukça önemli olmakla birlikte girdilerin sağlanmasında bir takım güçlüklerle karşılaşmaktadır Şirketler de bu denli önemli ve sağlanmasında zorluk çekilen girdiler için bazı tedbirler almaktadırlar. Bu tedbirlerin en önemlisi de şirket birleşmeleri, ortak girişimler ve satın almalar şeklinde olmaktadır¹²⁸.

3.2.3. Özelleştirmeler

Özelleştirmelerde, mülkiyet ve yönetim devlete aittir. Bununla birlikte iktisadi üretim birimleri özel sektöre devredilmiştir. Dar anlamda özelleştirme kavramında, mülkiyet devrinde en az %51'lik bir kısmın idaresi özel kesime geçmektedir. Devletin kaynakların yönetiminde başarılı olamamasının birtakım nedenleri vardır. Bunlar, iktisadi anlamda yaşanan çıkmazlar, kaynak tahsisinin yapılmasında etkin olamamak şeklinde sıralanabilir¹²⁹. Ayrıca, devletin temel yükümlülüklerini yerine getirememesi, kamu sektörünün ekonomideki payının artması ve iktisadi etkinlik ve verimin azalması da kapsam dahilinde değerlendirilebilir. Bu bağlamda kaynakların kullanımında daha etkin ve başarılı olan özel sektör, kamusal mal ve hizmetlerin üretimini devralabilmektedir. Bu düşüncenin temelinde ekonominin işlerlik kazanması düşüncesi yatmaktadır¹³⁰.

Özelleştirme politikalarının uygulanmasında, merkezi idare olanaklarının özel sektör ve sivil toplum kuruluşlarının lehine olacak şekilde genişletilmesi esas etken olmaktadır. Bu politikaların adil bir biçimde uygulanabilmesi son derece önemli bir faktördür. Özelleştirme politikalarının uygulanmasında özel sektörün yerli ya da yabancı olması herhangi bir değişikliğe sebep olmamaktadır¹³¹.

3.2.4. Serbest Bölgeler

Serbest bölge, içinde farklı serbest bölge türlerini barındıran bir kavramdır. Bunlar, kuruluş gayeleri, yasal esasları ve işleyişleri bakımından farklı yapısal

¹²⁸ Ülgen ve Mirze, a.g.e., s. 261.

¹²⁹ Erol Yılmaz, *Ekonomik Perspektiften Kit'ler Özelleştirme ve Uygulama*, Nobel Yayınevi, Ankara, 2002, s. 41.

¹³⁰ Özhan Çetinkaya, *Türkiye'de Devlet İşletmeciliği ve Özelleştirme*, Ekin Yayınları, Ankara, 2001, s. 171.

¹³¹ İlhan Dağdelen, "Liberalizasyon", *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 2004, 25-45, s. 32.

özelliklere sahip olan serbest bölge türleri olmaktadır¹³². Serbest bölgeler bir ülkedeki dış ticaret rejimi kapsamındaki mevzuattan ve kısıtlamalardan kısmen veya tamamen uygulama dışı bırakılan alanlardır. Uluslararası limanlar ya da havaalanları yakınında yer almaktadırlar. Alan olarak milli sınırlar kapsamında olmakla birlikte gümrük sınırları dışında kabul edilmektedirler. Temel amacı ihracata yönelik ticari ve sınai alanlar olmaktadır¹³³.

Serbest bölgelerin kuruluş amaçları; ihracat amacıyla yapılacak yatırım ve üretimin artması ile teknolojinin ve yabancı sermaye akımının gerçekleşmesini sağlamaktır. Ekonomide gerekli olan girdilerin ucuz ve düzenli bir biçimde girişi hedeflenmektedir. Bu şekilde dış ticaret ve finansman imkanlarından faydalanma amacı güdülmektedir. Bakanlar Kurulu serbest bölgelerin yerine, sınırına ve işletecek kişilerin kim olduğuna karar vermektedir¹³⁴.

3.3. İŞLETMELERİN DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARINA YÖNELMESİNİN NEDENLERİ

İşletmelerin doğrudan yabancı sermaye yatırımlarına, tedarikle ve taleple ilgili nedenlerle yönelebilmektedir.

3.3.1. Tedarikle İlgili Nedenler

İşletmeler doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını; düşük üretim maliyetleri, düşük taşıma maliyetleri, hammadde temini, üretim kaynaklarını çeşitlendirme, teknoloji ve insan kaynaklarına erişim nedenleriyle yapabilmektedir.

3.3.1.1. Düşük Üretim Maliyetleri

Bir ülkeye yabancı sermayenin girişinde pek çok faktör etkili olmaktadır. Bu faktörlerden en önemlileri ölçülen pazarın ve milli gelirin büyüklüğü olmaktadır. Pazar genişliği, ölçek ekonomilerinin varlığı sebebiyle arz edilen malın maliyetinde düşüğe neden olmaktadır. Bu durum çıktı birim başına maliyetleri de etkilemekte düşmesini sağlamaktadır¹³⁵. İşte bu nedenlerden dolayı pazarın genişliği doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını özendirir niteliktedir. Ülkeler arasındaki rekabet edebilirlik

¹³² Engin Erdoğan ve Meliha Ener, *Serbest Bölgeler*, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2005, s. 46.

¹³³ Sedat Güner, *Serbest Bölgeler*, Anadolu Matbaacılık, İzmir, 1995, s. 68.

¹³⁴ İlnur Türe, "Türkiye'de Bölge Yönetiminin Niteliği, Sorunları ve Çözüm Arayışları", *Amme İdaresi Dergisi*, 1998, Cilt: XXXI, Sayı: 2, 45-50, s. 48.

¹³⁵ Ewe Ghee Lim, "Determinants of, and the Relation Between, Foreign Direct Investment and Growth: A Summary of the Recent Literature", *IMF Working Paper*, 2001, Volume: 1, No: 175, 55-65, p. 61.

kavramı, birim gücü maliyetleri ile ölçülmektedir. Bu durumda işgücü maliyetlerinin düşüklüğü yine ilgili ülkeler için doğrudan yabancı sermaye akımlarını teşvik eden bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır¹³⁶.

Ülkelerdeki düşük ücret düzeyi üretim maliyetini düşüreceğinden yatırımcı bu ülkelere yönelecektir. Ucuz iş gücünün ağırlıklı olduğu yatırımlar için ülkedeki hammadde ve doğal kaynaklara yönelik yatırımlar meydana gelmektedir. Bu yatırımlar ihracat amacına yönelik olmaktadır¹³⁷.

3.3.1.2. Düşük Taşıma Maliyetleri

Yabancı sermaye için, iki ülke arasındaki taşıma maliyetleri de önemli bir belirleyici olmaktadır. Ticaretin söz konusu olduğu iki ülke arasındaki uzaklığın kısılması ile taşıma maliyetleri düşmektedir. Böylece ticaret miktarında bir artış söz konusu olmaktadır¹³⁸. Dolayısıyla yabancı yatırımı teşvik eden bir faktör de taşıma maliyetlerinin düşüklüğü olmaktadır. Geçiş ekonomilerinin Avrupa Birliği ülkeleri ile mesafe uzaklığı pek çok ekonometrik modelde açıklayıcı değişkenler arasında sayılmaktadır¹³⁹.

Küreselleşme ile birlikte teknolojinin büyük bir ivme kazanması, uluslararası ticaretin ve finansal hareketlerin serbestleşmesine neden olmuştur. Taşıma maliyetleri düşmekte, ulaşım olanakları genişlemektedir. Bu konudaki en önemli rol ise, bilişim ve iletişim alanındaki teknolojik gelişmelerin varlığı olmaktadır¹⁴⁰.

3.3.1.3. Hammadde Temini

Teknolojinin büyük değişimi ile mesafelerin aradan kalkarak bütünleştiği bir dünya oluşmuştur. Piyasalar da uluslararası sermaye hareketlerin kaynakları da aynı şekilde değişim göstermiştir. Kaynakların ve kanalların değişimi, miktarlarını da etkilemiştir. Bir ekonomide politik istikrarın varlığı doğrudan yabancı yatırımlar için son derece önemli bir husus olmaktadır¹⁴¹. Şirketler için rekabet fırsatı yaratacak olan

¹³⁶ Bruno Merlevede and Koen Schoors, *Determinants of Foreign Direct Investment in Transition Economies*, CEPR Discussion Papers, New-York, 2004, p. 58.

¹³⁷ Filiz Elmas Özağ, "Ev Sahibi Ülke Açısından Yabancı Sermaye Yatırımlarını Etkileyen Faktörler ve Türkiye Üzerine Bir Uygulama", *Ekonomik Yaklaşım Dergisi*, 1994, Cilt: V, Sayı: 12, 63-77, s. 66.

¹³⁸ Merlevede and Schoors, a.g.e., p. 95.

¹³⁹ Fikret Şenses, *Neoliberal Küreselleşme Kalkınma İçin Bir Fırsat mı, Engel mi?*, *Kalkınma ve Küreselleşme*, İstanbul Bağlam Yayınları, 2004, s. 13.

¹⁴⁰ Şenses, a.g.e., ss. 13-54.

¹⁴¹ Hüseyin Çeken, *Küreselleşme, Yabancı Sermaye ve Türkiye Turizmi*, Değişim Yayınları, İstanbul, 2003, s. 29.

ucuz emek ve hammaddenin varlığı üretim maliyetlerini düşüreceğinden yatırım kararlarının alınmasında bir diğer önemli faktör olmaktadır. Bu faktörlerin yatırımı ve yatırımcıyı ne şekilde etkileyeceği ise yatırımcının gayesine, yatırımın gerçekleştirileceği yere ve sektöre göre değişmektedir¹⁴².

Doğrudan yabancı sermaye yatırımları, hammadde için gereken kaynakların sağlanması, üretim sürecindeki farklı faaliyetlerin tek elden idare edilmesi için birleştirme gibi etkenlerden dolayı yapılmaktadır. İşletmecilik sırları, üretime dair paylaşamayacak bilgiler de yatırımcı için önemli olmaktadır. Gümrük vergileri, kotalar ve taşıma maliyetleri, kısıtlamalardan kurtulma çabaları da etkindir. Ulaştırma ve bilişim teknolojileri ile emek, doğal kaynak gibi ucuz yabancı üretim faktörlerini varlığı da doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının nedenleri arasında gösterilmektedir¹⁴³.

3.3.1.4. Dışarıda Montaj veya Dışarıdan Tedarik

1980'li yıllarda mal veya hizmetin üretim süreci yalnız bir ülke tarafından yapılmaktaydı. Yani geleneksel uluslararası ticaretin konusu olan mal ve hizmetler bir tek ülke sınırları içerisinde tamamlanmıştır. 1980'li yıllardan günümüze üretim süreçleri anlamında pek çok değişiklik yaşanmıştır. Artık bölünerek küresel iş gücü oluşturma kavramı oluşmaktadır. Bu tür küresel iş bölümleri çeşitli adlarla tanımlanmaktadır. Küresel değer zinciri, küresel montaj, küresel üretim ağı bu kapsamda verilen isimler olmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin küreselleşme dahilinde yeni uluslararası üretim ve ticaret biçimlerinden yararlanması, bu ağ dahilinde yer edinmesini zorunlu kılmaktadır¹⁴⁴.

3.3.1.5. Üretim Kaynaklarını Çeşitlendirmek

Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının ivme kazanması dünyada gelişen faaliyetlerine de yansımaktadır. Ulus Ötesi Şirketler (UÖŞ) faaliyetlerini geliştirmekte olan ülkelere, hammadde ve temel sanayinin ötesine taşımaktadırlar. Montaj, üretim, hizmetler ve yerli pazarın geliştirilmesi gibi alanlarla faaliyetlerini çeşitlendirmişlerdir¹⁴⁵. Hizmet ve bilgi yoğun endüstriler artmakta ve hizmet ve

¹⁴² Emen Türksoy, Doğrudan Yabancı Yatırımcıların Belirleyicileri ve Vergileme, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2006, s. 32 (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

¹⁴³ Cem Saatçioğlu, "Doğrudan Dış Yatırımlar ve Türkiye", <http://www.ceterisparibus.net/turkiye/guncel.htm>, (Erişim Tarihi: 03.11.2016).

¹⁴⁴ Ha-Joon Chang and Ilana Grabel, **Kalkınma Yeniden**, (Çeviren: Emre Özçelik), İmge Kitabevi, İstanbul, 2005, s. 164.

¹⁴⁵ Mehmet Aktaş, **Uluslararası Transfer Fiyatlandırması ve Türk Vergi Mevzuatında Uygulanma Olanakları**, Yaklaşım Yayıncılık, Ankara, 2004, s. 156.

teknoloji kuruluşlarının pazara girdiği gözlemlenmektedir. Bu kapsamda uluslararası ilişkiler de değişikliğe uğramaktadır. Çok uluslu işletmelerin yatırımlarını gerçekleştirdikleri ülkelere sermaye, teknoloji, yönetim bilgisi getirmesi, ilgili ülkelerin gelişmesini sağlayarak ihraç ürünlerinin çeşitlenmesine neden olmaktadır¹⁴⁶.

Gelişmekte olan ülkelere yapılan doğrudan yabancı sermaye yatırımları, milli gelire pozitif yönde katkı sağlamaktadırlar. Aynı zamanda üretim faktörlerinin de miktarca genişlediği görülmektedir. Yatırımların sağladığı teknolojik gelişmeler iktisadi büyümeyi olumlu yönde etkilemektedir¹⁴⁷.

3.3.1.6. Teknoloji ve İnsan Kaynaklarına Erişim

Bir ülkede ekonominin büyümesi; toprak, donanım, insan faktörlerine yapılan yatırımlarla belirlenmektedir. Ayrıca sermaye birikimi, teknolojik gelişmeler ve nüfus artışının da neden olduğu işgücündeki artış olmaktadır. Elde edilen gelirden bir kısmının yatırıma dönüştürülmesi için ayrılması da sermaye birikimi kapsamında değerlendirilmektedir¹⁴⁸. Türkiye geliştirmekte olan ülkeler grubunda yer almaktadır. Türkiye’de yabancı sermaye bazı noktalarda özellikle önem arz etmektedir. Bunlar finans gücü, yönetim becerisi dış pazarlar ve teknoloji transferi olmaktadır. Türkiye’de sermaye açığının kapatılması, eski teknolojilerin yenilenmesi ve üretimde verimliliğin en yüksek düzeyde sağlanabilmesi için Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları (DYSY)’nin artırılması büyük önem taşımaktadır¹⁴⁹.

Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarında finansal liberalizasyon, ulaşımda ve haberleşmede yaşanan gelişmeler itici güç olmaktadır. Gelişmekte olan ülkelerin yeni bir pazar şeklinde algılanması ve hammadde, işgücü gibi faktörlerin ucuzluğu da yatırımcıları cezbetmektedir. Vergi oranları, döviz kuru politikalarındaki uygulamalar, mali teşvikler ile makroekonomik istikrar da çekici unsurlar kapsamında yer almaktadır. Özelleştirme kapsamındaki uygulamalar, bürokrasinin olumluluğu ve siyasal istikrar gibi etmenlerin de doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının ilgili ülkeye akışında etkileyici hususlar bağlamında değerlendirilmektedir¹⁵⁰.

¹⁴⁶ Can Çoşkun Aktan ve İstiklal Yaşar Vural, **Çok Uluslu Şirketler Global Sermaye ve Global Yatırımlar**, Çizgi Kitabevi, Konya, 2006, s. 78.

¹⁴⁷ Mehmet Alagöz vd, “Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Ekonomik Büyüme: Türkiye Deneyimi 1992-2007”, **Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2008, Cilt: VII, Sayı: 1, 79-89, s. 83.

¹⁴⁸ Metin Berber, **İktisadi Büyüme ve Kalkınma**, Derya Kitabevi, Trabzon, 2006, s. 255.

¹⁴⁹ Çetinkaya, a.g.e., s. 253.

¹⁵⁰ Muhsin Kar ve Fatma Tatlısöz, “Türkiye’de Doğrudan Yabancı Sermaye Hareketlerini Belirleyen Faktörlerin Ekonometrik Analizi”, **KMU İİBF Dergisi**, 2008, Sayı: 14, 35-65, s. 56.

3.3.2. Taleple İlgili Nedenler

İşletmeler doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını; yeni pazarlar, ithalat kısıtlamaları, yerel mevcudiyet, ulusal kuralları satın almak, olumlu imaj ve rakiplerin tehditlerine cevap verebilmek amacıyla yapabilmektedir.

3.3.2.1. Yeni Pazarlar

Aglomerasyon süreci, iktisadi faaliyetlerin coğrafi olarak kümelenmesi ve bunları destekleyen kurumların oluşması anlamında kullanılmaktadır. Bu durum doğrudan yabancı yatırımların ülkeye akışını sağlamaktadır. Küresel ekonomideki anlayış, ürünlerin kalitesinin yüksekliğiyle birlikte, maliyetlerinin düşüklüğü olmaktadır. Olgunlaşan piyasaların bütünleşmesi, en fazla kullanılan döviz birimleriyle çalışmayı gerektirmektedir¹⁵¹. Bununla birlikte, yükselen pazarlara giriş yapmak ve küresel-bölgesel ticaret anlaşmalarının sunduğu fırsatları değerlendirmek gerekmektedir. Yabancı sermaye için önemli olanın pazarı ele geçirmek olduğu var sayılırsa, nispi maliyet avantajları ve pazar büyüklüğünün ön plana çıktığı görülmektedir¹⁵².

Yabancı yatırımcıyı çekmek isteyen ülkeler yatırımcıya; doğal kaynaklara kolay erişim, yeni bir pazar, düşük maliyetli işgücü ile lokasyon fırsatı sunmaktadırlar. Bu bağlamda yatırımcı da ev sahibi ülkeye pek çok fırsat sunmaktadır. Bunlar, likiditede yükseliş, teknoloji transferi, inovasyon ile işletmecilik fırsatı olarak belirtilmektedir. Ayrıca verimliliğin yükselmesi ve sürdürülebilirlik de avantajlar kapsamında değerlendirilmektedir¹⁵³.

3.3.2.2. İthalat Kısıtlamaları

DYSY'nın ev sahibi ülkeye bir takım olumsuzluklar getirdiği de ifade edilmektedir. Üretim için kullanılacak girdinin büyük bir kısmının ithal edilmesi ve kazancını ülke sınırları dışına çıkarması olumsuzluklar kapsamında değerlendirilmektedir. Bu durum dış ticaret açığına da sebep olmaktadır. Dış ticaret kısıtlamaları olarak ifade edilen gümrük vergileri ve ithalat yasaklarının aşılması ve ilgili ülkenin ödemeler dengesini aşırı kar girişleri ile bozması da DYSY'nın olumsuzlukları arasında gösterilmektedir. Her ne kadar negatif yönleri de bulunsa

¹⁵¹ Cihan Dura, "Ulus-Ötesi Şirketler, Avrupa Birliği ve Türkiye", <http://www.asadd.de/Dosya/tuerkiyeab/2162-ulus-oetes-rketler.html>, (Erişim Tarihi: 21.11.2016).

¹⁵² Robert Lipsey, "Interpreting Developed Countries' Foreign Direct Investment", *National Bureau of Economic Research, Working Paper*, 2000, No: 7810, 1-30, pp. 1-24.

¹⁵³ Dilek Temiz and Aytaç Gökmen, "FDI Inflow as an International Business Operation by MNCs and Economic Growth: An Empirical Study on Turkey", *International Business Review*, 2014, Vol: XXIII, No: 1, 140-160, pp. 145-154.

yabancı sermayenin girişi engellenmemelidir. Bunun yerine belirli sınırlar dahilinde bazı sektörlere sermaye girişi sağlanmalıdır. Bunun nedeni DYSY'nın kısa bir dönem için olumsuz yansımaları olsa da uzun dönem için yatırımcı ve ev sahibi ülke için artıları daha fazla olmaktadır. Rekabet edilebilir bir ortam ve bilgiye dayanan bir atmosferin oluşturulmasıyla birlikte, yasal uygulamalarda uygunluk yerli veya yabancı yatırımcıların ülke ekonomilerine pozitif yönde pek çok katkı sağlayacağı düşünülmektedir¹⁵⁴.

Ticaret kısıtlamaları hipotezinden doğan ve yabancı yatırımcıların yerel pazara yapacakları ithalatların güçleştirilmesi neticesinde ev sahibi ülke piyasalarında yatırım yapılacağı fikrine ulaşılmaktadır. Fakat tam aksine, ihracata yönelik yatırım yapan çok uluslu şirketler, getirilecek kısıtlamaların maliyetleri yukarı çekeceğini ifade etmektedirler. Bu durumda rekabet koşullarında aksaklıklar ortaya çıkacaktır. Yatırımcılar da açıklık oranına sahip yerel ekonomilere yatırım yapmayı tercih edeceklerdir¹⁵⁵.

3.3.2.3. Yerel Mevcudiyet

Ev sahibi ülkede mevcut bulunan sektörlere, doğrudan yabancı sermaye yatırımları yapıldığında doğal olarak sektörde yer alan firmaların sayısı yükselecektir. Bu durumda sektör daha rekabetçi bir duruma geçecektir. Şirketlerin de uluslararası piyasalarda rekabet edebilmesine yol açan bir süreç başlayacaktır. Buradaki en önemli nokta, yabancı firmaların yerli işletmelerin yapısını etkilemesi olmaktadır. Rekabetin güçlenmesi ve artmasıyla da pazar dinamik ve etkin bir hal almaktadır. Tüketici refahı açısından bakıldığında ise pek çok olumlu katkısının olacağı beklenmektedir¹⁵⁶.

ABD piyasalarındaki yapı oligopolistik özellikler göstermektedir. Buradaki firmaların yatırımları ise belirli bölgelerde ve belirli endüstrilerde yoğunlaşmaktadır. Bu tip endüstrilerde öncü firmanın doğrudan yabancı yatırım yapmasıyla birlikte rakipleri bu duruma tepki vermektedir. Rakip firmalar, dış pazarları yitirmemek ve rekabetçi avantajları kaybetmemek adına yatırımlar gerçekleştirmektedirler. Bu

¹⁵⁴ Fulya Bayraktar, *Dünyada ve Türkiye'de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları*, Türkiye Kalkınma Bankası-Genel Araştırmalar Yayınları, Ankara, 2003, s. 68.

¹⁵⁵ Elizabeth Asiedu, "On The Determinants of Foreign Direct Investment to Developing Countries: Is Africa Different?", *World Development*, 2002, No: 30, 107-119, p. 112.

¹⁵⁶ Sibel Yılmaz Türkmen, *Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Türkiye Açısından Bir Değerlendirme*, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2006, s. 74 (**Yayımlanmamış Doktora Tezi**).

yatırımlarda görülen ise genellikle aynı sektör ve bölgelerde yatırım yapma tepkisi olmaktadır¹⁵⁷.

3.3.2.4. Ulusal Kuralları Satın Almak

Yabancı sermaye kullanılarak yatırım yapılabilecek iş kollarına kanun ile herhangi bir sınırlama getirilmemiştir. İlgili kanun Doğrudan Yabancı Yatırımlar Kanunu'dur. Bu tip sınırlamaların olmaması Yabancı Sermayeyi Teşvik Kanunu (YSTK) zamanında da şekilde işlemiştir. Bu durumda yabancı sermayenin giremeyeceği bir iş kolu görünmemektedir. Yabancı sermayenin yatırım yaptığı alanlarda, ilgili iş kolunu düzenleyen yasalar, yabancı sermaye mevzuatı ile birlikte uygulanmaktadır. Yani, hava ulaşım, turizm ya da petrol alanlarını düzenleyen hukuk kuralları ile yabancı sermayenin tabi olduğu yasalar birlikte uygulanmaktadır¹⁵⁸.

Küreselleşmeyle birlikte, tüm dünyayı içine alacak kuralların ve standartların ortaya çıkması ve gümrük duvarlarının indirilmesi tek bir alan bütünlüğünün de kaybolduğunu göstermektedir. Uluslararası ticaretin kolaylaşmasına neden olan bölgesel ticaret bloklarının görülmeye başlanmasıyla birlikte, firma bazında örgütlenmelerden başlayarak tüm iktisadi aktörlerin uluslararası bir boyut kazandığını belirtmek yanlış olmamaktadır. Ortak dünya, ekonomik stratejisi temeline dayanan bir planlama anlayışına hâkim olmuştur. Firma-devlet ilişkileri yeni bir boyut kazanmıştır. Üretime katılanlar tüm dünya kapsamında sıkı bir bütünleşme sürecine girmişlerdir. Bunların neticesinde iktisadi, teknolojik ve hukuki anlamda bir alan bütünlüğü ortadan kalmaktadır¹⁵⁹.

