

**AVRUPA BİRLİĞİ'NE TAM ÜYELİK SÜRECİNDE
KOBİLER'DE E-İŞLETME UYGULAMALARI: TÜRKİYE İÇİN
BİR DURUM DEĞERLENDİRMESİ¹**

Prof. Dr. Güven MURAT

Zonguldak Karaelmas Üniversitesi
İ.İ.B.F. İşletme Bölümü

Öğr.Gör. Sibel AYDEMİR

Zonguldak Karaelmas Üniversitesi
ZMYO İktisadi ve İdari Programlar

ÖZET

Bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin kullanımı, bilginin üretilmesinde, yönetilmesinde, endüstriye uygulanmasında ve toplumsal yarara dönüştürülmesinde, rekabet gücünün en önemli göstergesi haline gelmiştir. Türkiye'nin dinamik ve rekabetçi bir bilgi temelli ekonomi olarak Avrupa Birliğinde yer alması, küçük ve orta ölçekli işletmelere işletme açısından talep değişikliklerine daha hızlı uyum sağlama ve rekabet konusunda avantaj elde etme; tüketiciler açısından da alışveriş, bilgi ve hizmetlere erişme, fiziki uzaklık ve zaman kısıtlarını ortadan kaldırma fırsatı sunan e-işletme uygulamalarına yönelmesine bağlıdır. Bu çalışmada küçük ve orta ölçekli işletmelerde(KOBİ) e-işletme uygulamaları ve Avrupa Birliğine tam üyelik yolunda Türkiye için bir durum değerlendirmesi yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: KOBİ, E-Ticaret, E-İşletme, Bilgisayar ve İletişim Teknolojileri, İnternet.

¹ Bu makale Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde E-İşletme Uygulamaları: Avrupa Birliğine Tam Üyelik Yolunda Türkiye İçin Bir Durum Değerlendirmesi, ZKÜ, SBE İşletme Anabilim Dalı'nda yapılan Yüksek Lisans tezinden türetilmiştir.

ABSTRACT

The use of computer and communication technologies has become the most important indicator of power of competition in production and management of information, in application to industry, and in transformation to social benefits. In order for Turkey to hold a place in European Union, as an information based dynamic and competitive economy, depends on to provide for small and medium sized enterprises more rapid harmonization to demand changes and advantages in competition issues; and to provide for customers to access to shopping, information and services, and an opportunity to eliminate physical distance and time constraints. In this study, it is aimed to evaluate e-business applications in small and medium sized enterprises of Turkey, regarding also her attempt to be a member of European Union.

Keywords: *SME, E-Commerce, E-Business, Computer and Communication Technologies, Internet.*

GİRİŞ

E-işletme tekniklerinin kullanımı, küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ) için küresel piyasalarda daha iyi fırsatlar kazanmada bir araç olarak görülmektedir. Bununla birlikte, çok sayıda KOBİ etkin bir işletme aracı olarak interneti kullanmada hala büyük ölçekli işletmelerin gerisindedir. Tam üye olma çabası içerisinde bulunduğumuz AB (Avrupa Birliği) KOBİ'lerin internet kullanımını teşvik etmek amacıyla bir dizi politikalar planlamakta ve bu amaca yönelik farklı faaliyetleri ve girişimleri yürürlüğe koymaktadır. 2010 yılında dünyanın en dinamik ve rekabetçi bilgi tabanlı ekonomisine sahip olmak için Mart 2000 Lizbon Zirvesi'nde AB üyesi ülkeler bilgisayar ve internet teknolojileri ve beraberinde getirdiği e-işletme uygulamalarıyla KOBİ'lerin ilgilenmesinin hayati öneme sahip olduğunu vurgulamıştır. Bu büyük hedefe ulaşmada KOBİ'ler önemli bir rol oynamak zorundadır. AB'de 19 milyon KOBİ bulunmakta ve AB üyesi ülkelerin pek çoğunda KOBİ'ler işletmelerin %99'unu oluşturmaktadır. KOBİ'ler AB GSMH'nın önemli bir bölümünü yaratırken, girişimcilik ve yeni işletme fikirleri için üretken bir kaynak olmanın yanısıra önemli bir yeni iş kaynağı oluşturmaktadır. Bundan

dolayı, AB'nin dinamik ve rekabetçi bilgi temelli bir ekonomi olma yeteneği önemli ölçüde KOBİ'lerin bu süreçte yer alıp almamasına bağlıdır.

Türkiye'nin de dinamik ve rekabetçi bir bilgi tabanlı ekonomi olarak AB'de yer alması açısından da, tüm işletmelerin yaklaşık %99'unu oluşturan KOBİ'lerin önemli bir role sahip olacağı söylenebilir. Müşteri beklentilerinin pazarı yeniden tanımladığı veya yeni pazarlar oluşturduğu bir ortamda; KOBİ'lerin işletme açısından talep değişikliklerine daha hızlı uyum ve rekabet konusunda avantaj elde etme, tüketiciler açısından da alışveriş, bilgi ve hizmetlere erişme, kamu ile etkileşimde fiziki uzaklık ve zaman kısıtlarını ortadan kaldırma fırsatı sunan e-işletme uygulamalarına yönelmesi önem arz etmektedir.