3.3.2.5. Olumlu İmaj

Hükümetlerin yabancı yatırımcılar için destekleme programları değişebilir. Böyle bir durumda ajanslar tarafından imaj oluşturma çabalarına gidilmektedir. Bu faaliyetler, kamuoyuna hükümetlerin yabancı yatırımcılar ile ilgili tutumlarını açıklama yönünde olmaktadır. Eğer ülkeler kamuoyunda belirli bir imaja sahipse, yatırım çekme ile ilgili imaj oluşturma çabalarına ajansların başlamadığı da görülmektedir. Pek çok

¹⁵⁷ Efe Birol, *Küreselleşme Sürecinde Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Analizi İzmir Örneği*, İzmir Ticaret Odası Yayınları, İzmir, 2002, s. 78.

¹⁵⁸ Aysel Çelikel ve Gelgel Öztekin, "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarında Karar Alma Prosedürü", *Hazine Dergisi*, 1998, 1-15, s. 11.

¹⁵⁹ Ebru Güzelcik, *Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı*, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1999, s. 65.

ülkenin yabancı yatırımları çekmek için imaj geliştirme faaliyetlerine girdiği sıklıkla görülmektedir¹⁶⁰.

İmaj oluşturma ve yatırım hizmetleri, yatırımların çekilmesinde uygulanan yöntemler arasındadır. Bununla birlikte rekabet ortamında farklı bir yöntem de devreye girmektedir. Politik destek süreci yabancı yatırımları çekme konusunda başvurulan bir yöntem olarak değerlendirilmektedir. Bu süreçte, ülkedeki yasalar ve bürokrasi sistemi, yatırımcıları çekme yönünde uygulanmaktadır. Böylece ülkeler için bir avantaj ortaya çıkmaktadır¹⁶¹.

3.3.2.6. Rakiplerin Tehditlerine Cevap Vermek

İşletmeler için rekabetçi, avantaj sağlayan ve maddi nitelik taşımayan uzmanlıklar üstün bilgi kapsamında değerlendirilmektedir. Üstün bilgi, pazarlama teknoloji, yönetim organizasyon uzmanlıklarını içermektedir. Rekabetçi davranış, belirli bir dönemi kapsayan, diğer firmalarla kıyaslanınca avantaj olarak değerlendirilmektedir. Rekabetçi davranış her zaman devam etmeyebilir. Böyle bir durumda firmalar alternatifleri tarafından yakalanmadan avantajlardan azami derecede faydalanma çabasına girmektedirler. Oligapolistik ekonomilerde bir işletmenin yurt dışına yatırım amaçlı yönelmesi diğer işletmeler tarafından takip edilmesine yol açmaktadır. Burada önemli olan nokta ise atak davranan işletmenin dolaylı bir biçimde alternatif firmaların pazar payını azaltabilmesi ihtimali olmaktadır. Ayrıca ilk harekete geçen firma için ürün, rekabet, beşerî uzmanlık, teknoloji ve bilgi hususlarında da bir avantaj söz konusu olmaktadır¹⁶².

Gelişmekte olan ülkelerdeki işletme yatırımları ise, firmaya özgü fırsatların kullanılması yönünde gerçekleşmemektedir. Bu yatırımlar daha çok, rekabet ettikleri firmalar ile aralarındaki kaynak farklılığını kapatmaya yönelik olmaktadır. Ayrıca, rekabet edebilme durumundan oluşan farklılığın kapatılması da bir başka faktör olarak değerlendirilmektedir. Görülüyor ki iki farklı yatırım modeli bulunmaktadır. Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını belirleyen etkenler, işletmenin spesifik avantajlarından çok karşılaştıkları ve sahip oldukları dezavantajlar olmaktadır¹⁶³.

¹⁶⁰ Louis Wells and Alvin Wint, "Marketing a Country: Promotion as a Tool for Attracting Foreign Investment", *FIAS Occasional Paper*, 2000, No:13, p. 67.

¹⁶¹ Wells and Wint, a.g.e., p. 84.

¹⁶² Yalçın Karatepe, "Uluslararası Bankacılık", politics.ankara.edu.tr/~karatepe/ifinance/UlusIB.pdf, (Erişim Tarihi: 03.10.2016).

¹⁶³ Hwy-Chang Moon and Thomas Roehl, "Unconventional Foreign Direct Investment and The Imbalance Theory", *International Business Review*, 2001, No: 10, 197-215, p. 204.

3.4. DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARININ EV SAHİBİ ÜLKEDE MEYDANA GETİRDİĞİ ETKİLER

Ev sahibi ülkede, doğrudan sermaye yatırımlarının farklı açılardan etkileri olabilmektedir. Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının ev sahibi ülkedeki; ekonomik büyüme, ödemeler dengesi, insan kaynakları istihdam, teknoloji, uluslararası ticaret, rekabet, ekonomik krizler ve araştırma-geliştirme faaliyetlerine etkileri önemli olabilmektedir.

3.4.1. Ekonomik Büyüme Üzerine Etkileri

Uluslararası çalışan firmalar üretim bazında bazı aşamaların, avantajlı gördükleri ülkeler tarafından yapılmasını tercih etmektedirler. Gelişmekte olan ülkelerin çoğu ise, iktisadi büyümenin gerçekleşmesi amacıyla dışarıya yönelik sanayileşme politikalarını benimsemişlerdir. Bu şekilde doğrudan yabancı yatırımların ülkeye gelmesi desteklenmiştir. Gelişmekte olan ülkeler açısından doğrudan yabancı yatırımlar altyapı yatırımlarını ve teknolojik ilerlemeyi artırmaktadır. Ülkedeki kaynak kullanımına da olumlu etkisi olduğundan iktisadi büyümenin gerçekleşmesinde önemli bir etken olmaktadır¹⁶⁴.

Ekonomik büyüme ve doğrudan yabancı sermaye arasında bir takım ilişkiler mevcut olmakla birlikte, bu ilişkilerin açıklanmasından önce ekonomik büyüme kavramlarının bilinmesi gerekmektedir. İçsel büyümenin açıklanmasında farklı mekanizmalardan söz eden yaklaşımlar bulunmaktadır. Beşeri sermaye, yenilikçilik, teknolojik yayılma ve kamu alt yapısı adı geçen mekanizmalardan olmaktadır. Bununla birlikte, üretim fonksiyonlarındaki sabit getiri de bu kapsamda değerlendirilmektedir. Küreselleşme ve teknolojik gelişmelerin hız kazanmasıyla birlikte ekonomik büyüme kavramı içinde elektronik ticaret de yerini almaktadır¹⁶⁵.

3.4.2. Ödemeler Dengesi Üzerine Etkisi

Doğrudan yabancı sermaye yatırımları ithal ikamesini sağlamaktadır. Bu durumda ödemeler dengesinin yükü de azalmaktadır. Yapılacak ödemelerin belirli bir bölümünün de dış piyasalarda ihracatın artmasına neden olmasıyla birlikte ödemeler

¹⁶⁴ Mine Yılmaz, "Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Üzerine Bir Deneme", *Celal Bayar Üniversitesi SBE Dergisi*, 2010, Cilt: VIII, Sayı: 1, 45-65, s. 58.

¹⁶⁵ Marta Bengoa Calvo and Blanca Sanchez Robles, "Foreign Direct Investment Economic Freedom and Growth: New Evidence from Latin America", *European Journal of Political Economy*, 2003, No: 19, 529-545, p. 535.

dengesi de etkilenmektedir. Türkiye ekonomisinin en önemli sorunları arasında ödemeler dengesinde yer alan dış ticaret dengesi açığı gelmektedir. Türkiye’de gündemde olan bir başka konu da cari işlemler dengesi açığı olmaktadır. Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının dış ticaret açığının kapatılmasında ithalatı azaltıcı bununla birlikte ihracatı arttırıcı etki sağlaması beklenmektedir. Beklenen etkinin oluşmasıyla ödemeler dengesinin pozitif yönde etkilenmesi söz konusudur. Aynı etkinin cari işlemler dengesinde olması da beklenmektedir¹⁶⁶.

Ev sahibi ülke bazı dış ödeme sorunları ile yabancı yatırımcıların fonlarını bloke edebilir. Bir başka şekilde kar transferlerini de engelleyebilir. Bu durumda yatırımcı maliye ve kar hesapları üzerinde oluşacak beklemediği bir etki ile karşı karşıya kalabilmektedir. Ülkelerin ulusal parasının dış değeri, ödemeler bilançosu ile sıkı bir ilişki içindedir. Şöyle ki, ödemeler bilançosu fazla veren bir ülke ise ülkenin parası döviz piyasalarında değerli olmaktadır. Tam tersi bir durum söz konusu ise, paranın döviz piyasalarında değer kaybetmesi söz konusu olmaktadır¹⁶⁷.

3.4.3. İnsan Kaynakları ve İstihdam Üzerine Etkisi

Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının bir takım doğrudan yararları bulunmaktadır. Bunlar; işsizliğe çözüm, teknoloji transferi ve sermaye açığının kapatılması şeklinde belirtilmektedir. Bunun yanında dolaylı yararları olduğu da ifade edilmiştir¹⁶⁸. Bunlar ise, gelişmiş ülkelerin siyasi ve iktisadi anlamda desteğini sağlama, tanıtım imkanlarından yararlanma, rekabet edebilme, dışa yönelik açılımların sağlanması olarak sıralanabilir. Ayrıca, ekonomiye dinamizm getirmesi, yaratıcılığın gelişmesi, teknolojik yeniliklerle uğraşmaktan kaynaklanan yeteneklerin gelişmesi, insan kaynaklarında meydana gelecek gelişmeler ve çevresel koruma hususları da eklenmektedir. Yabancı yatırımları çekmek isteyenler, özellikle özelleştirilen alanlara yönelik tercihlerde bulunmaktadır. Bunun nedeni, yabancı yatırımcıların entelektüel sermaye ve yönetim deneyimini de birlikte getirmeleridir. Böylece ekonominin genelinde bir etkinlik gelişmektedir¹⁶⁹.

Geçmiş dönemlerde, işsizliğe çözüm olabilmesi, üretim maliyetlerini aşağı çekmesi, ucuz iş gücü ve tasarruf açıklarının kapatılması gibi etkenler nedeniyle

¹⁶⁶ Haldun Soydal, “Türkiye’de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Verimlilik Analizi: Otomotiv Sektörü Üzerine Bir Uygulama” *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2006, Sayı: 16, 580-595, s. 587.

¹⁶⁷ Halil Seyidoğlu, *Uluslararası İktisat*, Güzem Can Yayınları, İstanbul, 2007, s. 124.

¹⁶⁸ Seyidoğlu, a.g.e., s. 78.

¹⁶⁹ Abdülmecit Karataş, *Performance of Direct Foreign Investments in Turkey*, Capital Markets Board of Turkey, Ankara, 2005, No: 185, s. 48.

doğrudan yabancı sermaye çekilmek istenmekteydi. Ayrıca taşıma maliyetlerinin düşmesi, ucuz hammadde temini, vergi avantajları ve döviz rezervlerinde sağlanan yükseliş de doğrudan yabancı sermayeyi cazip kılmaktaydı. Fakat değişen şartlar ile birlikte yabancı sermaye yatırımlarından beklenen yararlar da değişmiştir. Artık ülkeler, yabancı sermayenin gelmesini, rekabet ortamının ve ödemeler dengesinin sağlanması ile teknoloji transferi için tercih etmektedir. Aynı zamanda gelişmiş ülkelerin siyasi ve iktisadi desteğinin sağlanması, know-how getirilmesi, insan kaynaklarında gelişimin sağlanabilmesi de bir başka tercih nedeni olmaktadır. Doğrudan yabancı sermaye girişlerinin, promosyon ve dış piyasalara giriş olanaklarının artırılmasında da önemli etkileri bulunmaktadır¹⁷⁰.

3.4.3.1. İstihdam Yaratma Etkisi

Yeni yatırımların istihdamı genişlettiği yönünde bir algı mevcuttur. Doğrudan yabancı yatırımlar, satın almalar şeklinde gerçekleştiğinde şirketlerin üretici kapasitesi artmaktadır. Bu durum istihdama da olumlu yansımaktadır. Fakat Türkiye'deki algı doğrudan yabancı yatırımların sadece yeni yatırımlar şekline yöneliktir. Tam tersi birleşme ve satın almalar şeklinde yapılan yatırımlarda istihdamın olumsuz yönde etkileneceği yönünde bir algı mevcuttur. Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının motifleri değişiklik gösterebilmektedir. İthal ikameci ya da ihracata yönelik olabilir. Her iki durumda da istihdam ve ücret düzeylerinde etkileri olduğu ise net bir biçimde görülmektedir¹⁷¹.

Doğrudan yabancı yatırımların Türkiye'de istihdama, verimliliğe ve ücret düzeylerine etkisi konusunda yeterli bilgi olduğunu söylemek oldukça zor olmaktadır. Doğrudan yabancı yatırımların yarattığı istihdam için net bir rakam belirtilmemektedir. Yapılan çalışmalarda ortaya çıkan teorik açıklama ve rakamların Türkiye içinde geçerli olduğu söylenebilir¹⁷².

¹⁷⁰ Muharrem Afşar, "Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Bankacılık Sektörü", <http://eab.ege.edu.tr/pdf/4/C4-S1-2-%20M9.pdf>, (Erişim Tarihi: 07.01.2017).

¹⁷¹ Hasan Vergil ve Necla Ayaş, 2009, "Doğrudan Yabancı Yatırımların İstihdam Üzerindeki Etkileri: Türkiye Örneği", *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, 2009, Cilt: XXIV, Sayı: 275, 80-120, ss. 89-114.

¹⁷² Naci Gündoğan, "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve İstihdam Üzerine Etkileri", *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 2002, No: 26, 1-25, s. 16.

3.4.3.2. İşgücünün Niteliği ve Verimlilik Üzerine Etkileri

Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının etkileri üzerine yapılan analizlerde bankacılık sektörü baz alındığında istihdam artışının gerçekleştiği görülmüştür¹⁷³. Yapılan yatırımların gelişmiş yerlere yapılmasının sebebi de insan faktörü olmaktadır. Bunlara dayanarak Doğrudan yabancı sermaye yatırımları kalifiye iş gücünü uyaran bir etkiye sahiptir denilebilir. Türkiye’de de yabancı sermayenin aynı etkilere sahip olduğu belirtilmektedir¹⁷⁴.

Ücretler, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının etkileri anlamında her zaman tartışma konusu olmuştur. Ortak bir görüş birliğine varılan nokta ise ucuz işgücünün yabancı yatırımların gelmesini etkileyen bir değişken olduğu yönünde olmaktadır. Yabancı sermayenin çekiminde ücretlerin etkili olmadığı da iddia edilmektedir. Ücret-verimlilik ve doğrudan yabancı yatırımlar zincirini ifade eden en genel yargı ise, düşük ücret, yüksek kaliteli iş gücü olmaktadır¹⁷⁵.

3.4.3.3. Ücretler Üzerine Etkileri

Yabancı sermaye firmalarının iş görenleri yerli firmalarla kıyaslandığında genç oldukları ve daha fazla ücret aldıkları görülmektedir. Görülüyor ki yabancı sermayeli işletmelerde çalışanlar ile yerli firmalarda çalışanlar arasında bazı konularda farklılıklar mevcuttur. Yabancı sermayeli firmalardaki iş görenler lehine bir durum mevcuttur. Yabancı sermaye yatırımları ücret düzeylerinde yükseltici bir etki yaparken gelir dağılımı konusunda dengeyi bozan bir etki yaratmaktadır. Yabancı sermayeli firmalarda bulunan iş görenlerin reel gelirlerinin yükselmesi söz konusudur. Sektörün dışında kalanlar içinse gelirleri ya sabit kalmakta, ya da oransal bir azalma olmaktadır¹⁷⁶.

Gelişmekte olan ülkelerde girişimcilerin az olduğu varsayılmaktadır. Yabancı sermayenin yerel piyasalarda yer alması sonucunda yerel girişimlerde bir dışlama

¹⁷³ Nuri Yavan, “The Location Choice of Foreign Direct Investment Within Turkey: An Empirical Analysis”, *European Planning Studies*, 2010, Vol: XVIII, No: 10, 1650-1710, pp. 1675-1705.

¹⁷⁴ Ahmet Akpolat ve Selim Inaneli, “Does Foreign Direct Investment Matter, The of Turkey”, *International Research Journal of Finance and Economics*, 2011, No: 77, 50-70, pp. 56-68.

¹⁷⁵ Bekir Gövdere, “Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Belirleyicilerinin Günümüzde Geçerliliği”, www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/TanitimKoordinasyonDb/yab_ser.doc, (Erişim Tarihi: 19.12.2016).

¹⁷⁶ Rita Almeida, *The Labor Market Effects of Foreign Owned Firms*, DECRG, The World Bank Publications, New-York, 2005, p. 48.

etkisi oluşmaktadır. Böylece yerel piyasalardaki vasıflı iş gücünün arzı artmaktadır. Bu durumda ücret farklılıklarında azalma baskısı hissedilmektedir¹⁷⁷.

3.4.4. Teknoloji Transferi Üzerine Etkisi

Devlet, teknolojik gelişmelerin yarattığı bilim ve teknoloji politikalarının uygulanması ve oluşturulmasında önemli rol oynamaktadır. Güçlü bir sanayi sisteminin yaratılmasında teknoloji transferinin sağladığı katma değerler ortaya çıkarılmasında politika ve uygulamalar son derece önemli olmaktadır. Yerli sanayinin gelişmişlik düzeyinin düşük olması yabancı yatırımların imalat sanayine doğru akımını önleyecektir¹⁷⁸. Kümelenmeler ve yığılılaşmalar da engellenecektir. Teknoloji transferine, verimliliğin sağlanması, iktisadi kalkınmanın gerçekleşmesi için ihtiyaç duyulmaktadır. Teknoloji transferi, teknolojiyi üretebilen ülkelerden ithal edilmektedir. Teknoloji transferinin önemi sadece teknolojisini üretemeyen gelişmekte olan ülkeler için söz konusu değildir. Gelişmiş ülkelerin de bir gerçeği olmaktadır¹⁷⁹.

Ekonomide rekabet ortamı yoksa tekeli rekabet durumu mevcuttur. Etkinlikleri ve büyüklükleri diğer firmalara göre daha fazla olan işletmeler ekonomiye egemen olmaktadır. Bu durumda hem idari hem de içsel fonksiyonlarda eksik rekabet söz konusu olmaktadır. Ekonomideki, içsel büyüme modelleri devletin önemini göstermektedir. Bunun nedeni ise, gelişmiş ekonomilerde durgunluğun yaşanmadan kesintisiz bir biçimde büyümenin sürdürülmesine olan katkısıdır. Devlet dışa açık bir ekonomi için, kaliteli eğitim ve sağlık hizmetleri sunmaktadır. Teknoloji transferleri ve AR-GE çalışmalarını desteklemektedir. Ayrıyeten mülkiyet haklarının korunması ve iletişim ağlarının güçlendirilmesi de devletin rolünü ortaya koymaktadır. Devletin ekonomi önündeki engelleri kaldırması ve aktif rol üstlenerek ekonomide yer alması da içsel büyüme modelleri kapsamında değerlendirilmektedir¹⁸⁰.

3.4.5. Uluslararası Ticaret Üzerine Etkileri

Uluslararası nitelik gösteren; sermaye hareketleri, göç, ticaret, doğrudan yabancı sermaye yatırımları, teknolojik gelişmeler küreselleşme olgusu kapsamında

¹⁷⁷ Shyama Prasad Das, "Foreign Direct Investment and The Relative Wage in a Developing Economy", *Journal of Development Economics*, 2002, 55-77, p. 67.

¹⁷⁸ Sanjaya Lall, *Sanayileşme Stratejisini Yeniden Düşünmek: Küreselleşme Çağında Devletin Rolü*, İstanbul İletişim Yayınları, İstanbul, 2009, s. 459.

¹⁷⁹ Murad Tiryakioğlu, Araştırma Geliştirme-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Seçilmiş OECD Ülkeleri Üzerine Uygulama, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon, 2006, s. 8 (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi)

¹⁸⁰ Serkan Çakır, "İçsel Büyüme ve Ekonomik Yapı", <http://www.geocities.com>, (Erişim Tarihi: 22.12.2016).

değerlendirilmektedir. Dünya ticaretinin ve üretiminin öncüleri olan çok uluslu şirketler pazar paylarını rekabet ortamında korumak ve büyümek için faaliyetlerini ucuz emek faktörüne sahip ülkelerde gerçekleştirmektedirler. Gelişmekte olan ülkeler ucuz iş gücü anlamında oldukça zengindir. Bu faktör uluslararası ticarete çok uluslu şirketlere üstünlük sağlamaktadır. Doğrudan yabancı yatırımların özellikle emek-yoğun üretimi gereken sektörlerde bu üstünlüğün etkili olduğu görülmektedir¹⁸¹.

Klasik iktisat teorilerinde uluslararası ticaret konusu, ülkelerin dış ticarete yönelmelerinin nedenleri üzerinde durmaktadır. Ayrıca, dış ticarete oluşacak olan değişim oranı ile elde edilecek fayda da vurgulanmaktadır. Adam Smith'in Mutlak Üstünlükler Teorisi konu ile ilgili katkılar sağlamıştır. Teoride dış ticarete yönelmenin sebepleri ve uluslararası uzmanlaşmanın faydaları açıklanmaktadır. Klasik liberalizmin öncüsü Smith, merkantilistler gibi düşünmemekte ve ülkelerin dış ticaretten iki taraflı yarar göreceğini belirtmektedir. Böylece dünya kaynaklarından optimal bir biçimde yararlanılacaktır¹⁸².

3.4.5.1. Döviz Girişi Sağlama

Doğrudan yabancı sermaye kaynaklarının pek çok yararı bulunmaktadır. İlgili ülkeye döviz girişi sağlamak ise en önemli yararlarından biridir. Bunun yanında, ev sahibi ülkenin sermaye stokunu artırmakta, teknoloji transferi sağlamakta, işletmecilik bilgisi sağlanmasıyla da yerli girişimciler eğitilmektedir¹⁸³. Ev sahibi ülkelerin yatırım için gereken sermayeleri doğrudan yabancı yatırımlar arttırmaktadır. Döviz artışı sağlamasıyla ülkelerin tasarruf yetersizliğine sebep olan döviz yokluğu faktörünü ortadan kaldırmaktadır. Tasarruflarda da artışa sebep olmasıyla kalkınmanın önündeki bir başka engeli de kaldırmaktadır¹⁸⁴.

Kindleberger yabancı sermaye yatırımlarının ödemeler dengesi üzerindeki bazı etkilerinin olduğunu ve bu etkilerinde iki şekilde görüldüğünü belirtmiştir. İlk olarak, ev sahibi ülkenin döviz rezervleri yabancı sermaye yatırımları ile artmaktadır. İkinci olarak, ithalatın ikamesi olarak ihracattan elde edilecek kazancın ödemeler

¹⁸¹ Sezgin Açıklalın vd, "Ücretler ve Büyüme ile Doğrudan Yabancı Yatırımlar Arasındaki İlişkinin Ekonometrik Analizi", *Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, 2006, Sayı: 16, 270-275, s. 272.

¹⁸² Yusuf Bayraktutan, "Bilgi ve Uluslararası Ticaret Teorileri", *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2003, Cilt: IV, Sayı: 2, 65-85, s. 74.

¹⁸³ Alagöz vd, a.g.e., s. 79-89.

¹⁸⁴ Metin Kamil Ercan, "Doğrudan Yabancı Yatırımlar ile Ülkenin Kalkınmışlığı ve Krizler Arasındaki İlişki", *Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2001, Cilt: III, Sayı: 2, 25-55, s. 48.

dengesindeki katkısıdır. Yatırım için ev sahibi ülkeye gelen yabancı yatırımcı, pek çok girdiye ihtiyaç duymaktadır. İhtiyaç konusu girdiler ise ev sahibi ülke tarafından karşılanacaktır. Bu durumda yabancı sermaye girişi artmaktadır¹⁸⁵.

3.4.5.2. İhracatı Arttırma

Doğrudan yabancı sermaye ülkede üretim artışına sebep olmakta, dolayısıyla milli gelir artmaktadır. Fakat yabancı sermayenin ihtiyacı olan girdilerin ev sahibi ülkenin dışında bir ülkeden ya da kendi ülkesinden sağlanması ve üretimin ihracata yönelik olması gibi faktörler ödemeler bilançosunu da varsayım yönünde etkileyecektir. Fakat ortak görüş, varsayımlar ne yönde olursa olsun doğrudan yabancı sermaye girişleri ülke refahını olumlu etkilemekte ve uluslararası ticaret hacmini arttırmaktadır. Bunun sebebini ise büyük ölçüde küreselleşme oluşturmaktadır¹⁸⁶.

DYSY ev sahibi ülkeler için ekonomik kalkınmada itici bir güç olmaktadır. Gelişen ekonomiler için önemli fırsatlar sağlamaktadır. Gelişmekte olan ülkeler, gelişen ekonomileri için yatırımı yapan çok uluslu şirketlerin ileri teknolojilerinden yararlanmaktadır. Böylece verimlilik artışı sağlanmaktadır. İhracat artmakta ileriki dönemler için ekonomik büyümede süreklilik gerçekleşmektedir¹⁸⁷.

3.4.5.3. Ekonomiye Dinamizm Rekabet ve Getirme

Ekonomik anlamda bütünleşmeler, ilgili ülkeler için statik ve dinamik etkileri olan bir kavramdır. Statik etkiler daha çok uluslararası ticaret üzerinde etkili olmaktadır. Dinamik etkiler ise bütünleşmenin türüne göre ortaya çıkmaktadır. Dinamik etkiler, rekabetçi bir ortamın sağlanmasına büyük ölçekli üretimlerin gerçekleşmesine neden olmaktadır. Bununla birlikte, dışsal ekonomi oluşturmada, teknolojik yeniliklerin artmasına sebep olmaktadır. Kişi ve sermayenin serbest dolaşımında ve yatırımların çekiminde de etkileri görülmektedir¹⁸⁸.

İktisadi ve siyasi tehlikelerin oluşabilmesi ihtimalini de beraberinde getiren Doğrudan yabancı sermaye yatırımlar, ekonomik dengelerin bozulmasına, yurt içi

¹⁸⁵ Maria Carkovic and Ross Levine, "Does Foreign Direct Investment Accerelate Economic Growth?", http://www.iie.com/publications/chapters_preview/3810/08iie3810.pdf, (Erişim Tarihi: 04.01.2017).

¹⁸⁶ Joshua Aizenman and Ilan Noy, "FDI and Trade-Two-Way Linkages?," *The Quarterly Review of Economics and Finance*, 2006, Vol: XLVI, No: 3, 310-340, p. 317.

¹⁸⁷ Arıkan, a.g.e., s. 86.

¹⁸⁸ Seyidoğlu, a.g.e., s. 154.

haksız rekabete yol açabilir. Bu durumda ekonomi ikili bir yapıya girmekte ya da ödemeler bilançosunda baskı yaratabilmektedir¹⁸⁹.

3.4.5.4. Ölçek Ekonomisi Yaratma

Ölçek ekonomileri, üretim ölçeğinde oluşan herhangi bir artış nedeniyle işletmenin tasarruf veya maliyet avantajlarını ifade etmektedir. Buna pozitif ölçek ekonomileri denmektedir. Yatırım yapılmak istenen ülkelerdeki talep yapısı iç pazar çekiciliğindeki en önemli faktör olmaktadır¹⁹⁰. Yatırımcı için ülkedeki iç talep potansiyeli oldukça büyük önem taşımaktadır. Yabancı yatırımcın ilgili yatırımdan elde edeceği gelir büyük iç pazara sahip ülkelerdeki talep yüksekliği ile ilgilidir. Eğer ülkedeki pazar genişliği ölçek ekonomileri seviyesine ulaşırsa, doğrudan yabancı sermaye yatırımları için ülke cazip hale gelmektedir. Balassa'nın ifadesine göre, yeterli büyüklüğe ulaşan pazarlarda üretim faktörlerinde uzmanlaşma mevcuttur. Bu durumda maliyet minimizasyonuna ulaşılmaktadır¹⁹¹.

Çok uluslu şirketler üretimlerini az gelişmiş ekonomilere yöneltmektedirler. Burada bulunan yavru şirketler ile bütünleşmektedirler. Bunun üç sebebi bulunmaktadır. İlki, ölçek ekonomilerinin sağladığı avantajlardan ana şirketin faydalanmak istemesidir. İkincisi, gelişmiş piyasalardaki ürünlerin ikamesinin alınabilmesidir. Üçüncüsü ise, ürünün üretim sürecindeki değişiklik ve bu değişimin bir standartlara dönüşmesi ile korunmasının sağlanamamasıdır. Buradan da anlaşılıyor ki yavru firma ana şirkete tutsak iken, artık kendine ait teknolojisi ve yerli üretimi oluşmuştur¹⁹².

3.4.5.5. Vergi Geliri Sağlama

Yabancı doğrudan yatırımlar için vergi oranlarının düşüklüğü ve vergi bağımsızlığı ana belirleyici olmaktadır. Yabancı yatırımcıları ülkelere çekmek isteyen ülkeler de bu durumun farkındadır. Vergi alanında teşvik unsurları yaratmaktadırlar. Yabancı yatırımcılardan sağlanacak yararlardan biri de ulusal gelirin artmasıyla sağlanan vergi

¹⁸⁹ Mevlüdiye Şimşek ve Sema Behdioğlu, "Türkiye'de Dolaysız Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Uygulamalı Bir Çalışma", *Dumlupınar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2006, Cilt: XX, Sayı: 2, 65-78, s. 74.

¹⁹⁰ Mehmet Çankaya, "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Etkileyen Faktörler ve Bu Faktörlerin Türkiye Açısından Değerlendirilmesi", *Vergi Dünyası Dergisi*, 2004, Cilt: XXIII, Sayı: 270, 90-100, s. 96.

¹⁹¹ Imad Moosa and Buly Cardak, "The Determinants of Foreign Direct Investment: An Extreme Bounds Analysis", *Journal of Multinational Financial Management*, 2006, No: 16, 190-215, pp. 199-211.

¹⁹² Theodore Harvey Moran, "The Product Cycle Model of Foreign Direct Investment and Developing Country Welfare", *Journal of International Management*, 2000, No: 6, 270-320, p. 279.

gelirlerinin artışıdır. Siyasetçilerin uzun dönem yarar sağlamak amacıyla bu gerçeği göz ardı etmemesi son derece önemlidir¹⁹³.

Gelişmekte olan ülkelerin yurt içi tasarrufları ekonominin hızlıca kalkınması için yeterli olmamaktadır. Bu durum, ülkelerin doğrudan yabancı yatırımları çekmek istemesinde önemli bir etkendir. Hükümetler doğrudan yabancı yatırımların uzun süreli girişini kalkınma yolunda bir araç olarak görmektedirler. Dolaylı yabancı yatırımlar, ülke içinde gelir oluşumuna ve sürdürülebilir ekonomik büyümeye yardımcı olmaktadır. Yatırımların çoğalması ile ihracat döviz dengesi ve ödemeler dengesinin olumlu yönde etkilendiği de belirtilmiştir. Ayrıca yabancı doğrudan yatırımların enflasyon, faiz oranları ve vergi gelirleri gibi makroekonomik değişkenler üzerinde pozitif bir güç oluşturduğu açıktır¹⁹⁴.

3.5.6. Rekabet Üzerine Etkileri

Doğrudan yabancı sermaye yatırımları hakkında yapılan araştırmalara göre, yatırımların yapıldığı sektörlerde iş gören yerli firmaların doğrudan yabancı sermaye yatırımları ile birlikte rekabet ve verimlilik baskısı altına girdikleri belirtilmiştir. Baskının sonucunda ise verimlilik ortaya çıkmaktadır. Verimliliğin artışı ile de diğer sektörlerde de kayan bir etki mevcuttur¹⁹⁵. Burası iş gücü piyasalarında dolaylı etkilerin görülmeye başlandığı nokta olmaktadır. Yatırımların sektörel anlamda bağlantılarının ileri-geri yönlü artışı dolaylı etkilerin de artmasına neden olmaktadır. Sonuç itibarıyla yapılan yatırımların mevcut yerli ekonomiye girdi sağlaması ve yerli ekonomiden girdi almasıyla dolaylı istihdam üzerindeki etkisi daha açık görülecektir¹⁹⁶.

Doğrudan yabancı yatırımların ev sahibi ülkede istihdam yaratıcı etkileri olduğu açıktır. Bu durumda üretim ve sermaye birikimi arttırılmakta ve ülkenin uluslararası pazarda rekabet imkanlarına sebep olmaktadır. Refah seviyesinin yükselmesiyle de iktisadi büyümenin yolu açılmaktadır. Ekonomik büyüme üzerinde bu denli etkili olan yabancı sermaye hareketlerinin ülkeye girmesindeki engeller kaldırılmalı ve giriş teşvik edilmelidir¹⁹⁷.

¹⁹³ Levent Çinko, "Doğrudan Yabancı Sermaye Hareketlerinin Makroekonomik Etkileri" **Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi**, 2009, Cilt: XXVI, Sayı: 1, 115-125, s.121.

¹⁹⁴ Hakan Özyıldız, "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarında Karar Alma Prosedürü", <http://www.econturk.org/hazine13.pdf>, (Erişim Tarihi: 28.11.2016).

¹⁹⁵ Jonathan Haskel vd., "Does Inward Foreign Investment Boost The Productivity of Domestic Firms?", NBER **Working Paper Series**, 2002, p. 45.

¹⁹⁶ Khagani Osmanov, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Makroekonomik Etkileri, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2008, s. 8, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).

¹⁹⁷ Pierre Richard Agenor, "Benefits and Costs of International Financial Integration: Theory and Facts", **Washington, World Bank**, 2001, p. 78.

3.5.6.1. Yoğunlaşma Üzerine Etkileri

Üretim yoğunlaşması bazı üretim alanlarında kendini göstermektedir. Bu durum ölçek ekonomilerinin etkisiyle üretimin performansının artmasını sağlamaktadır. Böylece üretim yoğunlaşması piyasa yoğunlaşmasına yol açmaktadır. Yoğunlaşma piyasadaki diğer faktörler eşliğinde değerlendirilmelidir. Bu faktörler, rekabet edilebilirlik derecesi, üretim alanının performansında etkili olan yenilik ve ürün farklılaştırılması gibi dinamik değişkenler olmaktadır¹⁹⁸.

Yabancı sermaye yatırımları bazı sektörlerde yoğunlaşmaya sebep olmaktadır. Ülkelerin endüstrilerinin arasında olmasa da belirli bir endüstri, fakat farklı ülkeler arasındaki getiriler bazında bir eşitleme görülmektedir. Bu çerçevede, yatay genişleme yurt içine yönelik yatırımlarda görülmektedir. Dikey genişleme ise, hammadde ve işgücüne yönelik yabancı yatırımlarda görülmektedir¹⁹⁹.

3.5.6.2. Şirket Performansına Etkileri

Doğrudan yabancı yatırımlarının pazara dair amaçları, yatırımı yapan ülkelerin yatırımlarda sağlayacağı yararları etkilemektedir. Bazı yazarlar, yerli pazarda ürün satışı gerçekleştirmek amacıyla gelen çok uluslu şirketlerin teknolojik yayılma ve firmaların üretkenliğine etkileri daha fazla olmaktadır. Bu durumun sebebi olarak çok uluslu şirketlerin ana malın sağlanması için yerli firmalarla daha fazla iş yaptığı gösterilmektedir²⁰⁰. Fakat ihracata yönelik yatırımlar yapan çok uluslu şirketler ara malına olan ihtiyaçlarını ithalat yoluyla kapatmaktadırlar. Bu nedenle yerli şirketler ile bir ilişki sağlanamamaktadır. Bu durum da küçük ve orta boy işletmeler (KOBİ)'lerin de performansına olumlu etkileri olduğu söylenemez. Bazı yazarlar ise aksi yönde görüş belirtmektedir. Doğrudan yabancı yatırımların ihracata yönelik yatırım olması durumunda yerli firmalarda üretkenliğin artması ve teknolojinin yayılması söz konusu olmaktadır²⁰¹.

Çok Uluslu Şirketlerin (ÇUŞ) yerel işletmeler üstünde dolaylı etkileri mevcuttur. Öncelikle yerel işletmeler çok uluslu şirketlerin hareketlerini taklit etmektedir. Böylece

¹⁹⁸ Hakan Çetintaş, "Global Bir Ekonomide Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Rekabet", *DTM Dergisi*, 2001, Sayı: 22, 1-25, ss. 1-23.

¹⁹⁹ Lütfü Öztürk, "Serbest Bölgelerdeki Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları: Dünyadaki Uygulamalara Teoriler Işığında Bir Bakış", <http://www.akdeniz.edu.tr/iibf/dergi/Sayi07/11Ozturk.pdf>, (Erişim Tarihi: 07.01.2017)

²⁰⁰ Thomas Farole and Deborah Winkler, "Foreign Firm Characteristics, Absorptive Capacity and The Institutional Framework: The Role of Mediating Factors for FDI Spillovers in Low and Middle Income Countries", *World Bank Working Papers*, 2012, No: 6265, p. 96.

²⁰¹ Kamil Yılmaz, *Türkiye İçin Doğrudan Yabancı Yatırımlar Stratejisi'ne Doğru*, YASED Yayınları, İstanbul, 2007, s. 76.

yabancı piyasalarda başarının nasıl sağlanabileceği yönünde fikir sahibi olmaktadır. Çok uluslu şirketlerin yerel kadrolarını eğitmesi ve bunu ihracat yönetiminde yapmalarıyla iş görenlerin iş değiştirmesi durumunda önceden elde ettikleri yetenekler yerel firmalar açısından fırsat niteliğindedir. Yabancı piyasalar hakkında bilgi edinmenin bir başka kanalı ise, ÇUŞ'ların üye oldukları ticari birlikler ve endüstri örgütleridir. Gelişmekte olan ülkeler için bu türden dışsallıklar çok önemli olmaktadır. İngiltere'de imalat sektöründe yapılan bir çalışmanın sonucuna göre yabancı yatırımlar yerel işletmelere getirdikleri verimlilik kapsamında olumlu bir etki, yaratmaktadır. Fakat aynı çalışmaya göre, yabancı yatırımlar istihdam üzerinde daha az bir etkiye sahiptirler²⁰².

3.5.6.3. Anti-Rekabetçi Etkileri

Gelişmekte olan ülkelerde görülen en büyük ekonomik sorun teknoloji düzeyinin yetersizliği ve sermaye sıkıntısı olmaktadır. Yerli sanayinin gelişimi ve rekabet gücünü engelleyen tasarruf eksiklikleri, satın alma gücündeki düşüklük ile döviz darboğazı önde gelen sorunlar olmaktadır. Fakat gelişmiş ülkeler açısından mevzuatın esnek yapısı, iş gücü faktörünün ucuzluğu ve diğer koşulların uygunluğu yabancı sermaye yatırımcılarının aradığı uygun ortam faktörleridir²⁰³. Doğrudan yabancı sermaye yatırımları ekonomiye olumlu katkıları yanında olumsuz etkiler de getirmektedir. Eğer ev sahibi ülke doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının girişinde doğru bir planlama yapamaz ise iktisadi ve siyasi sorunlar yaşanacaktır. Ekonomik bütünlüğün bozulması ile birlikte yurt içi ekonomide haksız rekabete neden olan ikili bir yapı meydana gelmektedir. Bir başka alternatif de ödemeler bilançosu üzerinde meydana gelen baskıdır²⁰⁴.

Yabancı sermaye konusunda paranın güçlü ülkede olması ev sahibi ülkenin rekabet gücü açısından belirleyici bir faktördür. Bu bağlamda döviz kurunun rekabet gücünü iki farklı kanaldan etkilediği belirtilmektedir. Bu kanallar gelir ve maliyet etkisi olarak ifade edilmektedir. Değerlenmiş para olgusu, yabancı sermaye yatırımları düzeyinin artmasına ya da azalmasına yol açabilir. Ev sahibi ülkenin parası ana ülkenin parasına göre daha güçlü ise piyasada üretilen ürünlerin satımı bakımından çok uluslu şirketleri çeken bir etken olarak ortaya çıkmaktadır. Kimi zaman piyasaya girişler ticari veya ticaret dışı engellerle yasaklanmaktadır. Yabancı yatırımcının niyeti

²⁰² Haksel vd., a.g.e., p. 19.

²⁰³ Aykan Candemir, "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Etkileyen Faktörler", *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 2009, Cilt: IX, Sayı: 2, 650-680, ss. 659- 675.

²⁰⁴ Şimşek ve Behdioğlu, a.g.e., s. 73.

yasaklanmış bir yerel piyasaya girmek yönünde olduysa doğrudan yatırım şeklinde ticaret ikamesine gidebilir. Bu durumda değerlendirilmiş ulusal para yabancı yatırımları arttırmaktadır. Bunun nedeni ise, tüketicilerin satın alma gücünde ortaya çıkan yükseliş olmaktadır²⁰⁵.

3.5.7. Ekonomik Krizler Üzerine Etkileri

Finansal piyasalarda yoğunlaşmanın nedeni sermaye girişleri olmaktadır. Finansal piyasalarındaki yapı derinleşmemiş bir yapı arz ediyorsa, fon girişindeki fazlalık ekonomiye olumsuzluk olarak yansımaya gidecektir. Fonların kullanımı etkin bir şekilde gerçekleşmezse, yani verimli yatırımlar kapsamında kullanılmaz ise geri ödeme sürecinde aksaklıklar yaşanabilir. İflaslar meydana gelebilir. Eğer fonların niteliği spekülasyon ise finansal krizler baş göstermektedir. Ülkelerdeki para ve sermaye piyasalarındaki işlerlik sermayede meydana gelecek hareketlerin ekonomiye yansımada iyi veya kötü etkileri olmaktadır. Ülkedeki sermaye piyasası iyi işleyen bir yapı arz ediyor ise kaynakların etkin kullanımı sağlanmaktadır. Sermaye piyasalarından beklentiler son derece önemlidir. Şayet fiyatların yükseleceği beklentisi hakim ise kur değerlerinin yükselmesiyle sermaye girişi görülmektedir. Aksi halde fiyatların düşeceği beklentisi piyasalarda hakim ise sermaye çıkışı meydana gelmektedir. Böylece parasal hacimde bir daralma oluşacak bunun yanında finansal krizler meydana gelecektir²⁰⁶.

Bir ülkede yaşanan siyasi istikrarsızlık genel anlamda, grevler, devrimler, hükümet protestoları, koalisyon sonucu meydana gelen krizler olmaktadır. Bunların yanında büyük etkileri olan, sınır savaşları, meclis kutuplaşmaları, seçmenlerin kararsız davranışları ve seçimlerin yönetimi gibi sorunlar da siyasi istikrarsızlık kapsamında değerlendirilmektedir. Oluşabilecek siyasi kutuplaşmaların yansımaları reformların gecikmesine neden olmaktadır. Orta yol arayışları bütçe açıklarını yaratacaktır. Seçimler konusunda sonuçlarda bir belirsizlik durumu olursa enflasyon beklentilerini yukarı çekmektedir. Görülüyor ki bir ülkede oluşabilecek siyasi istikrarsızlıklar makro politika ve hedefler üzerinde negatif bir sürece girilmesine

²⁰⁵ Lars Oxelheim vd., "On the Treatment of Finance Specific Factors Within the OLI Paradigma", *International Business Review*, 2001, No: 10, 375-400, pp. 381.

²⁰⁶ Yasemin Türker Kaya, *Sermaye Hareketleri ve Kısa Vadeli Sermaye Hareketlerinin Modellenmesi: Türkiye Örneği*, Sayı: 2487, Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları, Ankara, 1998 s. 124.

neden olmakta, belirsizlik yaşanmaktadır. Belirsizlik ortamının yatırımcıya etkisi ise olumsuz yöndedir²⁰⁷.

3.5.8. Araştırma–Geliştirme Faaliyetlerinin Gelişmesinde Uluslararası Yatırımların Rolü

Yabancı sermaye yatırımcıları eğer yatırımlarını kontrolündeki bağlı ortaklarına yapıyor ise teknoloji firma içinde kalacaktır. Böyle bir durum yerel firmalar açısından teknolojinin yayılmasının önlenmesi olarak görülmektedir. Yabancı yatırımcının ARGE faaliyetlerini ana merkezlerinde toplaması da ev sahibi ülke açısından teknolojik bağımlılığın devamı niteliğindedir. Ev sahibi ülkeler teknoloji yoğun sektörlere ve teknoloji-yoğun alanlara uluslararası yatırımları çekmek istiyor ise gereken alt yapı koşullunu sağlamak zorundadır. Bu konuda hazırlanacak eylem planlarında ilk adım uluslararası düzeyde bir ortamın yaratılması ile hukukun üstünlüğü ilkelerinin tam anlamıyla uygulanması olmalıdır. Bununla birlikte etkin yönetişimin devletin tüm kademelerinde görülmesi de gerekmektedir²⁰⁸.

Ev sahibi ülke yatırımcıdan transfer ettiği teknolojiyi kendi Ar-Ge çalışmaları ile geliştirmelidir. Bu sürece girilememiş ise elde ettiği teknoloji eskimekte ve yeniden teknoloji ithalatına girişilmek zorunda kalınmaktadır. Süreç sonunda tekrar bir maliyetin söz konusu olmaması, geliştirmeye yönelik çabalarla mümkün olmaktadır. Teknolojinin geliştirilmesi ya da gereken bilgi birikimi son derece önemlidir. İşte bu sebepler, Ar-Ge faaliyetlerinin neden önemli olduğunu açıklamaktadır. En son adım olarak geliştirilen teknolojinin yaygın bir biçimde kullanımının gerçekleştirilmesidir. Sektörün içinde veya dışında yaygınlaşan teknoloji Ar-Ge alanında olumlu etkiler yaratacaktır. Böylece yeni teknolojilerin gelişmesi için bir yol açılacaktır²⁰⁹.

²⁰⁷ Ercan Eren ve Melike Bildirici, "Türkiye'de Siyasal ve İktisadi İstikrarsızlık", *İşletme ve Finans Dergisi*, 2001, Sayı: 187, 20-50, s. 27.

²⁰⁸ Yılmaz, a.g.e., s. 156.

²⁰⁹ Nilüfer Karacasulu, "Uluslararası Teknoloji Transfer Süreci ve Yöntemleri", *Dış Ticaret Dergisi*, 2001, Sayı: 20, 1-10, s. 5.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

E-TİCARET UYGULAMALARININ DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARINA OLAN ETKİLERİNİN ANALİZİ

4.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

4.1.1. Araştırmanın Amacı

Çalışmanın temel amacı; e-ticaret uygulamalarının doğrudan yabancı sermaye yatırımlarına olan etkilerinin incelenmesidir. Bu çalışmada, doğrudan yabancı yatırım yapan yatırımcıların; sağlık, eğitim, sanayi, tarım, turizm, gıda, giyim alanlarda e-ticarete yönelik faaliyetlerine ne oranda yöneldikleri, yönelme sebepleri üzerinde durulmuştur. Diğer taraftan, yeni yatırımların, şirket evliliklerinin, özelleştirmelerin; doğrudan yabancı yatırımlara olan etkileri incelenmiştir. Farklı ülkelerdeki maliyet düşüklüğü, ekonomideki risklerin belli bölgelerde artmasının doğrudan sermaye yatırımlarına etkilerinin olup-olmadığı analiz edilmiştir.

4.1.2. Araştırmanın Önemi

Günümüzde uluslararası ticaret küresel pazar içerisinde gittikçe artan bir hızla gelişmektedir. Ülke ekonomilerine doğrudan yabancı yatırımların, önemli katkıları olabilmektedir. Doğrudan yabancı yatırımlar sağlık, turizm, eğitim, gıda, giyim gibi birçok alanda e-ticaret yoluyla hızla artışını sürdürmektedir. Türkiye’de de faaliyet gösteren birçok işletmenin, yabancı yatırımcılarla, ortak faaliyetleri e-ticaret yoluyla geliştirmesi hem işletmelere, hem de ülke ekonomisine önemli katkılar sağlayabilecektir. Bu araştırmayla, doğrudan yabancı yatırımların e-ticaret yoluyla geliştirilebilmesini etkileyen faktörlerin neler olduğu, mevcut durumun eksiklikleri, gelecekte neler yapılabileceği, yatırım türlerinin hangisinin (yeni yatırımlar, şirket evlilikleri, özelleştirmeler vs.) doğrudan yabancı yatırımları daha fazla etkilediği konusu üzerinde analizler yapılacak ve elde edilen bilimsel veriler ilgililerin yararına sunulacaktır.