İşte bu noktadan hareketle, yapılan çalışmada. KOBİ ve e-işletme tanımları verilmekte; KOBİ'lerin e-işletmeye yönelme ve e-işletme uygulamalarına geçişlerini engelleyen faktörler ortaya konulmakta; AB'de KOBİ'lerde bilgi iletişim teknolojileri (BİT) ve e-işletme uygulamaları ele alınmakta ve BİT ve e-işletme uygulamaları ülkemiz açısından analiz edilmektedir. Son olarak, Türkiye'de, KOBİ'lerin e-işletme uygulamasına yönlendirilmesine ilişkin politika, proje ve teşvikler analiz edilmektedir.

1. KOBİ VE E-İŞLETME

1.1. KOBİ Tanımı

KOBİ'ler, genel olarak belirli sayıda işgören istihdam eden, başka bir işletmeye bağlı olmayan, bağımsız kuruluşlar olarak tanımlanmaktadır (OECD, 2000:2). Bununla birlikte, tüm ekonomilerin temel dinamiğini oluşturan KOBİ'lerin üzerinde anlaşılmaya varılmış kesin bir tanımının bulunduğunu söylemek zordur. Literatürde değişik ve çok sayıda KOBİ tanımı bulunmaktadır. KOBİ'lerin tanımı ülkelerin ekonomik kalkınmışlık düzeyini göstermektedir (Sarıarslan, 1994:1).

KOBİ tanımlamasında değişik kantitatif veya kalitatif kriterler kullanılmaktadır. Nitekim, Türkiye'de değişik kurumlar tarafından yapılan KOBİ tanımlarında kantitatif kriterler kullanılmaktadır (Bkz. Tablo 1).

Tablo 1: Türkiye’de KOBİ Tanımları

Kuruluş	Tanım Kapsamı	Tanım Kriteri	Mikro Ölçekli İşletme	Küçük Ölçekli İşletme	Orta Ölçekli İşletme
KOSGEB	İmalat Sanayii	İşçi Sayısı	-		
HALKBANK	İmalat Sanayii, Turizm, Yazılım Geliştirme	İşçi Sayısı	-		
		Sabit Yatırım Tutarı (Euro)	230.000	230.000	230.000
HAZİNE MÜSTEŞARLIĞI	İmalat Sanayii, Turizm, Tarımsal Sanayi, Eğitim, Sağlık, Yazılım Geliştirme	İşçi sayısı	1-9 kişi	10-49 işçi	50-250 kişi
		Yatırım Tutarı, KOBİ Teşvik Belgesine Konu Yatırım Tutarı(Euro)	350.000	350.000	350.000
DIŞ TİCARET MÜSTEŞARLIĞI	İmalat Sanayi	İşçi sayısı			1-200 işgören
		Sabit Yatırım Tutarı (Euro)			1.830.000
EXİMBANK	İmalat Sanayi	İşçi sayısı			1-200 işgören

Kaynak: : DPT (2006); KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı, DPT Yayınları

AB ve Türkiye arasında KOBİ tanımlarında bazı farklılıklar mevcuttur. Örneğin, AB’deki orta ölçekli işletmelerde istihdam edilen işgören sayısının 250’den az olması, Türkiye’de ise 100’den az olması temel kriter olarak ele alınmaktadır. Küçük ölçekli işletmeler açısından AB ve Türkiye’deki KOBİ tanımları arasında benzerlik bulunmaktadır. Buna karşılık, AB’nin, Türkiye’den farklı olarak, KOBİ’lerin tanımında işletmelerin yıllık cirolarını da kriter olarak ele aldığı görülmektedir. Orta ölçekli işletmelerde yıllık cironun 50 milyon ECU’yu geçmemesi veya bilanço toplamının 43 milyon ECU olması; küçük ölçekli işletmelerde ise yıllık ciro veya bilanço toplamının 10 milyon ECU’yu geçmemesi şartı aranmaktadır. Ayrıca, KOBİ tanımlamasında AB’de Türkiye’den farklı olarak kabul edilen bir başka kriter de “bağımsızlık” ilkesidir (Ören, 2003:107).

Tablo 2: AB'de KOBİ Tanımı

KOBİ	Eleman Sayısı	Yıllık Ciro	veya	Bilanço
Orta	250'den az	50 milyon ECU'ya kadar		43 milyon ECU'ya kadar
Küçük	50'den az	10 milyon ECU'ya kadar		10 milyon ECU'ya kadar
Çok küçük	10'dan az	2 milyon ECU'ya kadar		2 milyon ECU'ya kadar

Kaynak: http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/index_en.htm, (Erişim Tarihi: 13.09.2007).

1.2. E-İşletme Tanımı

KOBİ tanımında olduğu gibi, literatürde e-ışletmenin tanımı konusunda akademisyenler ve uygulamacılar arasında bir uzlaşma yoktur. Yapılan e-ışletme tanımlarının büyük bölümü e-ışletmeyi internet ile ilişkilendirmekte, fakat e-ışletme kapsam ve derinlik olarak farklılık göstermektedir.

Bir tanıma göre, e-ışletme ticari işlemleri yürütmek ve işletmeyi yönetmek amacıyla birimler arasındaki iletişimi gerçekleştirmek için bilgisayar ve iletişim sistemleriyle bunların beraberinde getirdiği teknolojilerin kullanılmasıdır (Kovacich, 1998:129).

Diğer bir tanıma göre, e-ışletme hem endüstri hem de şirket düzeyinde geleneksel kuralları değiştiren ve genellikle bunların yerini alan dijital teknolojinin, entelektüel malların ve tüketici egemenliğinin ışletme faaliyetleri ile bütünleştirilmesidir (Li ve Chang, 2004:45).

E-ışletme daha kapsamlı bir kavram olmasına rağmen, konuyla ilgili uzmanların ifadelerinde e-ışletme ve e-ticaret kavramı eşanlamlı kullanılmaktadır. Elektronik-ışletme ya da elektronik-ış kavramını kullananlar bu kavramın daha kapsamlı olduğunu savunmaktadır. E-ticaret kavramının kullanılmasını savunanların gerekçesi ise, bu sürecin literatüre "e-ticaret" adıyla yerleşmiş olmasıdır. Bu görüşte olanlar e-ticaret kavramının, e-ışletme gibi algılandığı ya da algılanması gerektiğini öne sürmektedirler. Sonuç olarak hem iş hayatında, hem de akademik dilde her ikisi de çoğu kez eşanlamlı kullanılmaya devam etmektedir (Özmen, 2006:14-15). Yapılan bu çalışmada da e-ışletme ve e-ticaret kavramları eşanlamlı olarak dikkate alınmaktadır.

2. KOBİ'lerde E-İşletme

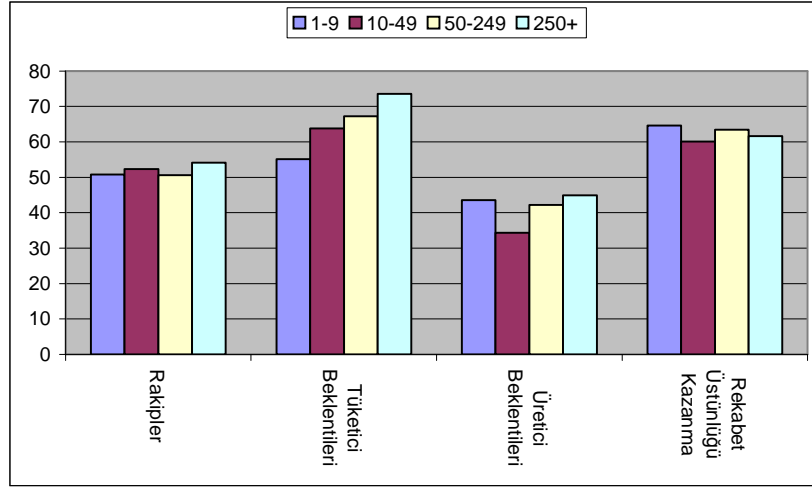
Günümüzde özellikle gelişmiş ülkelerde hükümetler bilgi ve iletişim teknolojilerini (BİT) bilgi ekonomisinin anahtarları ve bu tür ekonomilerin rekabetçi üstünlüğünün sigortası olarak görmektedir. Bu itibarla, hükümetler KOBİ'lerin üzerinde BİT ve e-ışletme tekniklerini benimsemesi ve kullanması yönünde giderek artan bir baskıda bulunmaktadır. Çünkü küresel olarak düşünıldüğünde, KOBİ'ler büyük alıcı, satıcı, yenilikçi ve en önemlisi işverenlerdir. KOBİ'ler internete bağlanarak, broşür web sayfaları kullanarak, ticari işlemleri gerçekleştirmeye dönük web siteleri oluşturarak ve işletme organizasyonunu ve faaliyetlerini web siteleriyle bütünleştirerek bilgi ekonomisinde yerlerini almaktadır (Taylor ve Murphy, 2004: 281).