4.1.3. Araştırmanın Kapsamı

Araştırma içeriği, e-ticaret uygulamalarının doğrudan yabancı sermaye yatırımlarına olan etkileri konusuyla sınırlıdır.

4.1.4. Araştırmanın Problemi

1. Yeni yatırımlar, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının artışına neden olur mu?

2. Şirket evlilikleri, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının artışına neden olur mu?

3. Özelleştirmeler, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının artışına neden olur mu?

4. Serbest bölgeler, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının artışına neden olur mu?

5. Elektronik ticaret haberleşme alanında, yoğun olarak kullanılmakta mıdır?

6. Elektronik ticaret eğitim sektöründe, yoğun olarak kullanılmakta mıdır?

7. Elektronik ticaret sağlık sektöründe, yoğun olarak kullanılmakta mıdır?

8. Elektronik ticaret kitle İletişim araç elektronik ticaret ve eğlence sektöründe, yoğun olarak kullanılmakta mıdır?

9. Elektronik ticaret bilgi teknolojisi sektöründe, yoğun olarak kullanılmakta mıdır?

4.1.5. Araştırmanın Alanı ve Örneklem Büyüklüğü

Araştırma, İstanbul Beylikdüzü Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren; Birlik Küçük Sanayi Sitesi Yapı Kooperatifi, Mermer Sanayicileri Küçük Sanayi Sitesi Yapı Kooperatifi, Bakır ve Pirinç Sanayicileri Toplu İş Yerleri Yapı Kooperatiflerine bağlı işletmelerde çalışan 786 kişiden 420 kişiye anket uygulamış ve geçerli olarak dönen 378 anket üzerinden değerlendirme yapılmıştır. Anket katılımcıları kolayda örnekleme metoduyla seçilmiştir. Kolayda örnekleme metodunda, her işletmede çalışan bireyler seçilmeden, rastgele anket uygulaması gerçekleştirilmektedir.

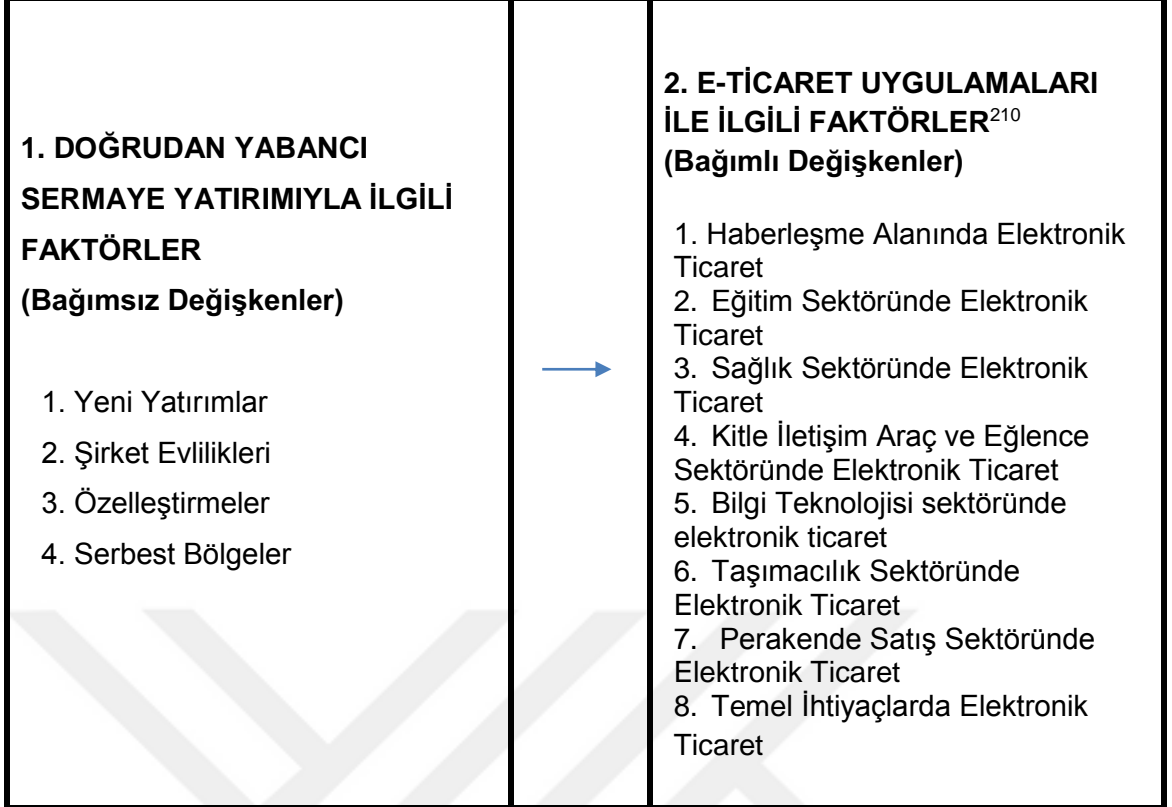
4.1.6. Araştırmanın Sınırlılıkları

1. Araştırma evreni, İstanbul Beylikdüzü Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren işletmelerdeki çalışanlarla sınırlıdır.

2. Çalışmanın alan uygulamasıyla verileri anket uygulamasına katılan katılımcılarla sınırlıdır.

4.1.7. Araştırmanın Modeli

Araştırmayla ilgili kavramsal model ve değişkenler arası ilişkiler Şekil-1'de yer almaktadır.



Şekil-1 Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ile E-Ticaret Uygulamalarına İlişkisi

4.1.8. Araştırmanın Varsayımları

Çalışmanın varsayımları aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.

- a. Çalışmada izlenen yolun bilimsel yönetime uygun olduğu varsayılmıştır.
- b. Çalışmada geçerlilik ve güvenilirliğinin sağlanabilmesi amacıyla; anketlerin uygulanması ve hazırlanması safhasında, araç etkisi, objektiflik, olgunlaşma, zaman etkisi gibi konulara gerekli özenin gösterilmesinin yeterli olacağı varsayılmıştır.

4.1.9. Araştırmanın Hipotezleri

- H1: Cinsiyet değişkeninin çalışmanın faktörleri üzerinde etkisi vardır.
- H2: Yaş değişkeninin çalışmanın faktörleri üzerinde etkisi vardır.
- H3: Eğitim durumu değişkeninin çalışmanın faktörleri üzerinde etkisi vardır.
- H4: Yeni yatırımların, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması ile çalışmanın faktörleri birbirlerini istatistiki anlamda etkilemektedir.
- H5: Şirket evliliklerinin, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması birbirlerini istatistiki anlamda etkilemektedir.
- H6: Perakende satış sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması birbirlerini istatistiki anlamda etkilemektedir.

²¹⁰ Nuri Yavan ve Hamdi Kara, "Türkiye'de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Bölgesel Dağılışı", *Coğrafi Bilimler Dergisi*, 2003, Cilt: 1, Sayı: 1, 19-42, s. 28.

H7: Sağlık sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması ile çalışmanın faktörleri birbirlerini istatistiki anlamda etkilemektedir.

H8: Bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması ile çalışmanın faktörleri birbirlerini istatistiki anlamda etkilemektedir.

H9: Elektronik teçhizat ihtiyacının karşılanması ile çalışmanın faktörleri birbirlerini istatistiki anlamda etkilemektedir.

4.1.10. Araştırmanın Ölçekleri

Çalışmanın uygulama bölümünde; “Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Ölçeği”²¹¹ ve “E-Ticaret Uygulamaları Ölçeği”²¹² için hazırlanan ölçekler yardımıyla katılımcıların görüşleri alınarak çalışmanın verileri elde edilmiştir.

4.2. GÜVENİRLİK ANALİZİ

Tablo-1 Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alpha Katsayısı	N
,917	29

Güvenilirlik analizi, yapılan araştırmanın ölçek türüne göre hazırlanmış sorulara verilen cevapların tutarlılığını ölçmeye yaramaktadır. Nominal ölçek türü soruların güvenilirlik analizinin yapılması uygun olmamaktadır. Örneğin; medeni durum, saç rengi gibi soruları olan araştırmalar üzerinde bu sorulara güvenilirlik analizi uygulanmamaktadır. Likert ölçeğinde olduğu gibi Kesinlikle katılmıyorum(1)-Kesinlikle katılıyorum (5) tarzı sıralanabilir ve ölçülebilir veriler için güvenilirlik analizinin uygulanması mümkündür.

Güvenilirlik Analizi, araştırma sorularının birbirleri ile ilişkilerinin derecesini ortaya koyabilmek için yapılmaktadır. Güvenilirlik analizi yaparken bizim için önemli noktalardan birisi Cronbach's Alpha Katsayısı değeridir. Bu değer; 0,4'den daha küçük ise araştırma ölçeği güvenilir değildir, 0,4 ile 0,6 aralığında ise araştırma ölçeği düşük seviye güvenilirliktedir, 0,6 ile 0,8 aralığında ise araştırma ölçeği oldukça güvenilir seviyededir ve 0,8 ile 1 aralığında ise araştırma ölçeği yüksek derecede güvenilir seviyededir şeklinde yorum yapılmaktadır. Yapılan anket çalışmasına uygulanan güvenilirlik analizi sonucunda, Cronbach Alfa katsayısı 0,917 olarak hesaplanmıştır. Bu da yapılmış olan anket çalışmasının yüksek derecede güvenilir olduğunu göstermektedir.

²¹¹ Jonathan Klavens and Anthony Zamparutti, *Foreign Direct Investment and Environment in Central and Eastern Europe*, the World Bank, Washington D.C, 1995, pp. 30-39.

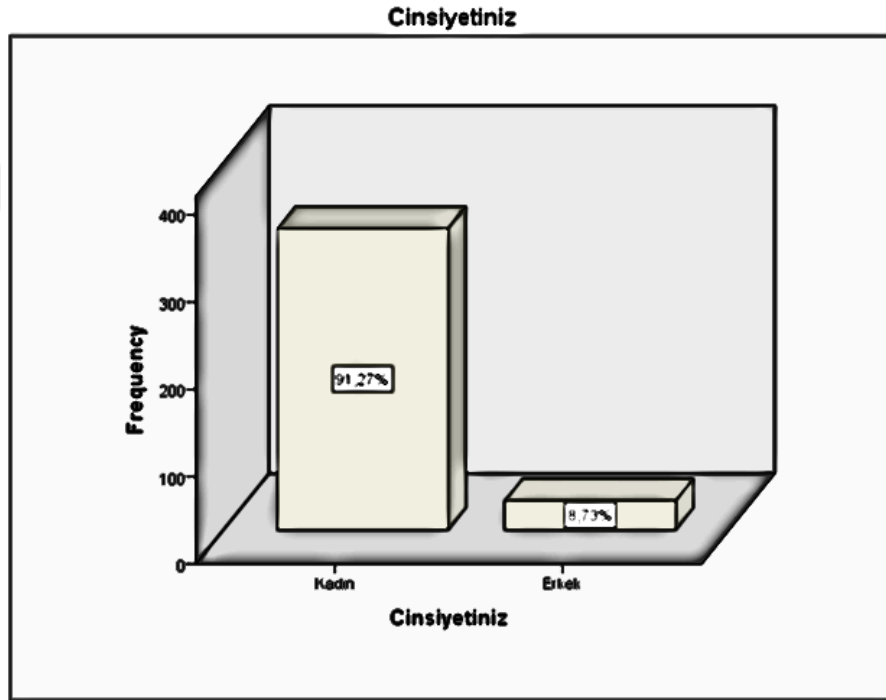
²¹² **The European Commission**, “Public Consultation on the Future of Electronic Commerce in the Internal Market and the Implementation of the Directive on Electronic Commerce (2000/31/EC)”, *Directorate-General for Internal Market and Services*, 2000, 1-20, pp. 8-15'den istifade edilmiştir.

4.3. DEMOGRAFİK FAKTÖRLERLE İLGİLİ FREKANS ANALİZLERİ

4.3.1. Cinsiyet Değişkenine Ait Bulgular

Tablo-2 Cinsiyet Değişkeni İçin Frekans Tablosu

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Kadın	345	91,3	91,3	91,3
Erkek	33	8,7	8,7	100,0
Toplam	378	100,0	100,0	



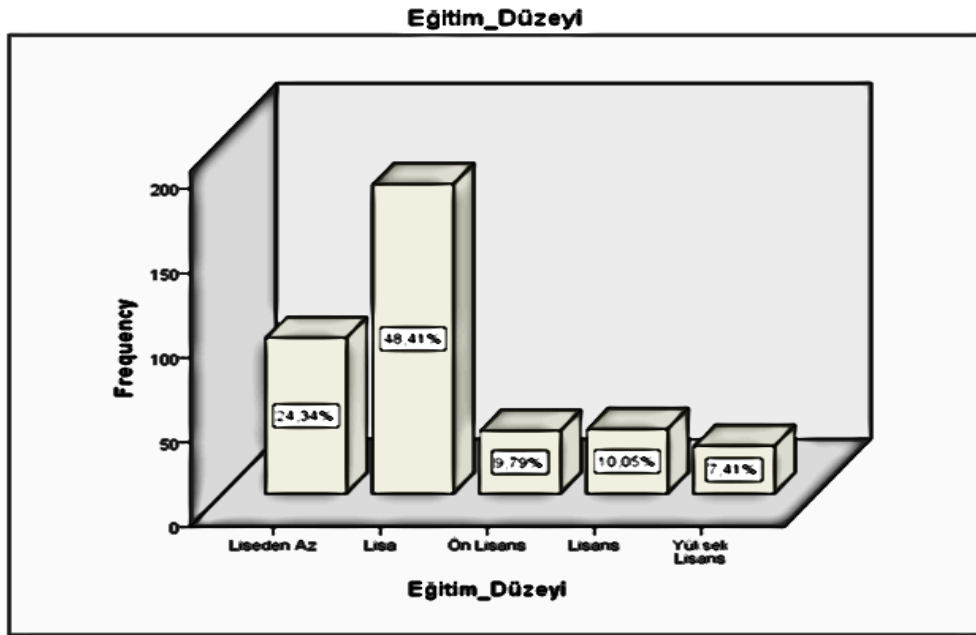
Grafik- 1 Cinsiyet Grafiği

Yapılan araştırmadaki katılımcıların 345'i kadın (%91,3) ve 33'ü erkek (%8,7) olmak üzere araştırmaya toplam 378 kişi katılmıştır. Katılımcılar genel olarak incelendiğinde katılımcıların büyük çoğunluğunun kadın olduğu görülmektedir.

4.3.2. Eğitim Durumu Değişkenine Ait Bulgular

Tablo-3 Eğitim Durumu Değişkeni İçin Frekans Tablosu

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
Liseden Az	92	24,3	24,3	24,3
Lise	183	48,4	48,4	72,8
Ön Lisans	37	9,8	9,8	82,5
Lisans	38	10,1	10,1	92,6
Yüksek Lisans	28	7,4	7,4	100,0
Toplam	378	100,0	100,0	



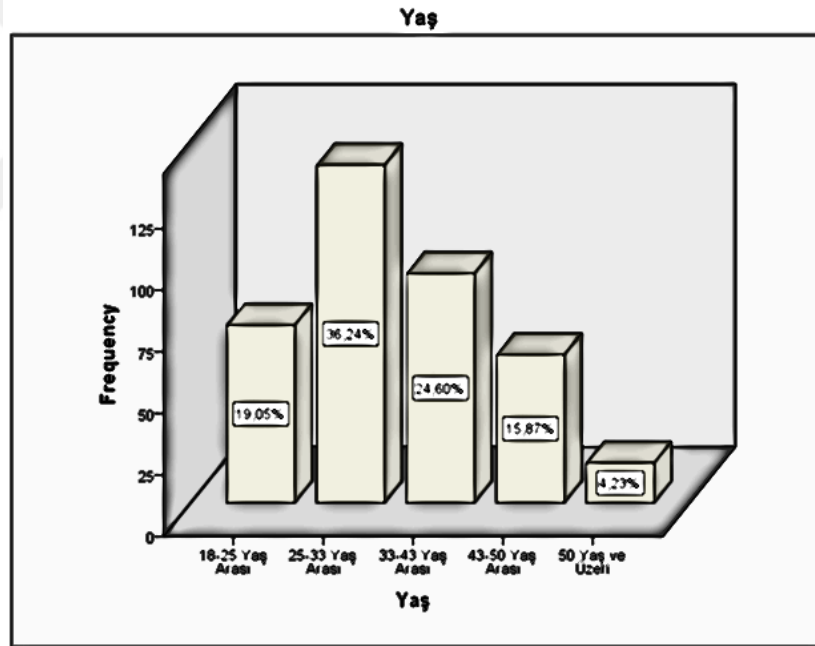
Grafik- 2 Eğitim Durumu Grafiği

Yapılan araştırmadaki katılımcıların 92'si Liseden az düzeyde (%24,3), 183'ü Lise düzeyinde (%48,8), 37'si ön lisans düzeyinde (%9,8), 38'si Lisans düzeyinde (%10,1) ve 28'i yüksek lisans düzeyinde (%7,4) eğitim almıştır. Katılımcıların eğitim düzeylerine genel anlamda bakıldığında büyük çoğunluğunun lise düzeyinde eğitim aldıkları görölmektedir.

4.3.3. Yaş Değişkenine Ait Bulgular

Tablo- Yaş Değişkeni İçin Frekans Tablosu

	Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Toplam Yüzde
18-25 Yaş Arası	72	19,0	19,0	19,0
26-33 Yaş Arası	137	36,2	36,2	55,3
33-43 Yaş Arası	93	24,6	24,6	79,9
44-49 Yaş Arası	60	15,9	15,9	95,8
50 Yaş ve Üzeri	16	4,2	4,2	100,0
Toplam	378	100,0	100,0	



Grafik- 3 Yaş Grafiği

Yapılan araştırmadaki katılımcıların 72'si 18-25 yaş aralığında (%19,0), 137'si 26-33 yaş aralığında (%36,2), 93'ü 34-43 yaş aralığında (%24,6), 60'ı 44-49 yaş aralığında (%15,9) ve 16 kişide 50 yaş ve üzerinde (%4,2) olmak üzere toplam 378 kişiden oluşmaktadır. Araştırma katılımcıları yaş bazında incelendiği zaman katılımcıların büyük çoğunluğunun genç olduğu görülmektedir.

4.4. FAKTÖR ANALİZİ

Araştırmanın ölçeğinde yer alan soruların çok fazla sayıda olması, çalışmanın değişkenleri arasındaki ilişkilerin analizini zorlaştırmaktadır. Dolayısıyla, çok sayıdaki sorunun belirli başlıklar altında toplanmasına ve soruların başlıklandırılarak daha az sayıya indirgenmesine faktör analizi denilmektedir. Diğer bir ifadeyle, çok sayıdaki soruların, az sayıdaki gruplandırılmış sorulara indirgenmesine faktör analizi işlemi denilmektedir. Burada temel amaç, araştırma için belirlenecek hipotezlerin daha az sayıda olmasını, analizinin kolayca yapılmasını ve gruplandırılmasını sağlamaktır.

4.4.1. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Ölçeği İçin KMO ve Bartlett Testi

Tablo-4 Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Ölçeği İçin KMO Bartlett Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Değeri	,872
Ki-Kare Değeri	1980,517
Serbestlik Derecesi	55
Bartlett Test İstatistiği P Değeri	,000

Kaiser-Meyer-Olkin Değeri sıfır ile bir arasında değerler almaktadır. Bu değer sıfıra yaklaştıkça, değişkenler arasındaki ilişkinin anlamsız olduğu ve faktör analizi yapmanın anlamsız olduğu görülmektedir. Kaiser-Meyer-Olkin değeri bire yaklaştıkça değişkenler arasındaki ilişkinin artacağı ve dolayısıyla faktör analizi yapmanın uygun olacağı kararı verilmektedir. Değişkenler arasındaki ilişkinin ölçülmesinde; Kaiser-Meyer-Olkin değeri 0,5 ile 0,6 arasında iken düşük seviyede, 0,6 ile 0,8 arasında iken orta seviyede, 0,8 ile 0,9 arasında iken yüksek seviyede ve 0,9 ile 1 arasında iken mükemmel seviyededir kararı verilmektedir. Değişkenler arasındaki ilişkinin tespitinde ayrıca, Bartlett test istatistiğinin p değerinden yola çıkarak karar verilmektedir. Bu değer, alfa değerinden (0,05) daha büyük olursa faktör analizi yapılması anlamlı değildir; alfa değerinden küçük çıkarsa, faktör analizi yapılması anlamlıdır kararı verilir.

Doğrudan yabancı sermaye yatırımları ölçeği için yapılan bartlett testi hesaplamaları yukarıdaki tabloda verilmiştir. Tabloda da görüleceği gibi Kaiser-Meyer-Olkin Değeri 0,872 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, değişkenlerin arasındaki ilişkinin yüksek seviyede olduğunu göstermektedir. Bu ilişkinin anlamlı olup olmadığına karar vermek için hesaplanan p değeri ise 0,000 'dır. Bu değer, alfa değeri olan 0,05 değerinden daha küçük ($p < \alpha$) olduğu için araştırma değişkenleri üzerinde faktör analizinin yapılması anlamlı bulunmuştur.

4.4.2. Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Ölçeği İçin Sayısının Belirlenmesi

Tablo-5 Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Ölçeği İçin Açıklama Yüzdeleri Tablosu

Sorular	Genel Öz Değerler			Öz Değer Çıkarımları			Döndürülmüş Öz Değer Çıkarımları		
	Öz Değer	Açıklama Yüzdeleri	Birikimli Açıklama Yüzdeleri	Öz Değer	Açıklama Yüzdeleri	Birikimli Açıklama Yüzdeleri	Öz Değer	Açıklama Yüzdeleri	Birikimli Açıklama Yüzdeleri
1	5,056	45,968	45,968	5,056	45,968	45,968	4,246	38,603	38,603
2	1,446	13,142	59,110	1,446	13,142	59,110	2,256	20,507	59,110
3	,900	8,181	67,290						
4	,851	7,740	75,031						
5	,646	5,874	80,905						
6	,538	4,888	85,794						
7	,452	4,112	89,905						
8	,351	3,188	93,093						
9	,293	2,665	95,758						
10	,247	2,245	98,003						
11	,220	1,997	100,000						

Faktör analizi yapılmasının anlamlı olacağı kararı verildikten sonra, bu faktörlere ait açıklama yüzdelerinin incelenerek; “faktör sayısı”nın belirlenmesi aşamasına geçilir. Bu aşamada, açıklama yüzdeleri tablosuna bakılarak, hesaplanan öz değerler incelenir ve öz değer değeri birden büyük olan değişkenlerin sayısı, faktör sayısını belirlemektedir. Yapılan araştırmada iki değişkenin öz değerleri 1 den daha büyük olduğu için faktör sayısı iki olarak belirlenmiştir. Bu iki faktör çalışmanın 59,11 'ini açıklamaktadır. 1.faktör tek başına araştırmanın 38,603'ünü açıklarken 2. faktör tek başına çalışmanın 13,142'sini açıklamaktadır.

Tablo-6 Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Ölçeği İçin Soruların Faktörlere Dağılımları

Sorular(Değişkenler)	Faktörler	
	F1 Yeni Yatırımların, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	F2 Şirket Evliliklerinin, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması
S1	,824	,094
S2	,805	,083
S3	,809	,293
S4	,692	,370
S5	,766	,197
S6	,694	,418
S7	,107	,768
S8	,062	,817
S9	,193	,620
S10	,338	,599
S11	,742	,054

Doğrudan yabancı sermaye yatırımları ölçeği için faktörlerin sorulara dağılımları tablosu incelendiğinde; her sorunun karşısında yer alan sayılara bakılır ve hangi sayı büyükse, o sayı ilgili sütundaki faktöre dahil edilir. Örneğin; S1 sorusu için 0,824 değeri, 0,94'den büyük olduğu için S1 ilk sütundaki faktöre dahil edilir. Bu tablonun hazırlanmasında varimax faktör döndürme yönteminden yararlanılmıştır.