2.1. KOBİ'lerin E-İşletmeye Yönelme Nedenleri

KOBİ'lerin e-ışletmeye yönelme nedenleri konusunda çok az bilgi vardır. Bununla birlikte, KOBİ'lerde geniş boyutlu BİT teknolojileri benimsenmekte ve genel olarak internet kullanılmaktadır. Dolayısıyla, KOBİ'lerin BİT, internet ve e-ticaret kullanma nedenleri karmaşık ve bazen birbiriyle ilişkilidir. İşletmenin rekabet gücünü arttırmak için BİT kullanımı literatürde kabul görmektedir. Yapılan araştırmalar sonucunda KOBİ'lerin e-ticarete yönelme nedenlerine ilişkin çeşitli faktörler sıralanmıştır. Bu faktörlerin başlıcaları; rekabet gücünü arttırmak, yeni e-ticaret modellerini denemek, yönetimin isteğini karşılamak, daha iyi iletişimin gerekliliğini yerine getirmek, dünya piyasalarına girmek, KOBİ'lerin küçük ölçeğine ve düz örgütsel yapısına uygun daha büyük yenilik fırsatları yaratmak, faydaları algulamak, satışları arttırmak, reklam maliyetlerini azaltmak, müşterilerle iletişimi iyileştirmek, rakiplere cevap vermek ve piyasaya giriş maliyetlerini düşürmek şeklinde sıralanabilir (Simpson ve Docherty, 2004:320).

Avrupa Komisyonu tarafından 2006 yılında gerçekleştirilen e-Business Survey anketi sonuçlarına göre KOBİ'leri e-ışletme uygulamalarına iten faktörler Grafik 1'de verilmektedir. Grafik incelendiğinde mikro işletmelerin büyük bölümünün (%65) rekabet üstünlüğü kazanmak için e-ışletme uygulamalarına yöneldiği görülmektedir. Orta ölçekli işletmelerin (%64) ve büyük ölçekli işletmelerin (%67) e-ışletme uygulamalarıyla uğraşmasının birincil nedeninin tüketici beklentilerini karşılamak olduğu görülmektedir.

Grafik 1: AB’de KOBİ’leri E-İşletme Uygulamasına Yönlendiren Faktörler



Kaynak: e-Business W@tch (2006), European Commission DG Enterprise & Industry, *eBusiness Survey*, [http://www.ebusinesswatch.org/resources/documents/TTableReport_2006.xls](http://www.ebusinesswatch.org/resources/documents/TableReport_2006.xls), (Erişim Tarihi: 10.04.2007).

Türkiye’de ise, KOBİ’lerin BİT uygulamalarından yararlanma nedenleri arasında aşağıdaki unsurlar ön plana çıkmaktadır (T.C. Ulaştırma Bakanlığı, 1998:59-69).

- Teknik ve bilimsel uygulamalar ya da üretim ve araştırma-geliştirme faaliyetlerinden çok, günlük iş akışı için gerekli olan yazışmaların gerçekleştirilmesi,
- Rakip firmaların internet bağlantısı ve CAD/CAM, MRP gibi yazılım programlarına sahip olması nedeniyle, ne işe yaradıkları, kullanım alanları ve sınırları hakkında bilgi sahibi olmadan “onda var bende de olmalı” mantığıyla hareket edilmesi,
- Nitelikli eleman eksikliğini kapatmak amacıyla KOBİ’lerin kendi elemanlarına bilgilendirici eğitim verme amacıyla kullanılması,
- Taşeron ya da tedarikçi olarak çalıştıkları büyük firmaların istemesi ve zorlaması,
- BİT ve İnternet konusunda basın-yayın araçlarında çıkan haberlerin işletmeleri bu alanda araştırma ve yatırım yapmaya yöneltmesi.

2.2. KOBİ'lerde E-İşletmeye Geçişi Engelleyen Faktörler

KOBİ'ler e-ışletme uygulamalarında çeşitli engellerle karşılaşmaktadır. Literatür incelendiğinde bu engeller 5 başlıkta toplanabilir (Taylor ve Murphy, 2004:285-286):

- Birincisi ve muhtemelen en önemlisi çok sayıda KOBİ'nin BİT'in ışletme uygulamalarını iyileştirme potansiyelini algılayamaması veya bu teknolojinin ve tekniklerin sundukları mal ve hizmetlere uygulanamaz olduğunu düşünmeleridir.

- İkincisi bazı KOBİ'ler küçük ve açık bir şekilde tanımlanmış piyasalarda faaliyet göstermektedir. Bu ışletmeler tamamen yereldir ve internet arcılığıyla küresel bağlantıya ihtiyaç duymamaktadır. Bu ışletmeler kalite güvencesi, hizmet ve güvenilirlik gibi unsurların geçerli olduğu niş piyasalarda faaliyet göstermektedir.

- Üçüncüsü KOBİ'lerin internet kullanımının beraberinde getirdiği güvenlik ve gizlilik sorunlarının çözümlenemeyeceğini düşünmesidir.

- Dördüncüsü KOBİ'lerin büyük bölümünün dijital ekonomiye girmede gerekli BİT niteliklerine uygun donanım ve insan gücüne sahip olmamasıdır. KOBİ'ler açısından BİT stratejisini uygulamada gerekli teknik uzmanlığa sahip insanları istihdam etmek zor veya oldukça pahalı olabilir.

- Beşincisi yüksek ilk kurulum ve e-ışletmeyi ayakta tutma maliyetleri KOBİ'ler arasında e-ışletme uygulamasına dönük bir engel olarak işlev görebilir.