Tablo-7 Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları Ölçeği İçin Soruların Faktör Dağılımları

Faktörler	Sorular
F1.1 Yeni Yatırımların, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	S1, S2, S3, S4, S5, S6, S11
F1.2 Şirket Evliliklerinin, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	S7, S8, S9, S10

Araştırma sorularını faktörlere dağılımı tabloda gösterilmektedir.

4.4.3. E-Ticaret Uygulamaları Ölçeği İçin KMO ve Bartlett Testi

Tablo-8 E-Ticaret Uygulamaları Ölçeği İçin KMO Bartlett Testi

Kaiser-Meyer-Olkin Değeri	,847
Ki-Kare Değeri	4057,971
Serbestlik Derecesi	153
Bartlett Test İstatistiği P Değeri	,000

Kaiser-Meyer-Olkin değeri sıfır ile bir arasında değerler almaktadır. Bu değer sıfıra yaklaştıkça, değişkenler arasındaki ilişkinin anlamsız olduğu ve faktör analizi yapmanın anlamsız olduğu görülmektedir. Kaiser-Meyer-Olkin değeri birine yaklaştıkça değişkenler arasındaki ilişkinin artacağı ve dolayısıyla faktör analizi yapmanın uygun olacağı kararı verilmektedir. Değişkenler arasındaki ilişkinin ölçülmesinde; Kaiser-Meyer-Olkin değeri 0,5 ile 0,6 arasında iken düşük seviyede, 0,6 ile 0,8 arasında iken orta seviyede, 0,8 ile 0,9 arasında iken yüksek seviyede ve 0,9 ile 1 arasında iken mükemmel seviyededir kararı verilmektedir. Değişkenler arasındaki ilişkinin tespitinde ayrıca, Bartlett test istatistiğinin p değerinden yola çıkarak karar verilmektedir. Bu değer, alfa değerinden (0,05) daha büyük olursa faktör analizi yapılması anlamlı değildir; alfa değerinden küçük çıkarsa, faktör analizi yapılması anlamlıdır kararı verilir.

Doğrudan yabancı sermaye yatırımları ölçeği için yapılan Bartlett testi hesaplamaları yukarıdaki tabloda verilmiştir. Tabloda da görüleceği gibi Kaiser-Meyer-Olkin Değeri 0,847 olarak hesaplanmıştır. Bu değer, değişkenlerin arasındaki ilişkinin yüksek seviyede olduğunu göstermektedir. Bu ilişkinin anlamlı olup olmadığına karar vermek için hesaplanan p değeri ise 0,000'dır. Bu değer, alfa değeri olan 0,05 değerinden daha küçük ($p < \alpha$) olduğu için araştırma değişkenleri üzerinde faktör analizinin yapılması anlamlı bulunmuştur.

4.4.4. E-Ticaret Uygulamaları Ölçeği İçin Faktör Analizinde Faktör Sayısının Belirlenmesi

Tablo-9 E-Ticaret Uygulamaları Ölçeği İçin Faktör Analizi

Sorular	Genel Öz Değerler			Öz Değer Çıkarımları			Döndürülmüş Öz Değer Çıkarımları		
	Öz Değer	Açıklama Yüzdeleri	Birikimli Açıklama Yüzdeleri	Öz Değer	Açıklama Yüzdeleri	Birikimli Açıklama Yüzdeleri	Öz Değer	Açıklama Yüzdeleri	Birikimli Açıklama Yüzdeleri
1	6,754	37,520	37,520	6,754	37,520	37,520	3,714	20,635	20,635
2	2,452	13,621	51,141	2,452	13,621	51,141	3,248	18,044	38,679
3	2,058	11,432	62,572	2,058	11,432	62,572	2,916	16,198	54,877
4	1,197	6,649	69,222	1,197	6,649	69,222	2,582	14,345	69,222
5	,830	4,611	73,833						
6	,703	3,907	77,740						
7	,597	3,318	81,058						
8	,472	2,625	83,683						
9	,428	2,379	86,061						
10	,411	2,285	88,346						
11	,382	2,120	90,467						
12	,346	1,920	92,387						
13	,319	1,772	94,158						
14	,277	1,537	95,695						
15	,244	1,356	97,051						
16	,223	1,242	98,293						
17	,176	,980	99,272						
18	,131	,728	100,000						

Faktör analizi yapılmasının anlamlı olacağı kararı verildikten sonra, bu faktörlere ait açıklama yüzdelerinin incelenerek; "faktör sayısı"nın belirlenmesi aşamasına geçilir. Bu aşamada, açıklama yüzdeleri tablosuna bakılarak, hesaplanan öz değerler incelenir ve öz değer değeri birden büyük olan değişkenlerin sayısı, faktör sayısını belirlemektedir. Yapılan araştırmada dört değişkenin öz değerleri 1 den daha büyük olduğu için faktör sayısı dört olarak belirlenmiştir. Bu dört faktör çalışmanın 69,22 'sini açıklamaktadır. 1.faktör tek başına araştırmanın 20,635'ünü açıklarken 2. faktör tek başına çalışmanın 18,044'sini, 3. faktör tek başına çalışmanın 16,198'sini, 4. faktör tek başına çalışmanın 14,345'ini açıklamaktadır.

Tablo-10 E-Ticaret Uygulamaları Ölçeği İçin Soruların Faktör Dağılımları

Sorular (Değişkenler)	Faktörler			
	F2.1 Perakende Satış Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	F2.2 Sağlık Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	F2.3 Bilgi Teknolojisi Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	F2.4 Elektronik Teçhizat İhtiyacının Elektronik Ticaret Vasıtasıyla Karşılanması
S12	,245	,750	,220	,132
S13	,036	,806	,284	,090
S14	,001	,864	-,003	,203
S15	,020	,400	,406	,579
S16	,098	,166	,780	,383
S17	,204	,228	,839	,125
S18	,242	,363	,697	-,142
S19	,145	,722	,307	-,097
S20	,311	,461	,558	,052
S21	,673	,050	-,068	,439
S22	,574	-,030	,016	,581
S23	,691	,338	,330	-,157
S24	,729	,123	,368	,205
S25	,815	,092	,138	,127
S26	,788	,157	,114	-,300
S27	,252	,118	,014	,802
S28	-,100	,053	,130	,717
S29	,523	-,021	,343	,355

Doğrudan yabancı sermaye yatırımları ölçeği için faktörlerin sorulara dağılımları tablosu incelendiğinde; her sorunun karşısında yer alan sayılara bakılır ve hangi sayı büyükse, o sayı ilgili sütundaki faktöre dahil edilir. Örneğin; S12 sorusu için 0,750 değeri, aynı satırdaki diğer 3 sayıdan büyük olduğu için S12 ikinci sütundaki faktöre dahil edilir. Bu tablonun hazırlanmasında varimax faktör döndürme yönteminden yararlanılmıştır.

Tablo-11 E-Ticaret Uygulamaları Ölçeği İçin Soruların Faktörlere Dağılımları

Faktörler	Sorular
F2.1 Perakende Satış Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	S21, S22, S23, S24, S25, S26, S29
F2.2 Sağlık Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	S12, S13, S14, S19,
F2.3 Bilgi Teknolojisi Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	S16, S17, S18, S20
F2.4 Elektronik Teçhizat İhtiyacının Elektronik Ticaret Vasıtasıyla Karşılanması	S15, S27, S28

Araştırma sorularını faktörlere dağılımı tabloda gösterilmektedir.

Tablo-12 Tüm Ölçekler İçin Soruların Faktör Dağılımları

Faktörler	Döndürülmüş Faktör Analizi
F1.1 Yeni Yatırımların, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	S1, S2, S3, S4, S5, S6, S11
F1.2 Şirket Evliliklerinin, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	S7, S8, S9, S10
F2.1 Perakende Satış Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	S21, S22, S23, S24, S25, S26, S29
F2.2 Sağlık Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	S12, S13, S14, S19,
F2.3 Bilgi Teknolojisi Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	S16, S17, S18, S20,
F2.4 Elektronik Teçhizat İhtiyacının Elektronik Ticaret Vasıtasıyla Karşılanması	S15, S27, S28

4.5. NORMALLİK, MANN-WHITNEY VE KRUSKAL WALLIS TESTİ ANALİZLERİ

Analizi yapılması düşünülen verilerin normal dağılıma uygun olup olmadığını ortaya koymak amacıyla çeşitli normallik testlerinden yararlanmak mümkündür. Bu testler arasında en bilinenleri Kolmogorov-Smirnov, ve Shapiro-Wilk normallik testleridir. Bu test sonucunda yapılacak olan analiz yöntemine karar verilmektedir.

4.5.1. Normallik Testi

Tablo-13 Normallik Testi

Faktör	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
	İstatistik	df	Sigma	İstatistik	df	Sigma
Yeni Yatırımların, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	,221	378	,000	,846	378	,000
Şirket Evliliklerinin, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	,101	378	,000	,900	378	,000
Perakende Satış Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	,107	378	,000	,958	378	,000
Sağlık Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	,168	378	,000	,911	378	,000
Bilgi Teknolojisi Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	,166	378	,000	,854	378	,000
Elektronik Teçhizat İhtiyacının Elektronik Ticaret Vasıtasıyla Karşılanması	,105	378	,000	,957	378	,000

Verilerin normal dağılıma uygun olup olmadığını ortaya koymak için normallik testlerinden kolmogorov-Smirnov ve Shapiro Wilk testleri kullanılmış ve yapılan hesaplamalar sonucunda elde edilen değerler normallik testi tablosunda yer almıştır. Yapılan analizlerde Z değeri ve Z değerine bağlı anlamlılık düzeyi $\sigma < 0.05$ ise H_0 hipotezi reddedilir ve dağılımın normal olmadığı kararı verilir. Şayet sigma değeri için 0.05'den daha büyük bir değer elde edilmişse H_0 hipotezi kabul edilir ve dağılımın normal dağılımdan anlamlı bir farklılık sergilemediği yorumu yapılır. Kolmogorov Smirnov ve Shapiro Wilk testi sonucunda hesaplanan sigma değerlerinin hepsi yukarıdaki tabloda 0,00 olarak verilmiştir ve bu değerlerin hepsi alfa değeri olan 0,05'den daha küçüktür.

4.5.2. Cinsiyet ve Çalışmanın Faktörleri için Mann-Whitney Karşılaştırmaları

Tablo-14 Cinsiyet ve Çalışmanın Faktörleri için Mann-Whitney Testi

	Cinsiyet	N	Ortalama Rankları	Z-Tablo Değeri	P Değeri
Yeni Yatırımların, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	Erkek	345	179,27	-5,910	,000
	Kadın	33	296,45		
	Toplam	378			
Şirket Evliliklerinin, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	Erkek	345	179,16	-5,981	,000
	Kadın	33	297,61		
	Toplam	378			
Perakende Satış Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	Erkek	345	178,53	-6,320	,000
	Kadın	33	304,18		
	Toplam	378			
Sağlık Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	Erkek	345	179,95	-5,526	,000
	Kadın	33	289,30		
	Toplam	378			
Bilgi Teknolojisi Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	Erkek	345	185,37	-2,399	,016
	Kadın	33	232,70		
	Toplam	378			
Elektronik Teçhizat İhtiyacının Elektronik Ticaret Vasıtasıyla Karşılanması	Erkek	345	181,42	-4,666	,000
	Kadın	33	273,95		
	Toplam	378			

H0.1: Cinsiyet değişkeninin çalışmanın faktörleri üzerinde etkisi yoktur.

H1.1: Cinsiyet değişkeninin çalışmanın faktörleri üzerinde etkisi vardır.

Cinsiyete göre faktörlerin farklılık gösterip göstermediğini incelemek için Mann-Whitney testi uygulanmıştır. Uygulanan test sonuçları yukarıdaki tablodaki gibidir. Mann-Whitney testini yorumlaya bilmek için Z tablo değeri kullanılır. Ancak her değer için tablo değeri hesaplamamak için SPSS gibi paket programların kolaylık olarak verdiği P değerine göre karar verilecektir. Bu değer 0,05 (alfa değeri) değerinden daha büyük olursa H0 kabul edilir, daha küçük olursa H0 reddedilir. Yani, P değeri 0,05'den daha küçük olduğu durumlarda farklılık vardır yorumu yapılmaktadır.

Araştırma katılımcılarının verdikleri cevaplar cinsiyete göre değişiklik gösterip göstermediği Mann-Whitney testi ile test edilmiştir. Yapılan hesaplamalar sonucunda, cinsiyete göre, çalışmanın faktörlerinin tamamının P değerleri 0,000 olduğu gözlemlenmiştir. Çalışmanın tüm faktörlerinin P değerleri, alfa ($\alpha=0,05$) değerinden küçük çıkmıştır ve bu durumda H1 hipotezi kabul edilir.

4.5.3. Yaş Değişkeni ve Çalışmanın Faktörleri için Kruskal Wallis Testi Karşılaştırmaları

Tablo-15 Yaş Değişkeni ve Çalışmanın Faktörleri için Kruskal Wallis Testi

	Yaş	N	Ortalama Rankları	Ki-Kare Tablo Değeri	P Değeri
Yeni Yatırımların, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	18-25 Yaş Arası	72	231,21	39,569	,000
	25-33 Yaş Arası	137	188,12		
	33-43 Yaş Arası	93	166,61		
	43-50 Yaş Arası	60	212,28		
	50 Yaş ve Üzeri	16	61,25		
	Total	378			
Şirket Evliliklerinin, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	18-25 Yaş Arası	72	159,78	16,998	,002
	25-33 Yaş Arası	137	191,94		
	33-43 Yaş Arası	93	179,69		
	43-50 Yaş Arası	60	235,56		
	50 Yaş ve Üzeri	16	186,63		
	Total	378			
Perakende Satış Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	18-25 Yaş Arası	72	208,81	17,895	,001
	25-33 Yaş Arası	137	210,53		
	33-43 Yaş Arası	93	166,12		
	43-50 Yaş Arası	60	169,58		
	50 Yaş ve Üzeri	16	133,06		
	Total	378			
Sağlık Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	18-25 Yaş	72	228,75	26,238	,000
	25-33 Yaş	137	180,86		
	33-43 Yaş	93	188,95		
	43-50 Yaş	60	191,89		
	50 Yaş ve Üzeri	16	81,13		
	Total	378			
Bilgi Teknolojisi Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	18-25 Yaş	72	206,99	17,020	,002
	25-33 Yaş	137	181,64		
	33-43 Yaş	93	169,60		
	43-50 Yaş	60	229,76		
	50 Yaş ve Üzeri	16	142,81		
	Total	378			
Elektronik Teçhizat İhtiyacının Elektronik Ticaret Vasıtasıyla Karşılanması	18-25 Yaş	72	148,70	38,504	,000
	25-33 Yaş	137	197,60		
	33-43 Yaş	93	174,60		
	43-50 Yaş	60	256,27		
	50 Yaş ve Üzeri	16	140,00		
	Total	378			

H0.2: Yaş değişkeninin çalışmanın faktörleri üzerinde etkisi yoktur.

H1.2: Yaş değişkeninin çalışmanın faktörleri üzerinde etkisi vardır.

Kruskal-Wallis testi üç veya daha fazla sayıda grubun ortalamaları arasındaki farklılığın anlamlılığını test amacıyla kullanılan bir tekniktir. One-Way ANOVA'nın non-parametrik karşılığıdır. Yaş değişkenine göre faktörlerin farklılık gösterip göstermediğini incelemek için Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. Uygulanan test sonuçları yukarıdaki tablodaki gibidir. Mann-Whitney testini yorumlaya bilmek için Ki-Kare tablo değeri kullanılır. Ancak her değer için tablo değeri hesaplamamak için SPSS gibi paket programların kolaylık olarak verdiği P değerine göre karar verilecektir. Bu değer 0,05 (alfa değeri) değerinden daha büyük olursa H0 kabul edilir, daha küçük olursa H0 reddedilir. Yani, P değeri 0,05'den daha küçük olduğu durumlarda farklılık vardır yorumu yapılmaktadır.

Araştırma katılımcılarının verdikleri cevaplar yaş değişkenine göre değişiklik gösterip göstermediği Mann-Whitney testi ile test edilmiştir. Yapılan hesaplamalar sonucunda, yaş değişkenine göre, çalışmanın faktörlerinin tamamının P değerleri 0,000 olduğu gözlemlenmiştir. Çalışmanın tüm faktörlerinin P değerleri, alfa ($\alpha=0,05$) değerinden küçük çıkmıştır ve bu durumda H1 hipotezi kabul edilir.

4.5.4. Eğitim Durumu Değişkeni ve Çalışmanın Faktörleri için Kruskal Wallis Testi Karşılaştırmaları

Tablo-16 Eğitim Durumu Değişkeni ve Çalışmanın Faktörleri için Kruskal Wallis Testi

	Eğitim Durumu	N	Ortalama Rankları	Ki-Kare Tablo	P Değeri
Yeni Yatırımların, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	Liseden Az	92	221,78	44,679	,000
	Lisa	183	188,20		
	Ön Lisans	37	217,73		
	Lisans	38	86,55		
	Yüksek Lisans	28	194,32		
	Total	378			
Şirket Evliliklerinin, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	Liseden Az	92	204,17	22,133	,000
	Lise	183	170,67		
	Ön Lisans	37	199,46		
	Lisans	38	177,89		
	Yüksek Lisans	28	266,95		
	Total	378			
Perakende Satış Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	Liseden Az	92	221,33	55,899	,000
	Lisa	183	202,85		
	Ön Lisans	37	162,88		
	Lisans	38	172,83		
	Yüksek Lisans	28	55,48		
	Total	378			
Sağlık Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	Liseden Az	92	213,51	28,423	,000
	Lisa	183	183,09		
	Ön Lisans	37	244,62		
	Lisans	38	128,34		
	Yüksek Lisans	28	162,70		
	Total	378			
Bilgi Teknolojisi Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	Liseden Az	92	215,70	30,885	,000
	Lisa	183	185,74		
	Ön Lisans	37	239,97		
	Lisans	38	126,50		
	Yüksek Lisans	28	146,77		
	Total	378			
Elektronik Teçhizat İhtiyacının Elektronik Ticaret Vasıtasıyla Karşılanması	Liseden Az	92	204,64	25,453	,000
	Lisa	183	163,98		
	Ön Lisans	37	229,20		
	Lisans	38	192,50		
	Yüksek Lisans	28	250,04		
	Total	378			

H0.3: Eğitim durumu değişkeninin çalışmanın faktörleri üzerinde etkisi yoktur.

H1.3: Eğitim durumu değişkeninin çalışmanın faktörleri üzerinde etkisi vardır.

Kruskal-Wallis testi üç veya daha fazla sayıda grubun ortalamaları arasındaki farklılığın anlamlılığını test amacıyla kullanılan bir tekniktir. One-Way ANOVA'nın non-parametrik karşılığıdır. Eğitim durumu değişkenine göre faktörlerin farklılık gösterip göstermediğini incelemek için Kruskal-Wallis testi uygulanmıştır. Uygulanan test sonuçları yukarıdaki tablodaki gibidir. Mann-Whitney testini yorumlaya bilmek için Ki-Kare tablo değeri kullanılır. Ancak her değer için tablo değeri hesaplamamak için SPSS gibi paket programların kolaylık olarak verdiği P değerine göre karar verilecektir. Bu değer 0,05 (alfa değeri) değerinden daha büyük olursa H0 kabul edilir, daha küçük olursa H0 reddedilir. Yani, P değeri 0,05'den daha küçük olduğu durumlarda farklılık vardır yorumu yapılmaktadır.

Araştırma katılımcılarının verdikleri cevaplar eğitim durumu değişkenine göre değişiklik gösterip göstermediği Mann-Whitney testi ile test edilmiştir. Yapılan hesaplamalar sonucunda, eğitim durumu değişkenine göre, çalışmanın faktörlerinin tamamının P değerleri 0,000 olduğu gözlemlenmiştir. Çalışmanın tüm faktörlerinin P değerleri, alfa ($\alpha=0,05$) değerinden küçük çıkmıştır ve bu durumda H1 hipotezi kabul edilir.

4.6. REGRESYON ANALİZİ

4.6.1. Yeni Yatırımların, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması Faktörü ve Çalışmanın Diğer Faktörleri Arasındaki Regresyon Analizi

Tablo-17 Yeni Yatırımlar ile İlgili Regresyon Analizi Açıklama Yüzdesi Tablosu

Model	R	R Kare	Düzenlenmiş R Kare	Standart Hata Tahmini
Yeni Yatırımların, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	,844 ^a	,712	,708	,46259

Yeni yatırımların, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması faktörüne dair hesaplanan açıklama yüzdesi yukarıdaki açıklama yüzdesi tablosunda verilmiştir ve 0,712 olarak hesaplanan bu değer açıklama yüzdesi için oldukça yüksek bir değerdir.

Tablo-18 Yeni Yatırımlar ile ilgili Regresyon Analizi Anlamlılık Tablosu

Model	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F Tablo Değeri	Sigma Değeri
Regresyon	196,335	5	39,267	183,497	,000 ^b
Artıklar	79,605	372	,214		
Toplam	275,940	377			

Yukarıdaki regresyon anlamlılık tablosu yeni yatırımların, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması için yapılan regresyon analizinin anlamlı olup olmadığını test etmektedir. Bu tabloya göre karar verirken sigma değeri kullanılır. Bu değer alfa değerinden(0,05) küçük olursa regresyon analizi yapmak anlamlı bulunmuştur. Yeni yatırımların, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması için hesaplanan sigma değeri tabloda 0,000 olarak verilmiştir. Bu değer alfa değerinden daha küçük olduğu için regresyon analizi yapmak ve regresyon modeli oluşturmak anlamlıdır.

Tablo-19 Yeni Yatırımların, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması ile ilgili Regresyon Analizi Katsayı Tablosu

	B	Standart Hata	T-Değeri	Sigma Değeri
(Constant)	,219	,135	1,625	,105
Şirket Evliliklerinin, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	,184	,031	6,031	,000
Perakende Satış Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	-,065	,028	-2,342	,020
Sağlık Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	,484	,034	14,030	,000
Bilgi Teknolojisi Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	,403	,038	10,546	,000
Elektronik Teçhizat İhtiyacının Elektronik Ticaret Vasıtasıyla Karşılanması	-,060	,023	-2,573	,010

H0.4: Yeni yatırımların, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması ile çalışmanın faktörleri birbirlerini istatistiki anlamda etkilememektedir.

H1.4: Yeni yatırımların, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması ile çalışmanın faktörleri birbirlerini istatistiki anlamda etkilemektedir.

Regresyon analizi yapmak ve regresyon analizi tablosu oluşturmak anlamlı bulunduktan sonra regresyon analizi katsayı tablosu incelenerek denkleme alınacak değişkenlere karar verilmelidir. Bu işlem yapılırken sigma değerinden yararlanılır. Eğer bu değer 0,05'den daha büyük ise ilgili değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki anlamsız bulunur ve denkleme alınmaz. Sigma değeri 0,05'den daha küçük ise

ilgili değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki anlamlı bulunmuş ve B katsayısı ile beraber denkleme alınır.

Yeni yatırımların, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması için yapılan regresyon analizi sonucundaki hesaplamalar yukarıdaki tabloda verilmiştir. Tablo-19 incelendiğinde sabit katsayı hariç tüm faktörlere dair sigma değerleri 0,05'den daha küçüktür. Yani yeni yatırımların, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması faktörü ile aralarındaki ilişki anlamlı bulunmuş ve B katsayısı ile regresyon denklemine almaya karar verilmiştir. Regresyon denklemi aşağıdaki gibi kurulabilir;

Yeni yatırımların, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması =0,219 + 0,184 F1.2 - 0,065 F2.1 +0,484 F2.2 -0,403 F2.3 - 0,060 F2.4

Bu denklem dikkate alındığında sonuçta;

- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; şirket evlilikleri faktörü 1 birim arttıkça, yeni yatırımlar 0,184 birim (%18,4) artmaktadır, dolayısıyla aralarında pozitif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.
- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; elektronik ticaretin perakendecilik sektöründe yoğun olarak kullanılması faktörü 1 birim arttıkça, yeni yatırımlar -0,065 birim (%6,5) azalmaktadır, dolayısıyla aralarında negatif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.
- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; elektronik ticaretin sağlık sektöründe yoğun olarak kullanılması faktörü 1 birim arttıkça, yeni yatırımlar 0,484 birim (%48,4) artmaktadır, dolayısıyla aralarında pozitif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.
- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; elektronik ticaretin bilgi teknolojisi sektöründe yoğun olarak kullanılması faktörü 1 birim arttıkça, yeni yatırımlar 0,403 birim (%40,3) artmaktadır, dolayısıyla aralarında pozitif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.
- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; elektronik ticaretin elektronik ürün sektöründe yoğun olarak kullanılması 1 birim arttıkça, yeni yatırımlar - 0,060 birim (%6,0) azalmaktadır, dolayısıyla aralarında negatif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.