19 AB üyesini kapsayan 250'den az işgören çalıştıran KOBİ'lerde gerçekleştirilen bir anket sonuçlarına göre, KOBİ'lerin e-ışletme uygulamasına sıcak bakmamasının en temel nedeni, e-ışletmenin ürettikleri mal ve hizmetlere uygun olmadığını düşünmeleridir. Bunu nitelikli personele sahip olmama, maliyetinin faydasına oranla yüksek olması, müşterilerin internete yeterince erişememesi ve teknolojiye güvenmeme/güvensizlik gibi nedenler takip etmektedir (OECD, 2004: 19).

2006 yılında 10 AB ülkesini kapsayan bir ankette optimum ölçekte bulunmama nedeniyle e-ışletme uygulamasından faydalanmanın olanaklı olmaması, teknolojinin pahalı ve karmaşık olması,

sistemlerin uygun olmaması ve güvenilir BİT tedarikçilerini bulmanın zor olması gibi faktörlerin KOBİ'lerin e-işletme uygulamasından faydalanmasını engelle-yen faktörler olduğu tespit edilmiştir (e-Business W@tch, 2006).

Ülkemizde gerçekleştirilen bir çalışmada İnternet bağlantısı olduğu halde işletmelerin BİT teknolojilerini yaygın bir şekilde kullanmasını engelleyen faktörler aşağıdaki gibi sıralanmıştır (<http://www.igeme.org.tr/tur/atn/eticaret.pdf>):

- İnternet erişim hızının düşük olması,
- Telefon faturalarının yüksek gelmesi,
- Servis sağlayıcı firmaların servis ücretlerini dolar üzerinden fiyatlandırması,
- İnternet kullanımı konusunda eğitim veren firmaların gerçek ihtiyaçlara cevap verememesi, teknik düzeyin kolay anlaşılabilmesi,
- Türkçe içeriğin az olması,
- Türkçe'ye yapılan çevirilerin yetersiz ve anlaşılmasının güç olması,
- Türkiye içerisinde arama makinelerinin olmaması,
- Kütüphaneler ve araştırma kurumlarında yer alan Türkçe kaynaklara ulaşım olanaklarının mevcut olmaması,
- Ulusal bilgi bankalarının yokluğu nedeniyle devlet kurumlarının sunduğu istatistiklere geleneksel yollardan ve uzun çabalar sonucunda erişilmesi.

3. AB Ülkelerinde KOBİ'lerde BİT ve E-İşletme Uygulamaları

3.1. AB Ekonomisinde KOBİ'lerin Yeri ve Önemi

2003 yılı itibariyle AB'de 149 milyon insana iş olanağı sağlayan 19 milyon KOBİ mevcuttur. Buna karşılık, tüm işletmelerin %2'si dolayında, diğer bir ifadeyle 40.000 büyük ölçekli işletme vardır. Bu rakamlar da AB'de işletmelerin büyük çoğunluğunun (%98) KOBİ olduğunu ortaya koymaktadır. KOBİ'ler kendi içerisinde büyüklük ölçeğine göre ele alındığında, büyük çoğunluğunun (%90'dan fazlasının) 10 kişiden az işgören istihdam eden mikro işletmelerden oluştuğu gözlenmektedir. Yaklaşık olarak, mikro işletmelerin yarısı hiç işgören çalıştırmamakta ve dolayısıyla kendi adına çalışana ve aile işçilerine

Kamu-İş; C: 9, S: 3/2007

İstihdam ve gelir sağlamaktadır. Bu miktar kabaca 9 milyon işletmeye denk gelmektedir. Ortalama olarak 1 Avrupa işletmesi 7 kişiye iş olanağı sağlamaktadır. Bu sayı mikro işletmelerde 3'e, büyük ölçekli işletmelerde 1000'nin üzerine çıkmaktadır (European Commission, 2004:25-26).

Tablo 3 incelendiğinde, ihracatta KOBİ'lerin payı büyük ölçekli işletmelere oranla daha azdır. AB işletmeleri ortalama olarak yıllık cirolarının %17 sini ihraç etmektedir. Söz konusu oran mikro ölçekli işletmelerde en düşük düzeyde (%9), büyük ölçekli işletmelerde ise en yüksek düzeyde (%23) gerçekleşmektedir. Ayrıca, Tablo 3 işgücü verimliliğinin işletme ölçeği ile paralel olarak arttığını göstermektedir. Nitekim mikro ölçekli işletmede çalışan bir kişi ortalama 40.000 ECU katma değer üretirken, büyük ölçekli işletmelerde bir kişinin ortalama ürettiği katma değer 120.000 ECU'ya ulaşmaktadır.