4.6.2. Şirket Evliliklerinin, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması Faktörü ve Çalışmanın Diğer Faktörleri Arasındaki Regresyon Analizi

Tablo-20 Şirket Evlilikleri ile ilgili Regresyon Analizi Açıklama Yüzdesi Tablosu

Model	R	R Kare	Düzenlenmiş R Kare	Standart Hata Tahmini
Şirket Evliliklerinin, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	,615 ^a	,378	,370	,74858

Şirket evliliklerinin, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması faktörüne dair hesaplanan açıklama yüzdesi yukarıdaki açıklama yüzdesi tablosunda verilmiştir

ve 0,378 olarak hesaplanan bu değer açıklama yüzdesi için kabul edilebilir bir değerdir.

Tablo-21 Şirket Evlilikleri ile ilgili Regresyon Analizi Anlamlılık Tablosu

Model	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F Tablo Değeri	Sigma Değeri
Regresyon	126,947	5	25,389	45,308	,000 ^b
Artıklar	208,459	372	,560		
Toplam	335,406	377			

Yukarıdaki regresyon anlamlılık tablosu şirket evliliklerinin, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması için yapılan regresyon analizinin anlamlı olup olmadığını test etmektedir. Bu tabloya göre karar verirken sigma değeri kullanılır. Bu değer alfa değerinden(0,05) küçük olursa regresyon analizi yapmak anlamlı bulunmuştur. Şirket evliliklerinin, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması için hesaplanan sigma değeri tabloda 0,000 olarak verilmiştir. Bu değer alfa değerinden daha küçük olduğu için regresyon analizi yapmak ve regresyon modeli oluşturmak anlamlıdır.

Tablo-22 Şirket Evlilikleri ile ilgili Regresyon Analizi Katsayı Tablosu

	B	Standart Hata	T-Değeri	Sigma Değeri
(Constant)	1,235	,209	5,911	,000
Perakende Satış Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	-,018	,045	-,389	,698
Sağlık Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	,047	,069	,683	,495
Bilgi Teknolojisi Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	-,165	,070	-2,366	,018
Elektronik Teçhizat İhtiyacının Elektronik Ticaret Vasıtasıyla Karşılanması	,309	,035	8,907	,000

H0.5: Şirket evliliklerinin, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması ile çalışmanın faktörleri birbirlerini istatistiki anlamda etkilememektedir.

H1.5: Şirket evliliklerinin, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması ile çalışmanın faktörleri birbirlerini istatistiki anlamda etkilemektedir.

Regresyon analizi yapmak ve regresyon analizi tablosu oluşturmak anlamlı bulunduktan sonra regresyon analizi katsayı tablosu incelenerek denkleme alınacak değişkenlere karar verilmelidir. Bu işlem yapılırken sigma değerinden yararlanılır. Eğer bu değer 0,05'den daha büyük ise ilgili değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki anlamsız bulunur ve denkleme alınmaz. Sigma değeri 0,05'den daha küçük ise ilgili değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki anlamlı bulunur ve B katsayısı ile beraber denkleme alınır.

Şirket evliliklerinin, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması için yapılan regresyon analizi sonucundaki hesaplamalar yukarıdaki tabloda verilmiştir. Tablodan da görüldüğü gibi sabit katsayı, yeni yatırımların, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması, bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması ve elektronik teçhizat ihtiyacının elektronik ticaret vasıtasıyla karşılanması faktörlerine ait sigma değerleri 0,05'den daha küçüktür. Yani şirket evliliklerinin, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması faktörü ile aralarındaki ilişki anlamlı bulunmuş ve B katsayısı ile regresyon denklemine almaya karar verilmiştir. Regresyon denklemi aşağıdaki gibi kurulabilir;

Şirket evliliklerinin, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması =1,235 + 0,483 F1.1 - 0,165 F2.3 + 0,309 F2.4

Bu denklem dikkate alındığında sonuçta;

- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması faktörü 1 birim arttıkça, şirket evlilikleri - 0,165 birim (%16,5) azalmaktadır, dolayısıyla aralarında negatif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.
- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; elektronik ticaretin perakendecilik sektöründe yoğun olarak kullanılması faktörü 1 birim arttıkça, şirket evlilikleri 0,309 birim (%30,9) artmaktadır, dolayısıyla aralarında pozitif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.
- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; elektronik ticaretin perakendecilik sektöründe yoğun olarak kullanılması faktörü 1 birim arttıkça, şirket evlilikleri 0,309 birim (%30,9) artmaktadır, dolayısıyla aralarında pozitif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.

4.6.3. Perakende Satış Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması Faktörü ve Çalışmanın Diğer Faktörleri Arasındaki Regresyon Analizi

Tablo-23 Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması ile ilgili Regresyon Analizi Açıklama Yüzdesi Tablosu

Model	R	R Kare	Düzenlenmiş R Kare	Standart Hata Tahmini
Perakende Satış Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	,546 ^a	,298	,288	,86177

Perakende satış sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması faktörüne dair hesaplanan açıklama yüzdesi yukarıdaki açıklama yüzdesi tablosunda verilmiştir ve 0,298 olarak hesaplanan bu değer açıklama yüzdesi için kabul edilebilir bir değerdir.

Tablo-24 Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması ile ilgili Regresyon Analizi Anlamlılık Tablosu

Model	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F Tablo Değeri	Sigma Değeri
Regresyon	117,105	5	23,421	31,537	,000 ^b
Artıklar	276,267	372	,743		
Toplam	393,372	377			

Yukarıdaki regresyon anlamlılık tablosu perakende satış sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması için yapılan regresyon analizinin anlamlı olup olmadığını test etmektedir. Bu tabloya göre karar verirken sigma değeri kullanılır. Bu değer alfa değerinden(0,05) küçük olursa regresyon analizi yapmak anlamlı bulunmuştur. Perakende satış sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması için hesaplanan sigma değeri tabloda 0,000 olarak verilmiştir. Bu değer alfa değerinden daha küçük olduğu için regresyon analizi yapmak ve regresyon modeli oluşturmak anlamlıdır.

Tablo-25 Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması ile ilgili Regresyon Analizi Katsayı Tablosu

	B	Standart Hata	T-Değeri	Sigma Değeri
(Constant)	,795	,248	3,205	,001
Yeni Yatırımların, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	-,225	,096	-2,342	,020
Şirket Evliliklerinin, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	-,023	,060	-,389	,698
Sağlık Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	,151	,079	1,911	,057
Bilgi Teknolojisi Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	,609	,075	8,159	,000
Elektronik Teçhizat İhtiyacının Elektronik Ticaret Vasıtasıyla Karşılanması	,137	,043	3,165	,002

H0.6: Perakende satış sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması ile çalışmanın faktörleri birbirlerini istatistiki anlamda etkilememektedir.

H1.6: Perakende satış sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması ile çalışmanın faktörleri birbirlerini istatistiki anlamda etkilemektedir.

Regresyon analizi yapmak ve regresyon analizi tablosu oluşturmak anlamlı bulunduktan sonra regresyon analizi katsayı tablosu incelenerek denkleme alınacak değişkenlere karar verilmelidir. Bu işlem yapılırken sigma değerinden yararlanılır. Eğer bu değer 0,05'den daha büyük ise ilgili değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki anlamsız bulunur ve denkleme alınmaz. Sigma değeri 0,05'den daha küçük ise ilgili değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki anlamlı bulunur ve B katsayısı ile beraber denkleme alınır.

Perakende satış sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması için yapılan regresyon analizi sonucundaki hesaplamalar yukarıdaki tabloda verilmiştir. Tablodan da görüldüğü gibi sabit katsayı, Yeni yatırımların, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması, bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması ve elektronik teçhizat ihtiyacının elektronik ticaret vasıtasıyla karşılanması faktörlerine ait sigma değerleri 0,05'den daha küçüktür. Yani perakende satış sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması faktörü ile aralarındaki ilişki anlamlı bulunmuş ve B katsayısı ile regresyon denklemine almaya karar verilmiştir. Regresyon denklemi aşağıdaki gibi kurulabilir;

Perakende satış sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması = 0,795 - 0,225 F1.1 + 0,609 F2.3 + 0,137 F2.4

Bu denklem dikkate alındığında sonuçta;

- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; yeni yatırımlar faktörü 1 birim arttıkça, perakende satış sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması - 0,225 birim (%22,5) azalmaktadır, dolayısıyla aralarında negatif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.

- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması faktörü 1 birim arttıkça, perakende satış sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması 0,609 birim (%60,9) artmaktadır, dolayısıyla aralarında pozitif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.
- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; elektronik teçhizat ihtiyacının elektronik ticaret vasıtasıyla karşılanması faktörü 1 birim arttıkça, perakende satış sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması 0,137 birim (%13,7) artmaktadır, dolayısıyla aralarında pozitif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.

4.6.4. Sağlık Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması Faktörü ve Çalışmanın Diğer Faktörleri Arasındaki Regresyon Analizi

Tablo-26 Sağlık Sektörü ile ilgili Regresyon Analizi Açıklama Yüzdesi Tablosu

Model	R	R Kare	Düzenlenmiş R Kare	Standart Hata Tahmini
Sağlık Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	,779 ^a	,607	,602	,56230

Sağlık sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması faktörüne dair hesaplanan açıklama yüzdesi yukarıdaki açıklama yüzdesi tablosunda verilmiştir ve 0,607 olarak hesaplanan bu değer açıklama yüzdesi için yüksek bir değerdir.

Tablo-27 Sağlık Sektörü ile ilgili Regresyon Analizi Anlamlılık Tablosu

Model	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F Tablo Değeri	Sigma Değeri
Regresyon	181,605	5	36,321	114,873	,000 ^b
Artıklar	117,620	372	,316		
Toplam	299,225	377			

Yukarıdaki regresyon anlamlılık tablosu sağlık sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması için yapılan regresyon analizinin anlamlı olup olmadığını test etmektedir. Bu tabloya göre karar verirken sigma değeri kullanılır. Bu değer alfa değerinden(0,05) küçük olursa regresyon analizi yapmak anlamlı bulunmuştur. Sağlık sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması için hesaplanan sigma değeri tabloda 0,000 olarak verilmiştir. Bu değer alfa değerinden daha küçük olduğu için regresyon analizi yapmak ve regresyon modeli oluşturmak anlamlıdır.

Tablo-28 Sağlık Sektörü ile ilgili Regresyon Analizi Katsayı Tablosu

	B	Standart Hata	T-Değeri	Sigma Değeri
(Constant)	,376	,163	2,310	,021
Yeni Yatırımların, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	,715	,051	14,030	,000
Şirket Evliliklerinin, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	,027	,039	,683	,495
Perakende Satış Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	,064	,034	1,911	,057
Bilgi Teknolojisi Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	,036	,053	,688	,492
Elektronik Teçhizat İhtiyacının Elektronik Ticaret Vasıtasıyla Karşlanması	,051	,029	1,782	,076

H0.7: Sağlık sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması ile çalışmanın faktörleri birbirlerini istatistiki anlamda etkilememektedir.

H1.7: Sağlık sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması ile çalışmanın faktörleri birbirlerini istatistiki anlamda etkilemektedir.

Regresyon analizi yapmak ve regresyon analizi tablosu oluşturmak anlamlı bulunduktan sonra regresyon analizi katsayı tablosu incelenerek denkleme alınacak değişkenlere karar verilmelidir. Bu işlem yapılırken sigma değerinden yararlanılır. Eğer bu değer 0,05'den daha büyük ise ilgili değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki anlamsız bulunur ve denkleme alınmaz. Sigma değeri 0,05'den daha küçük ise ilgili değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki anlamlı bulunur ve B katsayısı ile beraber denkleme alınır.

Sağlık sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması için yapılan regresyon analizi sonucundaki hesaplamalar yukarıdaki tabloda verilmiştir. Tablodan da görüldüğü gibi sabit katsayı ve yeni yatırımların, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması faktörüne ait sigma değerleri 0,05'den daha küçüktür. Yani sağlık sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması faktörü ile aralarındaki ilişki anlamlı bulunmuş ve B katsayısı ile regresyon denklemine almaya karar verilmiştir. Regresyon denklemi aşağıdaki gibi kurulabilir;

$$\text{Sağlık sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması} = 0,376 + 0,715$$

F1.1

Bu denklem dikkate alındığında sonuçta;

- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; yeni yatırımların, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması faktörü 1 birim arttıkça, sağlık sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması 0,715 birim (%71,5) artmaktadır, dolayısıyla aralarında pozitif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.

4.6.5. Bilgi Teknolojisi Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması ve Çalışmanın Diğer Faktörleri Arasındaki Regresyon Analizi

Tablo-29 Bilgi Teknolojisi ile ilgili Regresyon Analizi Açıklama Yüzdesi Tablosu

Model	R	R Kare	Düzenlenmiş R Kare	Standart Hata Tahmini
Bilgi Teknolojisi Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	,767 ^a	,588	,582	,55125

Bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması faktörüne dair hesaplanan açıklama yüzdesi yukarıdaki açıklama yüzdesi tablosunda verilmiştir ve 0,588 olarak hesaplanan bu değer açıklama yüzdesi için yüksek bir değerdir.

Tablo-30 Bilgi Teknolojisi ile ilgili Regresyon Analizi Anlamlılık Tablosu

Model	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F Tablo Değeri	Sigma Değeri
Regresyon	161,179	5	32,236	106,083	,000 ^b
Artıklar	113,041	372	,304		
Toplam	274,220	377			

Yukarıdaki regresyon anlamlılık tablosu bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması için yapılan regresyon analizinin anlamlı olup olmadığını test etmektedir. Bu tabloya göre karar verirken sigma değeri kullanılır. Bu değer alfa değerinden (0,05) küçük olursa regresyon analizi yapmak anlamlı bulunmuştur. Bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması için hesaplanan sigma değeri tabloda 0,000 olarak verilmiştir. Bu değer alfa değerinden daha küçük olduğu için regresyon analizi yapmak ve regresyon modeli oluşturmak anlamlıdır.

Tablo-31 Bilgi Teknolojisi ile ilgili Regresyon Analizi Katsayı Tablosu

	B	Standart Hata	T-Değeri	Sigma Değeri
(Constant)	,836	,155	5,393	,000
Yeni Yatırımların, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	,572	,054	10,546	,000
Şirket Evliliklerinin, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	- ,090	,038	-2,366	,018
Perakende Satış Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	,249	,031	8,159	,000
Sağlık Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	,035	,051	,688	,492
Elektronik Teçhizat İhtiyacının Elektronik Ticaret Vasıtasıyla Karşılanması	,096	,028	3,468	,001

H0.8: Bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması ile çalışmanın faktörleri birbirlerini istatistiki anlamda etkilememektedir.

H1.8: Bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması ile çalışmanın faktörleri birbirlerini istatistiki anlamda etkilemektedir.

Regresyon analizi yapmak ve regresyon analizi tablosu oluşturmak anlamlı bulunduktan sonra regresyon analizi katsayı tablosu incelenerek denkleme alınacak değişkenlere karar verilmelidir. Bu işlem yapılırken sigma değerinden yararlanılır. Eğer bu değer 0,05'den daha büyük ise ilgili değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki anlamsız bulunur ve denkleme alınmaz. Sigma değeri 0,05'den daha küçük ise ilgili değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki anlamlı bulunur ve B katsayısı ile beraber denkleme alınır.

Bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması için yapılan regresyon analizi sonucundaki hesaplamalar yukarıdaki tabloda verilmiştir. Tablodan da görüldüğü gibi sabit katsayı, yeni yatırımların, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması, şirket evliliklerinin, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması, perakende satış sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması ve elektronik teçhizat ihtiyacının elektronik ticaret vasıtasıyla karşılanması faktörlerine ait sigma değerleri 0,05'den daha küçüktür. Yani bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması faktörü ile aralarındaki ilişki anlamlı bulunmuş ve B katsayısı ile regresyon denklemine almaya karar verilmiştir. Regresyon denklemi aşağıdaki gibi kurulabilir;

Bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması = 0,836 - 0,572 F1.1 - 0,090 F1.2 + 0,249 F2.1+ 0,096 F2.4

Bu denklem dikkate alındığında sonuçta;

- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; yeni yatırımların, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması faktörü 1 birim arttıkça, bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması 0,572 birim (%57,2) artmaktadır, dolayısıyla aralarında pozitif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.
- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; şirket evliliklerinin, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması faktörü 1 birim arttıkça, bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması - 0,090 birim (%9,2) azalmaktadır, dolayısıyla aralarında negatif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.
- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; perakende satış sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması faktörü 1 birim arttıkça, bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması 0,249 birim (%24,9) artmaktadır, dolayısıyla aralarında pozitif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.

- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; elektronik teçhizat ihtiyacının elektronik ticaret vasıtasıyla karşılanması faktörü 1 birim arttıkça, bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması 0,096 birim (%9,6) artar. artmaktadır, dolayısıyla aralarında pozitif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.

4.5.6. Elektronik Teçhizat İhtiyacının Elektronik Ticaret Vasıtasıyla Karşılanması ve Çalışmanın Diğer Faktörleri Arasındaki Regresyon Analizi

Tablo-32 Elektronik Teçhizat İhtiyacı ile ilgili Regresyon Analizi Açıklama Yüzdesi Tablosu

Model	R	R Kare	Düzenlenmiş R Kare	Standart Hata Tahmini
Elektronik Teçhizat İhtiyacının Elektronik Ticaret Vasıtasıyla Karşılanması	,574 ^a	,329	,320	1,01688

Elektronik teçhizat ihtiyacının elektronik ticaret vasıtasıyla karşılanması faktörüne dair hesaplanan açıklama yüzdesi yukarıdaki açıklama yüzdesi tablosunda verilmiştir ve 0,574 olarak hesaplanan bu değer açıklama yüzdesi için yüksek bir değerdir.

Tablo-33 Elektronik Teçhizat İhtiyacı ile ilgili Regresyon Analizi Anlamlılık Tablosu

Model	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler Ortalaması	F Tablo Değeri	Sigma Değeri
Regresyon	188,814	5	37,763	36,519	,000 ^b
Artıklar	384,667	372	1,034		
Toplam	573,480	377			

Yukarıdaki regresyon anlamlılık tablosu elektronik teçhizat ihtiyacının elektronik ticaret vasıtasıyla karşılanması için yapılan regresyon analizinin anlamlı olup olmadığını test etmektedir. Bu tabloya göre karar verirken sigma değeri kullanılır. Bu değer alfa değerinden(0,05) küçük olursa regresyon analizi yapmak anlamlı bulunmuştur. Elektronik teçhizat ihtiyacının elektronik ticaret vasıtasıyla karşılanması için hesaplanan sigma değeri tabloda 0,000 olarak verilmiştir. Bu değer alfa değerinden daha küçük olduğu için regresyon analizi yapmak ve regresyon modeli oluşturmak anlamlıdır.

Tablo-34 Elektronik Teçhizat İhtiyacı ile ilgili Regresyon Analizi Katsayı Tablosu

	B	Standart Hata	T-Değeri	Sigma Değeri
(Constant)	-,192	,297	-,647	,518
Yeni Yatırımların, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	-,291	,113	-2,573	,010
Şirket Evliliklerinin, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Artırması	,570	,064	8,907	,000
Perakende Satış Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	,191	,060	3,165	,002
Sağlık Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	,166	,093	1,782	,076
Bilgi Teknolojisi Sektöründe Elektronik Ticaretin Yoğun Olarak Kullanılması	,326	,094	3,468	,001

H0.9: Elektronik teçhizat ihtiyacının elektronik ticaret vasıtasıyla karşılanması ile çalışmanın faktörleri birbirlerini istatistiki anlamda etkilememektedir.

H1.9: Elektronik teçhizat ihtiyacının elektronik ticaret vasıtasıyla karşılanması ile çalışmanın faktörleri birbirlerini istatistiki anlamda etkilemektedir.

Regresyon analizi yapmak ve regresyon analizi tablosu oluşturmak anlamlı bulunduktan sonra regresyon analizi katsayı tablosu incelenerek denkleme alınacak değişkenlere karar verilmelidir. Bu işlem yapılırken sigma değerinden yararlanılır. Eğer bu değer 0,05'den daha büyük ise ilgili değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki anlamsız bulunur ve denkleme alınmaz. Sigma değeri 0,05'den daha küçük ise ilgili değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki anlamlı bulunur ve B katsayısı ile beraber denkleme alınır.

Elektronik teçhizat ihtiyacının elektronik ticaret vasıtasıyla karşılanması için yapılan regresyon analizi sonucundaki hesaplamalar yukarıdaki tabloda verilmiştir. Tablodan da görüldüğü gibi yeni yatırımların, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması, Şirket evliliklerinin, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması, perakende satış sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması ve bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması faktörlerine ait sigma değerleri 0,05'den daha küçüktür. Yani elektronik teçhizat ihtiyacının elektronik ticaret vasıtasıyla karşılanması faktörü ile aralarındaki ilişki anlamlı bulunmuş ve B katsayısı ile regresyon denklemine almaya karar verilmiştir. Regresyon denklemi aşağıdaki gibi kurulabilir;

Elektronik teçhizat ihtiyacının elektronik ticaret vasıtasıyla karşılanması = -
0,291 F1.1 + 0,570 F1.2 + 0,191 F2.1+ 0,326 F2.3

Bu denklem dikkate alındığında sonuçta;

- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; yeni yatırımların, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması faktörü 1 birim arttıkça, elektronik teçhizat ihtiyacının elektronik ticaret vasıtasıyla karşılanması - 0,291 birim(%29,1) azalmaktadır, dolayısıyla aralarında negatif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.
- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; şirket evliliklerinin, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması faktörü 1 birim arttıkça, elektronik teçhizat ihtiyacının elektronik ticaret vasıtasıyla karşılanması 0,570 birim (%57,0) artmaktadır, dolayısıyla aralarında pozitif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.
- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; perakende satış sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması faktörü 1 birim arttıkça, elektronik teçhizat ihtiyacının elektronik ticaret vasıtasıyla karşılanması 0,191 birim (%19,1) artmaktadır, dolayısıyla aralarında pozitif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.
- Doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırması açısından; bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılması faktörü 1 birim arttıkça, elektronik teçhizat ihtiyacının elektronik ticaret vasıtasıyla karşılanması 0,326 birim (%32,6) artmaktadır, dolayısıyla aralarında pozitif yönlü bir ilişki olduğu söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yapılan araştırmada, katılımcıların eğitim düzeylerine yönelik veriler incelendiğinde, araştırmaya katılanların büyük çoğunluğunun lise (183 kişinin, %48,8) düzeyinde eğitim aldığı tespit edilmiştir.

- İşletmelerde alışanların eğitim düzeylerinin lisans ve yüksek lisans seviyesine çıkarılması için gerekli desteklerin verilmesi, iş verimliliğini ve şirket karlılığını artırabilmektedir. Dolayısıyla, işletmelerin eğitimler konusunda çalışmalarını artırmaları yararlı olabilecektir.

Araştırma katılımcıları yaş bazında incelendiği zaman, katılımcıların büyük çoğunluğunun genç olduğu görülmektedir. Araştırma katılımcılarının 72'si 18-25 yaş aralığında (%19,0) , 137'si 26-33 yaş aralığında (%36,2) olmak üzere toplam (209, %55,3) kişinin 18-33 yaş aralığında olduğu tespit edilmiştir.

- Katılımcıların büyük çoğunluğunun genç nesil olması, dinamik, çalışma enerjisi yüksek, hızlı öğrenen, çağa ve teknolojiye hızlı ayak uydurabilen bir ortam sağlayabilir. Diğer taraftan, daha uzun yıllar çalışmış ve daha büyük yaş grubundaki insanların tecrübelerinden de yararlanılması gerekmektedir.

Katılımcıların cinsiyetlerinin; sağlık ve bilgi teknolojisi sektöründe doğrudan ticaret yapılmasını etkilediği tespit edilmiştir.