Tablo 3 : 2003 Yılı İtibariyle AB'de KOBİ'lerle İlgili Ekonomik Göstergeler

		KOBİ					
		Mikro	Küçük	Orta-ölçekli	Toplam	Büyük Ölçekli	Toplam
İşletme Sayısı	1000	17.820	1.260	180	19.270	40	19.310
İstihdam	1000	55.040	24.280	18.100	97.420	42.300	139.710
İşletme Başına Çalıştırılan Kişi		3	19	98	5	1052	7
İşletme Başına Yıllık Ciro	1000 Euro	440	3.610	25.680	890	319.020	1.550
İşletme Başına Katma Değer	1000 Euro	120	1.180	8.860	280	126.030	540
Yıllık Ciroda İhracatın Payı	%	9	13	17	12	23	17
İşgören başına Katma Değer	1000 Euro	40	60	90	55	120	75
Katma Değerde İşçilik Maliyetlerinin Payı	%	57	57	55	56	47	52

Kaynak:European Commission (2004); *SMEs in Europe 2003*, Luxemburg, s.26.

KOBİ'ler AB GSMH'nın önemli bir bölümünü yaratmakta ve işletmecilik ve yeni işletme fikirleri için üretken bir kaynak olmanın yanı sıra önemli bir yeni iş kaynağı oluşturmaktadır (European Commission, 2002:1).

AB genelinde olduğu gibi bireysel olarak AB üyesi ülkelerde de benzer eğilimler görülmektedir. Örneğin, İngiltere'de 3,1 milyon KOBİ GSMH'nın %40'ını üretmektedir. KOBİ'lerin yıllık cirosu yaklaşık 1

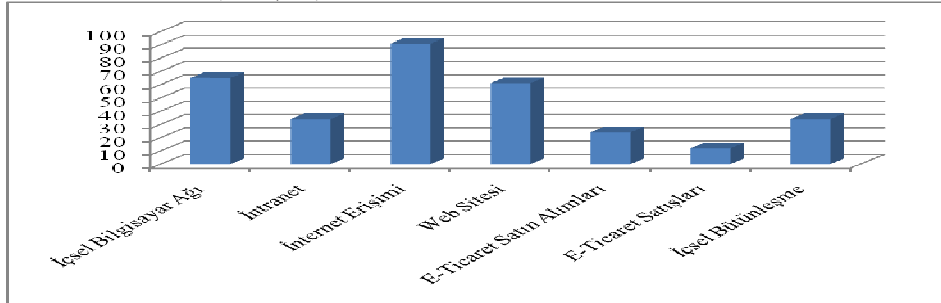
trilyon pound dolayındadır. Ayrıca, 12 milyon insanı istihdam eden KOBİ'ler özel sektör işgücünün %55'ini bünyesinde barındırmaktadır (Dixon vd., 2002:6).

3.2. KOBİ'lerde BİT ve E-İşletme Uygulamaları

25 AB üyesi ülkede 10 veya daha fazla işgören istihdam eden işletmeler arasında en yaygın BİT kullanımı internettir. Tüm işletmelerin %91'i internete bağlanabilmektedir. Dolayısıyla, AB'de işletmeler internete bağlanma konusunda doyum noktasına ulaşma aşamasına gelmiştir. BİT kullanımında interneti içsel bilgisayar ağı (%65) web sitesi (%61), intranet (%34) izlemektedir (Bkz. Grafik 2).

İşletmelerde e-İşletme uygulamaları AB'de internet üzerinden satın alımlar ve satışlar ile içsel ve dışsal bütünleştirme şeklinde karşımıza çıkmaktadır. İşletmelerin 1/4'ü satın alımları gerçekleştirmek için bilgisayar ağlarını kullanırken, 1/10'u satışlarını internet üzerinden yapmaktadır. Diğer taraftan, işletmelerin %34'ü içsel bütünleştirme² ve %15'i dışsal bütünleştirme³ şeklinde e-İşletme uygulamaları gerçekleştirmektedir.

Grafik 2: AB'de İşletmelerin BİT Kullanımı ve E-İşletme Uygulamaları (2005, %)

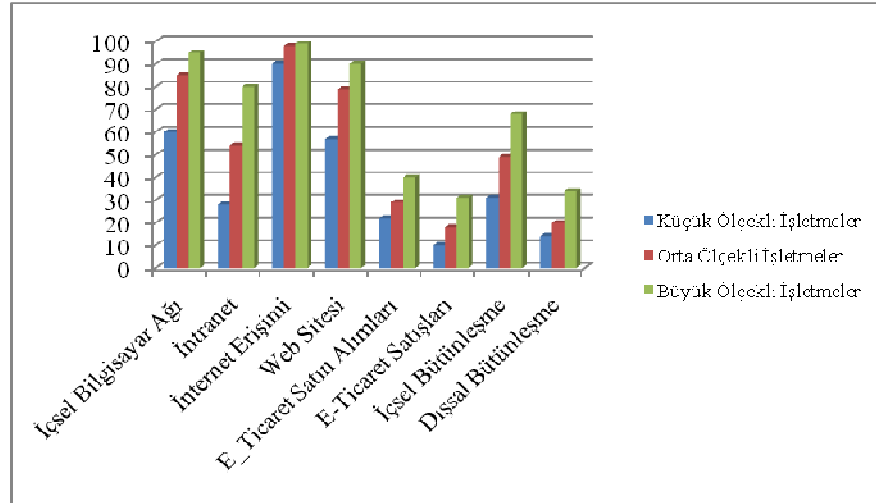


Kaynak: Fernando Reis (2006); *The Internet and Other Computer Networks and Their Use by European Enterprises to do eBusiness*, European Communities, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-NP-06-028-EN.PDF'deki verilerden faydalanılarak hazırlanmıştır, (Erişim Tarihi: 27.03.2007).

- ² Farklı bilgi süreçlerinde, bilgi sistemlerinde veya işletme fonksiyonlarında otomasyona gitmek veya bunlar arasında otomatik bağlantı kurmaktır
- ³ Farklı işletmeler arasında işletme süreçlerinin bütünleştirilmesi, diğer bir ifadeyle sipariş, yönetim, bilgisayar sisteminin, tedarikçilerin veya müşterilerin işletme sistemleriyle otomatik ilişkilendirilmesidir.

İşletmelerin ölçeklerine göre BİT kullanımı ve e-ışletme uygulamalarına ilişkin veriler Grafik 3’de verilmektedir. Grafik incelendiğinde KOBİ’ler ile büyük ölçekli işletmeler arasında önemli farklılıklar olduğu gözlemlenebilir. Örneğin, içsel bilgisayar ağı, intranet, web sitesi kullanımı ile e-ticaret alımları, e-ticaret satışları, içsel bütünleşme ve dışsal bütünleşme uygulamalarında KOBİ’ler büyük ölçekli işletmelerin gerisinde kalmıştır. İnternet kullanımında ise, KOBİ’ler ile büyük ölçekli işletmeler arasındaki açık kapanma noktasına gelmiştir.

Grafik 3: AB Üyesi Ülkede İşletmelerin Ölçekleri İtibariyle BİT Kullanımı ve E-ışletme Uygulamaları (2005, %)



Kaynak: Fernando Reis (2006); *The Internet and Other Computer Networks and Their Use by European Enterprises to do eBusiness*, European Communities, http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-NP-06-028/EN/KS-NP-06-028-EN.PDF’deki veriler-den faydalanılarak hazırlanmıştır, (Erişim Tarihi:27.03.2007).

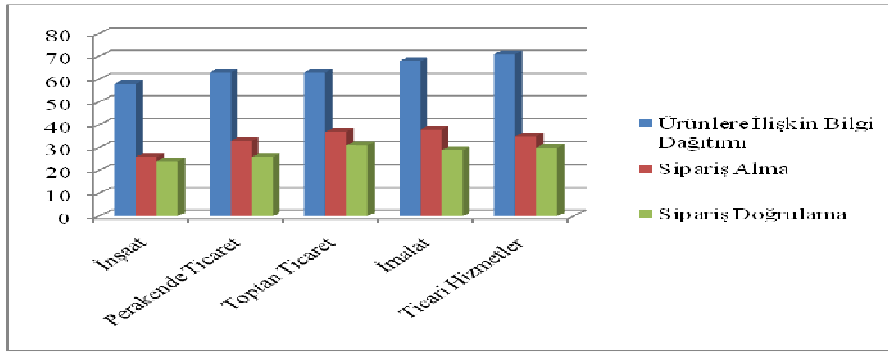
3.3. Sektörler İtibariyle BİT ve E-ışletme Uygulamaları

BİT ve e-ışletme uygulamalarının sektörler arasındaki kullanımı oldukça yaygın olup sektör bazında değişmektedir. Bölgesel veya küresel olarak daha geniş hedef müşteri kitlesine ulaşmayı sağlayan e-ticaret sıklıkla ya işletmeden işletmeye (otomobil, tekstil) ya da

işletmeden tüketiciye (tekstil, turizm, perakende ve finans sektörünün bir kısmı bankacılık, sigortacılık) şeklinde uygulandığı görülmektedir.

İşletmeler yüksek seviyedeki pazar fırsatlarını kavradıklarında, BİT ve e-işletme uygulamaları için daha çok kaynak ayıracaklardır. Sektör araştırmaları, farklı sektörler arasında KOBİ'lerin interneti ticari faaliyetlerde kullanımında bazı farklılıklar olduğunu göstermektedir. Avrupa'da KOBİ'lerin 1/3'ü tedarik işlemlerinin yanısıra ürün ve hizmet bilgilerinin tanıtımını internet aracılığıyla yapmaktadırlar. Üretim, toptan ve hizmet sektöründeki firmaların çoğunluğu, perakende ve inşaat sektöründeki firmalara oranla interneti daha fazla kullanmaktadır (Grafik 4).

Grafik 4: AB'de KOBİ'lerin Sektörler İtibariyle İnterneti Ticari Faaliyetlerinde Kullanma Şekilleri



Kaynak: OECD (2004); *ICT, E-Business and SMEs, Promoting Entrepreneurships and Innovative SMEs in a Global Economy: Towards A More Responsible And Inclusive Globalisation*, 2nd OECD Conference Of Ministers Responsible For Small And Medium-Sized Enterprises (SMEs), İstanbul, Turkey 3-5 Jun, s. 33.