- İşletmelerin, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının e-ticaret üzerindeki olumlu etkilerini artırabilmek için çalışanların cinsiyet farklılığının dikkate alınması önemli faydalar sağlayabilecektir. Perakende satış sektörü, sağlık sektörü, ve elektronik ürünler sektöründe işletmeler; e-ticaretin doğrudan yabancı yatırımlar açısından artmasını sağlayabilmek için çalışanların erkek veya kadın olmasına göre planların yapılması gerekmektedir. Hangi faktörlerin bayan tüketicilerin ilgisini çektiğini, hangi faktörlerin erkek tüketicilerin ilgisini çektiğini işletmelerin dikkate alması yararlı olabilecektir. Örneğin; estetik özelliklere sahip ürünlerin bayanlar tarafından tercih edilebileceği veya çok vücut geliştirici ürünlerin baylar tarafından tercih edilebileceği yapılacak araştırmalarla daha yakından tespit edilmesi faydalı olabilecektir.

Katılımcıların yaşlarının; perakende satış, sağlık ve bilgi teknolojisi sektörlerinde doğrudan ticaret yapılmasını etkilediği tespit edilmiştir.

- İşletmelerin, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının e-ticaret üzerindeki olumlu etkilerini artırabilmek için işletmelerin tüketicilerin yaş farklılığını dikkate almaları önemli faydalar sağlayabilecektir. Perakende satış sektörü, sağlık sektörü, bilgi teknolojisi sektörü ve elektronik ürünler sektöründe işletmeler; e-ticaretin doğrudan yabancı yatırımlar arasından artmasını sağlayabilmek için bireylerin

yaşlarına göre tercihlerinin değişebileceğini, hangi faktörlerin çocukların ilgisini çektiğini, hangi faktörlerin orta ve yaşlı bireylerin ilgisini çektiğini dikkate alması yararlı olabilecektir. Örneğin; oyuncak ve eğlenceye yönelik ürünlerin çocuklar tarafından tercih edilebileceği veya sağlıkla ilgili yeni ürünlerin orta ve yaşlı bireyler tarafından tercih edilebileceği dikkate alınarak yatırımların planlanması işletmeler açısından yararlı olabilecektir. Ayrıca, seyahat, sağlık, perakende satış sektörü, e-ticaret vb., alanlarda, tüketicilerin taleplerinin dikkate alınması yatırımların verimliliğini olumlu yönde etkileyebilecektir.

Teknolojik açıdan daha düşük seviyede olan ülkelerin, teknolojik açıdan daha yüksek seviyede olan ülkelere yönelik yapacakları yatırımlar, e-ticaretin artmasına neden olabilmektedir. Buna karşılık teknolojisi yüksek olan ülkeler, teknolojisi daha düşük olan ülkelere yatırım yaparak ürünlerini pazarlayabilmektedirler. Dolayısıyla, işletmelerin teknolojileri, bilgiyi, yeni ürünleri farklı ülkelerdeki pazarlardan almaları ve farklı ülkelere sunmaları verimli yatırımların artmasına neden olabilecektir.

Katılımcıların eğitimlerinin; sağlık, perakende satış ve bilgi teknolojisi sektörlerinde doğrudan ticaret yatırımlarının artmasını olumlu yönde etkilediği tespit edilmiştir.

- Doğrudan sermaye yatırımlarının artırabilmesi açısından tüketicilerin eğitim durumlarının dikkate alınması, işletmelere önemli yararlar sağlayabilecektir. Tüketicilerin veya yatırımcıların, tüketicilerin eğitim durumlarının dikkate alınarak yatırımlarının yönlendirilmesi işletmelerin karlılıklarını artırabilecektir. Tüketiciler eğitim seviyesine göre perakende sektöründe, sağlık sektöründe, eğitim sektöründe, bilgi teknolojisi sektöründe, elektronik ürün sektöründe vb. alanlarda farklı tercihlerde bulunabilmektedirler. Yatırımcıların, tüketicilerin eğitim seviyesine göre mal-hizmet tedarik ve pazarlamasını planlaması ve uygulaması gerekmektedir. Yatırımların büyümesi ve ticaret hacminin gelişebilmesi tüketici memnuniyetiyle ve karlılığın sağlanmasıyla mümkün olabilmektedir.

Çalışmada yapılan regresyon analizi sonucunda, bilgi teknolojisi ve sağlık sektöründe elektronik ticaretin yoğun kullanılmasının doğrudan sermaye yatırımlarını artırdığı tespit edilmiştir.

- Sağlık sektörü ve bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun bir şekilde kullanılması sonucunda; doğrudan yabancı sermaye yatırımları artırabilmektedir. İşletmelerin elektronik ticareti yoğun olarak kullanması, ticari işlemlerin artmasını ve daha kısa sürede tamamlanmasını sağlayabilmektedir. Dolayısıyla, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının artabilmesi için tüm sektörlerde işletmelerin elektronik ticareti yoğun olarak kullanması yararlı olabilecektir.

Çalışmada yapılan regresyon analizi sonucunda, şirket evliliklerinin farklı sektörlerde elektronik ticaret vasıtasıyla artmasının; doğrudan sermaye yatırımlarını artırdığı tespit edilmiştir.

- Şirket evlilikleri ve yeni yatırımlar sadece ülke içerisinde değil, uluslararası alanda da yaygın olarak görülmektedir. İşletmeler, ülke içinde ve ülke dışında yeni ürünler, yeni pazarlar arayışı içerisinde. Maliyetlerin azaldığı, hızın arttığı ve bilgi almanın kolaylaştığı elektronik ortamlar; işletmelerin farklı ülkelerdeki işletmelerde işbirliğini kolaylaştırmakta ve doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının artmasını sağlayabilmektedir. Elektronik ticaretteki teknolojilerin takip edilmesi ve işletmelerin yenilikleri izlemeleri, pazar alanının ve karlılığın artmasına neden olabilecektir.

Çalışmada yapılan regresyon analizi sonrasında, bilgi teknolojisi sektöründe elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılmasının; doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırdığı tespit edilmiştir.

- Dünya ticareti içerisinde elektronik ticaretin payının artması, ulusal e-ticaret uygulamalarının yaygınlaşmasını ve küresel anlamda büyümesini hızlandırmaktadır. Dolayısıyla işletmelerin, küresel ticaret alanının dışında kalması, pazar payının, teknolojinin, karlılığın ve yeniliklerin izlenememesi durumu ortaya çıkarabilecektir. Elektronik ticaret konusunda, yasal düzenlemelerini tamamlayan ülkeler çok daha rahat ve güvenli bir şekilde ticari işlemlerini hızlandırabilmektedirler. Dolayısıyla, ülke ve işletmeler bazında; elektronik ticaret alt yapısının güçlendirilmesi, yasal düzenlemelerin tamamlanması, e-ticarette güvenirliliğin sağlanması, şirket ortaklıkları ve yeni yatırımlara yönelik düzenlemelerin iyileştirilmesi işletmeler açısından önemli yararlar sağlayabilecektir.

Çalışmada yapılan regresyon analizi sonrasında, elektronik ticarete meydana gelen hızlı gelişmelere ayak uyduran işletmelerin doğrudan sermaye yatırımlarını artırdığı tespit edilmiştir.

- E-ticaret alanındaki hızlı gelişmeler; kamuoyunda ticaret bilincinin oluşturulmamasını, gerekli yasal düzenlemelerin yapılmasını ve fiziki altyapı eksikliklerinin hızla tamamlanmasını zorunlu hale getirmektedir. Altyapı, güvenlik, ödeme kolaylığı gibi alanlarda yenilikleri yapılması; e-ticaretin sağlayacağı yeni fırsatların ülkeler ve dolayısıyla işletmelerin küresel ticarettten büyük pay almasını kolaylaştırabilecektir.

Çalışmada yapılan regresyon analizi sonrasında, elektronik ticaretin yoğun olarak kullanılmasının; elektronik ticaretin güvenilir olması doğrudan sermaye yatırımlarının artmasına neden olduğu gözlemlenmiştir.

- E-ticaret, Dünya'da birçok ülke tarafından daha yaygın olarak, güvenli ve birçok kişi tarafından kullanılan bir alışveriş yöntemi haline gelmiştir. Ürünlerin

incelenmesi, üreticilerin araştırılması, fiyat karşılaştırılması, pazarlama şartlarının incelenmesi, teslim şartları gibi birçok bilgi elektronik ortamda rahatça izlenebilmektedir. Dolayısıyla işletmelerin, buldukları yerlerden Dünya’da olan gelişmeleri izlemeleri, hatta sanal stok (ürünleri depolamadan) ile satış yapmaları mümkün olabilmektedir. Satış ve üretim konusundaki dünya pazarlarındaki ürünleri elektronik ortamda tüketicilere satma şansını sağlayan e-ticaret; satışların ve doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının artmasına neden olabilmektedir.

Çalışmada yapılan regresyon analizi sonrasında, e-ticareti yaygın olarak kullanan işletmelerin, şirket ortaklıkları şeklinde doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırdıkları tespit edilmiştir.

- Şirket ortaklıkları ve yeni yatırımlar süratle e-ticaret yoluyla artabilmektedir. Tüketiciler açısından ise geniş bir ürün yelpazesi içerisinde daha ucuza ürün alma ve elektronik ortamda ödeme şansını getirmektedir. E-ticaret saatler içerisinde ürünü teslim edebilmekte ve nakliye ücretini almamakta veya çok az almaktadır. İnternet ile birlikte mobil teknolojilerin de gelişmesi, e-ticaretin işletmeler arasında çok daha hızlı ve çok az maliyetle gerçekleşmesine neden olmaktadır. Ürünler ve hizmetler, çok kısa zamanda tüketicinin beğenisine e-ticaret ile ulaşabilmektedir. Birçok ülkede, çok sayıda tüketiciye aynı anda ürünlerini tanıtabilen işletmeler, en ekonomik ve kısa sürede karlılığı sağlayabilmektedir.

E-ticaretin; sağlık, eğitim, teknoloji, pazarlama, yenilik, ulaşım, tedarik, yatırımlar, şirket ortaklıkları, eğlence, kozmetik gibi birçok alanda Dünya tüketicisine ulaşabilmesi doğrudan yabancı yatırımların artmasına neden olabilmektedir. Dolayısıyla, işletmelerin büyümesi, gelişmesi, yeni yatırımlar yapabilmesi, yeni pazarlara girmesi, yeni ortaklıklar kurabilmesi, gibi hususlarda amaçlarına ulaşabilmeleri için her türlü yeniliğe açık olması ve yeniliklerin avantajından yararlanması gerekmektedir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

- AKAR Erhan ve Cantürk Kayahan, **Elektronik Ticaret ve Elektronik İş**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2010.
- AKKİRMAN Ali Deniz, **Sanal İşyerinde Örgütsel Davranış**, Aktüel Yayınları, İstanbul, 2004.
- AKSÖZ Emre Ozan, **Dış Ticarete Girişimcilik**, Anadolu Üniversitesi Yayını, Açıköğretim Fakültesi Yayını, Eskişehir, 2007.
- AKTAN Can Çoşkun ve İstiklal Yaşar Vural, **Çok Uluslu Şirketler Global Sermaye ve Global Yatırımlar**, Çizgi Kitabevi, Konya, 2006.
- AKTAŞ Hasret, **Bir Siyasal İletişim Aracı Olarak İnternet**, Tablet Kitabevi, Konya, 2004.
- AKTAŞ Mehmet, **Uluslararası Transfer Fiyatlandırması ve Türk Vergi Mevzuatında Uygulanma Olanakları**, Yaklaşım Yayıncılık, Ankara, 2004.
- ALBERT Napier, **Creating a Winning E-Business**, Course Technology-Thamson Learning, 2001.
- ALMEİDA Rita, **The Labor Market Effects of Foreign Owned Firms**, DECRG, The World Bank Publications, New-York, 2005.
- ARGAN Metin, **İnternet Teknolojileri**, Alfa Yayınları, İstanbul, 2000.
- ARIKAN Deniz, **Dünyada ve Türkiye’de Elektronik Ticaret Çalışmalarına Hukuki Bir Yaklaşım**, Arıkan Basım Yayım, Ankara, 1999.
- AVŞAR Bozkurt Zakir ve Gürsel Öngören, **Bilişim Hukuku**, Türkiye Bankalar Birliği Yayınları, İstanbul, 2010.
- BAYLES Deborah, **E-Commerce Logistics and Fulfillment Delivering The Goods**, Prentice Hall PTR, London, 2001.
- BAYRAKTAR Fulya, **Dünyada ve Türkiye’de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları**, Türkiye Kalkınma Bankası-Genel Araştırmalar Yayınları, Ankara, 2003.
- BERBER Metin, **İktisadi Büyüme ve Kalkınma**, Derya Kitabevi, Trabzon, 2006.
- BİROL Efe, **Küreselleşme Sürecinde Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Analizi İzmir Örneği**, İzmir Ticaret Odası Yayınları, İzmir, 2002.
- CANPOLAT Önder, **E-Ticaret ve Türkiye’deki Gelişmeler**, T.C. Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Yayınları, Ankara, 2011.
- CEYLAN Ali, **İşletmelerde Finansal Yönetim**, Ekin Kitabevi, Bursa, 2003.
- CHANG Ha-Joon and Ilana Grabel, **Kalkınma Yeniden**, (Çeviren: Emre Özçelik), İmge Kitabevi, İstanbul, 2005.
- CİVAN Mehmet ve Vedat Bal, E-Ticaret ve KOBİlerin, **Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiriler Kitabı**, Kocaeli, 2002.
- ÇAK Murat, **Dünyada ve Türkiye’de E-Ticaret ve Vergilendirilmesi**, İstanbul Ticaret Odası, İstanbul, 2002.
- ÇEKEN Hüseyin, **Küreselleşme, Yabancı Sermaye ve Türkiye Turizmi**, Değişim Yayınları, İstanbul, 2003.

- ÇEŞMECİOĞLU Senem, **Sorularla Elektronik Ticaret**, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul, 2006.
- ÇETİNKAYA Özhan, **Türkiye’de Devlet İşletmeciliği ve Özelleştirme**, Ekin Yayınları, Ankara, 2001.
- DAHLGREN Peter, **The Internet, Public Spheres, and Political Communication: Dispersion and Deliberation**, Political Communication, 2005.
- DANİELE Vittorio and Ugo Marani, **Do Institutions Matter for FDI? A Comparative Analysis of the MENA Countries**, 2006.
- DENNİS Caroll and Taydi Fenech, **E-Retailing**, Routledge Press, New York, 2006.
- DOLANBAY Coşkun, **E-Ticaret; Stratejiler ve Yöntemler**, Meteksan Yayınları, Ankara, 2000.
- EKİN Nusret, **Bilgi Ekonomisinde Elektronik Ticaret**, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul, 1998.
- ELLIOT Steve, **Electronic Commerce: B2C Strategies and Models**, John Wiley & Sons Ltd., 2001.
- ENE Selda, **Elektronik Ticarete Tüketicinin Korunması ve Bir Uygulama**, Pusula Yayıncılık, Ankara, 2012.
- ERBAŞLAR G. ve Ş. Dokur, **Elektronik Ticaret E-Ticaret**, Nobel Yayıncılık, İstanbul, 2006.
- ERDAĞ Nevzat ve Emel Batuman, **Elektronik Ticaret El Kitabı**, Arıkan Basım Yayım Dağıtım, Denizli, 2006.
- ERDOĞAN Engin ve Meliha Ener, **Serbest Bölgeler**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2005.
- GORE Pamele, **Developing and Teaching Online Courses in Geology at the Two-Year College Level in Georgia**, Computers & Geosciences, 2000.
- GÖKSAN Turan Selçuk, vd., **Yaşam Boyu Öğrenme ve Avrupa Birliği’nin Yaşam Boyu Öğrenme Programları**, İnşaat Mühendisliği Eğitimi Sempozyumu Yayınları, Antalya, 2009.
- GÜNER Sedat, **Serbest Bölgeler**, Anadolu Matbaacılık, İzmir, 1995.
- GÜZELCİK Ebru, **Küreselleşme ve İşletmelerde Değişen Kurum İmajı**, Sistem Yayıncılık, İstanbul, 1999.
- HASILOĞLU Burak Selçuk, **Elektronik Ticaret ve Stratejileri**, Türkmen Kitabevi, İstanbul, 1999.
- İNCE Murat, **Elektronik Devlet: Kamu Hizmetlerinin Sunulmasında Yeni İmkanlar**, DPT Yayınları, Ankara, 2001.
- JACKSON Paul, Lisa Harris, **E-Business Fundamentals**, Routledge, London, 2003.
- JOHNSTON Steve and Harold Beaton, **Foundation of International Marketing**, International Thomson Business Press, U.S.A. 2013.
- KARATAŞ Abdülmecit, **Performance of Direct Foreign Investments in Turkey**, Capital Markets Board of Turkey, Ankara, 2005.
- KAYA Yasemin Türker, **Sermaye Hareketleri ve Kısa Vadeli Sermaye Hareketlerinin Modellenmesi: Türkiye Örneği**, Sayı: 2487, Devlet Planlama Teşkilatı Yayınları, Ankara, 1998.

- KIRCOVA İbrahim, **İşletmeler Arası Elektronik Ticaret**, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul, 2001.
- KLAVENS Jonathan and Anthony Zamparutti, **Foreign Direct Investment and Environment in Central and Eastern Europe**, the World Bank, Washington D.C, 1995.
- KORKMAZ Nuray, **Sorularla E-Ticaret**, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul, 2004.
- LALL Sanjaya, **Sanayileşme Stratejisini Yeniden Düşünmek: Küreselleşme Çağında Devletin Rolü**, İstanbul İletişim Yayınları, İstanbul, 2009.
- LAMBOOIJ Machiel, **OECD Makes Its Ruling on E-Tax**, International Tax Review, Vol: 12, Iss: 2, London, 2001.
- MARGHERIO Lynn and Dave Henry, **Emerging Digital Economy**, US Department of Commerce, Washington, 1997.
- MERLEVEDE Bruno and Koen Schoors, **Determinants of Foreign Direct Investment in Transition Economies**, CEPR Discussion Papers, New-York, 2004.
- ODABAŞI Koray, **İnternette Pazarlama Stratejileri**, Cinius Yayınları, İstanbul, 2004.
- ÖYMEN Onur, **Geleceği Yakalamak: Türkiye’de ve Dünyada Küreselleşme ve Devlet Reformu**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2000.
- PIRNAR İge, **Doğrudan Pazarlama**, Seçkin Yayınları, Ankara, 2008.
- POWER Damien, **The Comparative Importance Of Human Resource Management Practices In The Context Of Business To Business (B2B) Electronic Commerce**, Information Technology & People, 2004.
- REENEN John Van, **The New Economy: Reality and Policy**, Fiscal Studies, London, 2001.
- SEYİDOĞLU Halil, **Uluslararası İktisat**, Güzem Can Yayınları, İstanbul, 2007.
- ŞENSES Fikret, **Neoliberal Küreselleşme Kalkınma İçin Bir Fırsat mı, Engel mi?, Kalkınma ve Küreselleşme**, İstanbul Bağlam Yayınları, 2004.
- TELLİ Gonca, **E-Ticaret Kavramlar Gelişim ve Uygulamalar**, Kriter Yayın, İstanbul, 2013.
- ULUATAM Özhan, **Makro Ekonomi**, Savaş Yayınları, Ankara, 1998.
- USTA Öcal, **İşletme Finansı ve Finansal Yönetim**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2005.
- ÜLGEN Hayri ve Süleyman Kadri Mirze, **İşletmelerde Stratejik Yönetim**, Literatür Yayınları, İstanbul, 2006.
- VENKATESH Viswanath vd., **User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View**, MIS Quarterly, 2003.
- YALTI Billur, **Elektronik Ticarete Vergilendirme**, Der Yayınları, İstanbul, 2003.
- YILMAZ Erol, **Ekonomik Perspektiften Kit’ler Özelleştirme ve Uygulama**, Nobel Yayınevi, Ankara, 2002.
- YILMAZ Kamil, **Türkiye İçin Doğrudan Yabancı Yatırımlar Stratejisi’ne Doğru**, YASED Yayınları, İstanbul, 2007.
- YÜKSE Mehmet, **21 YY. Ticaretinin Yeni Arenası: E-Ticaret**, İzmir Ticaret Odası Yayınları, İzmir, 2000.

YÜRÜYEN Umut Mehmet, **Deniz-Ticaretinde Elektronik Satış Yönetimi**, Dokuz Eylül Yayınları, İzmir, 2003.

MAKALELER

AÇIKALIN Sezgin vd, "Ücretler ve Büyüme ile Doğrudan Yabancı Yatırımlar Arasındaki İlişkinin Ekonometrik Analizi", **Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi**, 2006, Sayı: 16, 270-275.

AGENOR Pierre Richard, "Benefits and Costs of International Financial Integration: Theory and Facts", **Washington, World Bank**, 2001.

AİZENMAN Joshua and Ilan Noy, "FDI and Trade-Two-Way Linkages?," **The Quarterly Review of Economics and Finance**, 2006, Vol: XLVI, No: 3, 310-340.

AKDEMİR Ömür, "Teaching in Online Courses: Experiences of Instructional Technology Faculty Members", **Turkish Online Journal of Distance Education**, 2008, Cilt: 9, No: 2, 97-108.

AKPOLAT Ahmet ve Selim Inaneli, "Does Foreign Direct Investment Matter, The of Turkey", **International Research Journal of Finance and Economics**, 2011, No: 77, 50-70.

ALAGÖZ Mehmet vd, "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Ekonomik Büyüme: Türkiye Deneyimi 1992-2007", **Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, 2008, Cilt: VII, Sayı: 1, 79-89.

ALAM Shah vd., "An Empirical Study Of Factors Affecting Electronic Commerce Adoption Among Smes In Malaysia", **Journal of Business Economics and Management**, 2011, Cilt: 12, Sayı: 2, 375- 399.

ALGÜR Seden ve Funda Cengiz, "Türk Tüketicilere Göre Online (Çevrimiçi) Alışverişin Riskleri ve Yararları", **Yaşar Üniversitesi Dergisi**, 2005, Cilt: 22, Sayı: 6, 3666-3680.

ALTINOK Serdar ve İbrahim Halil Sugözü, "E-Ticaretin Girişimcilik üzerindeki Etkileri", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2006, Cilt: 16, 125-138.

ASİEDU Elizabeth, "On The Determinants of Foreign Direct Investment to Developing Countries: Is Africa Different?", **World Development**, 2002, No: 30, 107-119.

BAİER Daniel and Easton Stüber, "Acceptance of Recommendations to Buy in Online Retailing", **Journal of Retailing and Consumer Services**, 2010, Cilt: 17, 173-180.

BAŞER Mustafa, "Elektronik Ticaret Temel Özellikleri ve Elektronik Ticarete XML Kullanımı", **Hacettepe Üniversitesi Dergisi**, 2002, 45-60.

BAYRAKTUTAN Günseli, "Yeni İletişim Teknolojileri Bağlamında Siyasal İletişime Altyapı Etnografisi İle Bakmak", Ege **Üniversitesi İletişim Fakültesi Dergisi**, 2007, 374-381.

BAYRAKTUTAN Yusuf, "Bilgi ve Uluslararası Ticaret Teorileri", **Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 2003, Cilt: IV, Sayı: 2, 65-85.

BENGOA Marta Calvo and Blanca Sanchez Robles, "Foreign Direct Investment Economic Freedom and Growth: New Evidence from Latin America", **European Journal of Political Economy**, 2003, No: 19, 529-545.

- CANDEMİR Aykan, "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Etkileyen Faktörler", **Ege Akademik Bakış Dergisi**, 2009, Cilt: IX, Sayı: 2, 650-680.
- COMMISSION The European, "Public Consultation on the Future of Electronic Commerce in the Internal Market and the Implementation of the Directive on Electronic Commerce (2000/31/EC)", **Directorate-General for Internal Market and Services**, 2000.
- ÇANKAYA Mehmet, "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarını Etkileyen Faktörler ve Bu Faktörlerin Türkiye Açısından Değerlendirilmesi", **Vergi Dünyası Dergisi**, 2004, Cilt: XXIII, Sayı: 270, 90-100.
- ÇELİKEL Aysel ve Gelgel Öztekin, "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarında Karar Alma Prosedürü", **Hazine Dergisi**, 1998, 1-15.
- ÇETİNKAYA Murat, "Türkiye Ekonomisinde Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Sektörel Dağılımının Önemi", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2004, Sayı: 11, 239-260.
- ÇETİNTAŞ Hakan, "Global Bir Ekonomide Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Rekabet", **DTM Dergisi**, 2001, Sayı: 22, 1-25.
- ÇEVİKBAŞ Rafet, "Türkiye'de E-Devlet ve E-İmza Altyapısı Uygulamaları", **Türk İdare Dergisi**, 2009, 1-17.
- ÇİNKO Levent, "Doğrudan Yabancı Sermaye Hareketlerinin Makroekonomik Etkileri" **Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi**, 2009, Cilt: XXVI, Sayı: 1, 115-125.
- ÇÖĞÜRCÜ Zeynep, "Ekonomik, Toplumsal, Teknik ve Yasal Yönleriyle Elektronik Ticaret", **İktisat Dergisi**, 2000, Sayı: 407, 45-75.
- DAĞDELEN İlhan, "Liberalizasyon", **Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi**, 2004, 25-45.
- DAS Shyama Prasad, "Foreign Direct Investment and The Relative Wage in a Developing Economy", **Journal of Development Economics**, 2002, 55-77.
- DEMİR Recep, "Ülkelerin Elektronik Ticarete Hazırlık Değerlendirmesi", **Dış Ticaret Dergisi**, 2001, Sayı: 22, 16-32.
- ERBOY Nedret, "E-Dış Ticaret ve Girişimcilik Üzerine Etkileri", **Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi**, 2013, Cilt: 5, Sayı: 8, 50-61.
- ERCAN Metin Kamil, "Doğrudan Yabancı Yatırımlar ile Ülkenin Kalkınmışlığı ve Krizler Arasındaki İlişki", **Gazi Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 2001, Cilt: III, Sayı: 2, 25-55.
- EREN Ercan ve Melike Bildirici, "Türkiye'de Siyasal ve İktisadi İstikrarsızlık", **İşletme ve Finans Dergisi**, 2001, Sayı: 187, 20-50.
- ERSOY Zeynep, "Elektronik Ticaretin Ekonomik ve Sosyal Etkileri", **Görüş Dergisi**, 2000, 20-35.
- ERTEK Sibel, "Endokrinolojide Tele-Sağlık ve Tele-Tıp Uygulamaları", **Acıbadem Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi**, 2011, Cilt: 2, Sayı: 3, 126-135.
- FAROLE Thomas and Deborah Winkler, "Foreign Firm Characteristics, Absorptive Capacity and The Institutional Framework: The Role of Mediating Factors for FDI Spillovers in Low and Middle Income Countries", **World Bank Working Papers**, 2012.
- FIRAT İlker, "Yeni Ekonomi", **NTV Mag Dergisi**, 2001 Sayı: 19, 70-90.
- GÜÇDEMİR Yeşim, "Dijital Ekonomi ve Elektronik Ticaret", **İletişim Fakültesi Dergisi**, 2007, 483-489.

- GÜNDOĞAN Naci, "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve İstihdam Üzerine Etkileri", *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 2002, No: 26, 1-25.
- HASKEL Jonathan vd., "Does Inward Foreign Investment Boost The Productivity of Domestic Firms?", NBER *Working Paper Series*, 2002.
- HUANG Alice, "An Emprical Study of Corporate Web Site Usibility", *Human Systems Management Journal*, 2003, Cilt: 22, 20-45.
- INFOMAG, "E-pazaryeri ve Faydaları-Tedarik Yönlü, Planet Ernst & Young Raporu", *Bilgi ve İletişim Teknolojileri Dergisi*, 2001, Sayı: 6, 48-53.
- ISTEPANIAN Radley and Hagan Wang, "Telemedicine in UK," *European Commission-Information Society Directorate, Brussels*, 2003, 1159-1165.
- Lyer Kns and Rene Germain, "Supply Chain B2B E-Commerce and Time-Based Delivery Performance", *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 2004, Vol: 34, 25-45.
- KAHRAMAN Ahmet, "Elektronik İmza Uygulaması", *Yerel Yönetim ve Denetim Dergisi*, 2005, 25-46.
- KALAYCI Celal, "Elektronik Ticaret ve KOBİ'lere Etkileri", *Ekonomi ve Araştırmalar Dergisi*, 2005, 139-150.
- KAR Muhsin ve Fatma Tatlısöz, "Türkiye'de Doğrudan Yabancı Sermaye Hareketlerini Belirleyen Faktörlerin Ekonometrik Analizi", *KMU İİBF Dergisi*, 2008, Sayı: 14, 35-65.
- KARACASULU Nilüfer, "Uluslararası Teknoloji Transfer Süreci ve Yöntemleri", *Dış Ticaret Dergisi*, 2001, Sayı: 20, 1-10.
- KOÇAK Orhan, "Elektronik Ticaret ve İstihdama Etkisi", *İstanbul Üniversitesi, İktisat Fakültesi Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 2011, Cilt: 50, 455-478.
- LİM Ewe Ghee, "Determinants of, and the Relation Between, Foreign Direct Investment and Growth: A Summary of the Recent Literature", *IMF Working Paper*, 2001, Volume: 1, No: 175, 55-65.
- LİPSEY Robert, "Interpreting Developed Countries' Foreign Direct Investment", *National Bureau of Economic Research, Working Paper*, 2000, No: 7810, 1-30.
- MOON Hwy-Chang and Thomas Roehl, "Unconventional Foreign Direct Investment and The Imbalance Theory", *International Business Review*, 2001, No: 10, 197-215.
- MOOSA Imad and Buly Cardak, "The Determinants of Foreign Direct Investment: An Extreme Bounds Analysis", *Journal of Multinational Financial Management*, 2006, No: 16, 190-215.
- MORAN Theodore Harvey, "The Product Cycle Model of Foreign Direct Investment and Developing Country Welfare", *Journal of International Management*, 2000, No: 6, 270-320.
- NAKTİYOK Atılhan ve Ömer Faruk İşcan, "İşgörenlerin Evden Çalışmaya İlişkin Tutumları: Bireysel Özellikler ve İş Sürükleyicileri Açısından Bir Uygulama", *Akdeniz Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 2003, Cilt: 6, Sayı: 53-72.
- ODABAŞ Hüseyin, "Internet Tabanlı Uzaktan Eğitim ve Bilgi ve Belge Yönetimi Bölümleri", *E-prints in Library and Information Science*, 2003, Volume: 17, Number: 1, 45-67.

- ODABAŞI Çağlayan, "Stratejik Yönetim ve E-Devlet", **Sayıştay Dergisi**, 2004, Sayı: 55, 20-36.
- OXELHEİM Lars vd., "On the Treatment of Finance Specific Factors Within the OLI Paradigma", **International Business Review**, 2001, No: 10, 375-400.
- ÖZAĞ Filiz Elmas, 1994, "Ev Sahibi Ülke Açısından Yabancı Sermaye Yatırımlarını Etkileyen Faktörler ve Türkiye Üzerine Bir Uygulama", **Ekonomik Yaklaşım Dergisi**, Cilt: V, Sayı: 12, 63-77.
- ÖZDEMİR Yeşim, "Türkiye'de Yatırım Harcamalarının Gelişimi ve Kamu Yatırım Politikaları", **Bütçe Dünyası Dergisi**, 2007, Cilt: 3, Sayı: 27, 72-82.
- ÖZGÜR Bayram, "Elektronik Ticaret ve Bilişim Teknolojileri-Avusturya ile Elektronik Ticaret", **IGEME'den Bakış Dergisi**, 1999, Sayı: 12, 1-25.
- ÖZTÜRK Lütfü ve Selim Başar, "Yeni Ekonomi ve Elektronik Ticaret: Dünyadaki Gelişmeler ve Türkiye Açısından Bir Değerlendirme", **Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 2002, Cilt:16, Sayı: 3, 25-46.
- SAĞIROĞLU Şeyma, "Elektronik Devlette Bilgi Güvenliği", **Telekom Dünyası Dergisi**, 2010, 1-25.
- SEVİNÇ İsmail ve Ali Şahin, "E-Devletin Gelişim Aşamalarına Yönelik Karaman İlinde Bir Araştırma", **Türk İdare Dergisi**, 2013, Cilt: 85, Sayı: 476, 95-114.
- SOYDAL Haldun, "Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde E-Ticaret", **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2006, Sayı: 15, 522-539.
- SOYDAL Haldun, "Türkiye'de Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Verimlilik Analizi: Otomotiv Sektörü Üzerine Bir Uygulama" **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, 2006, Sayı: 16, 580-595.
- STRASSEL Kimberley, "Sirketinizin Web Adresi Kartvizitiniz Sayılır", **The Wall Street Journal**, 1997, 35-45.
- SUDHIR Kale, "Culture Specific Marketing Communications: An Analytical Approach", **International Marketing Review**, 2009, Vol: 8 No: 2, 25-47.
- ŞAHİN Ayşe ve Hulusi Demir, "Tekstil ve Konfeksiyon Sektöründe Faaliyet Gösteren Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin Pazarlama Sorunları ve E-Ticaretten Beklentileri", **DEÜ İİBF Dergisi**, 2005, Cilt: 20, Sayı: 1, 1-13.
- ŞİMŞEK Mevlüdiye ve Sema Behdioğlu, "Türkiye'de Dolaysız Yabancı Sermaye Yatırımlarının Ekonomik Büyüme Üzerindeki Etkisi: Uygulamalı Bir Çalışma", **Dumlupınar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi**, 2006, Cilt: XX, Sayı: 2, 65-78.
- TEMİZ Dilek and Aytaç Gökmen, "FDI Inflow as an International Business Operation by MNCs and Economic Growth: An Empirical Study on Turkey", **International Business Review**, 2014, Vol: XXIII, No: 1, 140-160.
- TUTAR Filiz, "Turizm Sektöründe E-Ticaret Uygulamaları: Nevşehir Örneği", **Selçuk Üniversitesi Karaman İİBF Dergisi**, 2001, 25-50.
- TÜRE İlknur, "Türkiye'de Bölge Yönetiminin Niteliği, Sorunları ve Çözüm Arayışları", **Amme İdaresi Dergisi**, 1998, Cilt: XXXI, Sayı: 2, 45-50.
- UÇAR Mustafa ve M. Atasever, "Elektronik Ticaret, Elektronik Para ve Bilgi Güvenliği Açısından Muhasebe", **Vergi Sorunları Dergisi**, 2000, 20-45.
- VERGİL Hasan ve Necla Ayaş, 2009, "Doğrudan Yabancı Yatırımların İstihdam Üzerindeki Etkileri: Türkiye Örneği", **İktisat İşletme ve Finans Dergisi**, 2009, Cilt: XXIV, Sayı: 275, 80-120.

- WELLS Louis and Alvin Wint, "Marketing a Country: Promotion as a Tool for Attracting Foreign Investment", *FIAS Occasional Paper*, 2000.
- YAVAN Nuri, "The Location Choice of Foreign Direct Investment Within Turkey: An Emprical Analysis", *European Planning Studies*, 2010, Vol: XVIII, No: 10, 1650-1710.
- YILMAZER Mine, "Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Dış Ticaret ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Üzerine Bir Deneme", *Celal Bayar Üniversitesi SBE Dergisi*, 2010, Cilt: VIII, Sayı: 1, 45-65.
- ZENGİN Ahmet, "Türkiye Ekonomisi Açısından Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarına İlişkin Bir Değerlendirme", *İktisat İşletme ve Finans Dergisi*, 2003, 1-15.
- ZHOU Lina and Liwei Dai, "Online Shopping Acceptance Model: a Critical Survey of Consumer Factors in Online Shopping", *Journal of Electronic Commerce Research*, 2007, Cilt: 8, No: 1, 41-62.

TEZLER

- AKYÜZLÜ Özge, Elektronik Ticaret ve Gümrük Yönüyle Değerlendirilmesi, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2004, (**Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi**).
- ATEŞ Mehmet, Doğrudan Yabancı Yatırımların İstihdam Üzerindeki Olası Etkileri: Türkiye Örneği, Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Zonguldak, 2006, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).
- ÇELEBİ Ali, Küçük ve Orta Ölçekli Sanayi İşletmelerinde E-Ticaret Uygulamaları, Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya, 2002, (**Yayımlanmamış Doktora Tezi**).
- OSMANOV Khagani, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Makroekonomik Etkileri, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara, 2008, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).
- SÖYLEMEZ Fatih, Türkiye'deki İlk 1000 Büyük İşletme İçin B2B Durum Değerlendirmesi, Çukurova Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, Adana, 2006, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).
- ŞİMŞEK Serdar, Türkiye'de Elektronik Ticaret ve E-Ticaretin Kobiler Üzerindeki Etkisi, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2012, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).
- TİRYAKİOĞLU Murad, Araştırma Geliştirme-Ekonomik Büyüme İlişkisi: Seçilmiş OECD Ülkeleri Üzerine Uygulama, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyon, 2006, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).
- TÜRKMEN Sibel Yılmaz, Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları ve Türkiye Açısından Bir Değerlendirme, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2006, (**Yayımlanmamış Doktora Tezi**).
- TÜRKSOY Emen, Doğrudan Yabancı Yatırımcıların Belirleyicileri ve Vergileme, İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul, 2006, (**Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi**).
- YILDIRIM Emre, İnternet Üzerinden Satın Alma Yapanların E-Perakende Sitelerine Yönelik Güven Oluşturmalarında Kullanıcı Yorumlarının Etkisi: Tüketici Elektroniği Ürünlerinde Bir Uygulama, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, Sosyal

Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Eskişehir, 2012, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi).

İNTERNET KAYNAKLARI

- AFŞAR Muharrem, “Doğrudan Yabancı Yatırımlar ve Bankacılık Sektörü”, <http://eab.ege.edu.tr/pdf/4/C4-S1-2-%20M9.pdf>, (Erişim Tarihi: 07.01.2017).
- ALTINOK Serdar ve İbrahim Halil Sugözü, “Geleneksel Ticaretten Yeni Ekonomiye Elektronik Ticaretin Temel Ekonomik Etkileri”, <http://inet-tr.org.tr/inetconf9/bildiri/89.pdf>, (Erişim Tarihi: 16.09.2016).
- ALTINOK Serdar ve Murat Çetinkaya, “Geleneksel Ticaretten Yeni Ekonomiye Elektronik Ticaretin Temel Ekonomik Etkileri”, <http://inettr.org.tr/inetconf9/bildiri/89.pdf>, (Erişim Tarihi: 16.09.2016).
- ANBAR Adem, “E-Ticarete Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri”, http://www.e-kavram.com/eticaret/4.asp?makale_id=73. (Erişim Tarihi: 17.11.2016).
- BAKER Kenzie and “Comments Submitted to FTC Workshop on Competition Policy for B2B Electronic Marketplaces”, <http://www.ftc.gov/bc/b2b/comments/index.htm>, (Erişim Tarihi: 22.10.2016).
- CARKOVIĆ Maria and Ross Levine, “Does Foreign Direct Investment Accerelate Economic Growth?”, http://www.iie.com/publications/chapters_preview/3810/08iie3810.pdf, (Erişim Tarihi: 04.01.2017).
- ÇAKIR Serkan, “İçsel Büyüme ve Ekonomik Yapı”, <http://www.geocities.com>, (Erişim Tarihi: 22.12.2016).
- DURA Cihan, “Ulus-Ötesi Şirketler, Avrupa Birliği ve Türkiye”, <http://www.asadd.de/Dosya/tuerkiyeab/2162-ulus-oetes-rketler.html>, (Erişim Tarihi: 21.11.2016).
- GÖVDERE Bekir, “Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarının Belirleyicilerinin Günümüzde Geçerliliği”, www.dtm.gov.tr/dtmadmin/upload/EAD/TanitimKoordinasyonDb/yab_ser.doc, (Erişim Tarihi: 19.12.2016).
- http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=214, (Erişim Tarihi: 16.08.2016).
- <http://www.biltek.ieee.metu.edu.tr/sayi/subat01/eticaret.html>, (Erişim Tarihi: 15.09.2016).
- <https://www.uygulamalar.gumruk.gov.tr> (Erişim Tarihi: 17.09.2016).
- KAHYA Bünyamin Ersin, “Türkiye'nin En Büyük 500 İşletmesinde Elektronik Ticaret Üzerine Bir Alan Araştırması”, <http://www.tcmb.gov.tr/yeni/iletisime-ticaret>, (Erişim Tarihi: 12.09.2016).
- KARATEPE Yalçın, “Uluslararası Bankacılık”, politics.ankara.edu.tr/~karatepe/ifinance/UlusIB.pdf, (Erişim Tarihi: 03.10.2016).
- KOMİSYONU Özel İhtisas, “Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları”, ÖİK Raporu, Ankara www.stradigma.com/turkce/eylul2003/09_2003_11.pdf (Erişim Tarihi: 06.11.2016).
- KOORDİNASYON Elektronik Ticaret Kurulu Hukuk Çalışma Grubu Raporu, <http://www.etkk.gov.tr> (Erişim Tarihi: 15.11.2016).
- ÖZTÜRK Lütfü, “Serbest Bölgelerdeki Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımları: Dünyadaki Uygulamalara Teoriler Işığında Bir Bakış”,

<http://www.akdeniz.edu.tr/iibf/dergi/Sayi07/11Ozturk.pdf>, (Erişim Tarihi: 07.01.2017).

ÖZYILDIZ Hakan, "Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarında Karar Alma Prosedürü", <http://www.econturk.org/hazine13.pdf>, (Erişim Tarihi: 28.11.2016).

SAATÇIOĞLU Cem, "Doğrudan Dış Yatırımlar ve Türkiye", <http://www.ceterisparibus.net/turkiye/guncel.htm>, (Erişim Tarihi: 03.11.2016).

TAŞTAN Mustafa, "Internet, E-Ticaret ve Endüstri İlişkilerine Etkileri", <http://www.insankaynaklari.gokceada.com/konu31.html>, (Erişim Tarihi: 17.10.2016).

UZUNOĞLU Hüseyin, <http://www.basarm.com.tr/yayin/idarihukuk/eticaret/>, (Erişim Tarihi: 12.08.2016).

VESEL Vesel, "Virtual Learning Environ-Ment in the age of Global Infonetworks", <http://www.ercim.org/publication/ws-proceedings/DELOS9/Pap8.pdf>, (Erişim Tarihi: 15.09.2016).

www.portalgümrük.com.tr (Erişim Tarihi: 14.10.2016).



EKLER

EK-A: E-Ticaret Uygulamalarının Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarına Olan Etkileri Anketi

Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı'nda "E-Ticaret Uygulamalarının Doğrudan Yabancı Sermaye Yatırımlarına Olan Etkileri" konusunda Yüksek Lisans çalışmasının verilerini elde etmek için hazırlanan anket ektedir. Vereceğiniz cevaplar çalışmanın tamamlanması açısından önemli olup, ankette sizinle ilgili herhangi bir özel soru bulunmamaktadır. Ankete katılıp değerli zamanınızı ayırdığınız için teşekkürlerimizi sunarız.

Zekeriya ŞAHİN
Tez Öğrencisi
İstanbul Gelişim Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü

Yrd. Doç. Dr. Erdal Şen
Tez Danışmanı
İstanbul Gelişim Üniversitesi
İktisadi, İdari ve Sosyal
Bilimler Fakültesi
İşletme Bölümü Öğretim Üyesi

DOĞRUDAN YABANCI SERMAYE YATIRIMLARI ÖLÇEĞİ ²¹³	Kesinlikle katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Kararsızım	Kısmen katılıyorum	Tamamen katılıyorum
Aşağıdaki ifadeler doğrudan yabancı sermaye yatırımları ile ilgilidir. Bu ölçekte (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Kısmen katılıyorum, (5) Tamamen katılıyorum seçeneğini temsil etmektedir, size göre en uygun seçeneğe "X" işareti koyarak cevaplayınız.					
1. Yeni yatırımlar, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının artışına neden olmaktadır.					
2. Şirket evlilikleri, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının artışına neden olmaktadır.					
3. Özelleştirmeler, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının artışına neden olmaktadır.					
4. Serbest bölgeler, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının artışına neden olmaktadır.					
5. Türkiye'deki yeni yatırımların maliyetlerinin düşük olması, yabancı sermaye yatırımlarını hızlandırmaktadır.					
6. Doğal kaynakların zenginliği, yabancı sermaye yatırımlarının artmasını sağlamaktadır.					
7. Farklı pazarlarda tüketiciye ulaşma isteği, yabancı sermaye yatırımlarının artmasını sağlamaktadır.					
8. Üretim maliyetlerinin düşük olması, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının artmasını sağlamaktadır.					
9. İşletmeler ekonomide oluşan riskleri azaltmak için doğrudan yabancı sermaye yatırımlarını artırmaktadır.					
10. Farklı ülkelerde işbirliğini geliştirmek için doğrudan yabancı sermaye yatırımları yapılmaktadır.					
11. Farklı ülkelerdeki, farklı sektörlerde oluşan tüketici ihtiyaçlarını karşılamak için doğrudan yabancı sermaye yatırımları yapılmaktadır.					
12. Yeni yatırımlar, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının artışına neden olmaktadır.					
13. Şirket evlilikleri, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının artışına neden olmaktadır.					
14. Özelleştirmeler, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının artışına neden olmaktadır.					
15. Serbest bölgeler, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının artışına neden olmaktadır.					

²¹³ Klavens and Zamparutti, a.g.e., pp. 30-39.

E-TİCARET UYGULAMALARI ÖLÇEĞİ ²¹⁴ Aşağıdaki ifadeler E-ticaret uygulamaları ile ilgilidir. Bu ölçekte (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Kısmen katılıyorum, (5) Tamamen katılıyorum seçeneğini temsil etmektedir, size göre en uygun seçeneğe "X" işareti koyarak cevaplayınız.	Kesinlikle katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Kararsızım	Kısmen katılıyorum	Tamamen katılıyorum
16. Elektronik ticaret, haberleşme alanında çok yoğun kullanılmaktadır.					
17. Eğitim sektöründe elektronik ticaret oldukça yoğun olarak kullanılmaktadır.					
18. Sağlık sektöründe elektronik ticaret oldukça yoğun olarak kullanılmaktadır.					
19. Kitle İletişim Araç ve Eğlence sektöründe elektronik ticaret oldukça yoğun olarak kullanılmaktadır.					
20. Bankacılık ve Finans sektöründe elektronik ticaret oldukça yoğun olarak kullanılmaktadır.					
21. Bilgi Teknolojisi sektöründe elektronik ticaret oldukça yoğun olarak kullanılmaktadır.					
22. Taşımacılık sektöründe elektronik ticaret oldukça yoğun olarak kullanılmaktadır.					
23. İş Hizmetleri sektöründe elektronik ticaret oldukça yoğun olarak kullanılmaktadır.					
24. Perakende Satış sektöründe elektronik ticaret oldukça yoğun olarak kullanılmaktadır.					
25. Taze gıda ürün ihtiyaçlarımı, elektronik ticaret vasıtasıyla karşılarım.					
26. İlaç ihtiyaçlarımı, elektronik ticaret vasıtasıyla karşılarım.					
27. Film ve müzik ihtiyaçlarımı, elektronik ticaret vasıtasıyla karşılarım.					
28. Kitap ihtiyaçlarımı, elektronik ticaret vasıtasıyla karşılarım.					
29. Giyim ihtiyaçlarımı, elektronik ticaret vasıtasıyla karşılarım.					
30. Seyahatlerimle ilgili bilet ihtiyaçlarımı, elektronik ticaret vasıtasıyla karşılarım.					
31. Sporla ilgili ihtiyaçlarımı, elektronik ticaret vasıtasıyla karşılarım.					
32. Elektronik cihaz ihtiyaçlarımı, elektronik ticaret vasıtasıyla karşılarım.					

²¹⁴ The European Commission, a.g.e., 1-20, pp. 8-15'den istifade edilmiştir.

KİŞİSEL BİLGİLER

Lütfen ilgili seçeneğe "X" işareti koyarak tamamlayınız.

30. Cinsiyetiniz nedir?

- Kadın
 Erkek

31. Kaç yaşındasınız?

- 18-25
 25-33
 33-43
 43-50
 50 veya fazlası

32. Eğitim seviyeniz nedir?

- Liseden az
 Lise / Meslek Lisesi
 Ön lisans
 Lisans
 Yüksek lisans
 Doktora ve üzeri