Turizm gibi hizmet sektöründe de e-ticaret yaygın olarak kullanılmaktadır. Bununla birlikte, daha yüksek seviyede pazar payına sahip perakende ve finans sektörünün bir kısmı, e-işletmeye daha çok yatırım yapma yolundadır. Firmalar arasındaki tedarik zincirinin çok yaygın olarak işlediği tekstil ve otomotiv sektöründe on-line işletmeden işletmeye (B2B) ilişki için stratejik bir gereklilik olarak görülmektedir. Bununla birlikte, pek çok sektörde internet ticaretinde engeller mevcuttur. Turizm sektöründe, bilgisayar sistemleri arasındaki uyumsuzluk ve düşük kapasiteli küçük acentelerin varlığı özellikle B2B

tedarik zincirinde sorunlara yol açmaktadır. Perakende sektöründe ise, e-işletmenin başarı faktörlerinden güvenlik konusunun çok daha önemli olduğu görülmektedir. Tekstil ve otomotiv gibi üretim sektöründe ise KOBİ'lerce e-işletmeden faydalanma yüksek kurulum maliyeti ve kapalı BİT sistemleri gerektirmektedir (OECD, 2004:33).

4. Türkiye'de KOBİ'lerde BİT ve E-İşletme Uygulamaları

4.1. KOBİ'lerin Türkiye Ekonomisindeki Yeri ve Önemi

KOBİ'ler ekonomilerin omurgası, istihdamın beşiği, bölgesel kalkınmanın kaçınılmaz denge unsuru ve sosyolojik yapının temel taşları olup ülke ekonomilerinde etkin rol oynamaktadır. Türkiye'de KOBİ'lerin ülke ekonomisinde etkinliğinin %5,35 gibi önemli bir orana sahip olduğu görülmektedir (KOSGEB, 2006:7). 1997 yılı itibariyle, toplam işletmelerin %99,32'sinin KOBİ olduğu gözlenmektedir. Toplam istihdam içinde KOBİ'lerin payı ise, %56,29'dur. Toplam işletmeler ve toplam istihdamdaki payının aksine KOBİ'lerin toplam katma değer içindeki payı %24,32 gibi düşük bir düzeyde seyretmektedir. 1999 yılında ise KOBİ'lerin Türk imalat sanayindeki işletmeler içindeki payı %99,2, toplam istihdamdaki payı % 55,9 ve toplam katma değerdeki payı da %24,2 olmuştur (DPT, 2000; 124). DİE 2003 Yılı Genel Sanayi ve İşyeri Sayımı sonuçlarına göre, imalat sanayindeki işletme sayısı 246 906 olarak belirlenmiştir. İmalat sanayinde faaliyet gösteren tüm işletmelerin içinde KOBİ'lerin sayısal oranı %99,32'dir (KOSGEB, 2006:6). Dolayısıyla bu rakamlar KOBİ'lerin Türkiye ekonomisi ve imalat sektörü için ne kadar hayati bir öneme sahip olduğunu gözler önüne sermektedir. Ancak burada hemen belirtelim ki, 1-9 işgören çalıştıran küçük ölçekli işletmelerin toplam işletmeler içindeki oranı yüksektir. Bu yükseklik, çalışma kanunlarından doğan bazı yükümlülüklerin, işverenler üzerinde fazla işçi çalıştırmama yönünde etkili olmasına bağlanabilir (Ekin, 1996; 87-88).

Tablo 4'deki büyük, orta ve küçük ölçekli işletmelerin toplamını içeren dağılıma bakıldığında, işletmelerin en yoğun olduğu sektörün ticaret sektörü olduğu arkasından imalat sanayi sektörünün ağırlık kazandığı görülmektedir (KOSGEB, 2006:6).

Mevcut işletme sayısı itibariyle istihdam yapısını korumanın yanısıra KOBİ'lerin ekonomiye yapmış oldukları katkılardan birisi de, işsizlikle mücadelede en etkin yol olmasıdır. İşsizlikle mücadelenin en etkin yolu, kişilerin kendi işlerini kurmalarını diğer bir ifadeyle girişimciliği desteklemektir. Klasik anlayıştaki işsizlikle mücadelede en etkin yolun yeni yatırımlar yolu ile istihdam yaratma fikri, artık

geçerliliğini yitirmeye başlamıştır. Çağdaş işsizlikle mücadele yöntemi, yeni girişim fikirlerinin ortaya çıkmasına uygun zemin hazırlayarak insanların kendi işlerini kurmalarının desteklenmesinden geçmektedir. Birçok ülkedeki girişim destekleme işletmeleri bu amaçla kurulmaktadır (Bal, 2002:35-36).

Tablo 4: Türkiye’de KOBİ’lerin Sektörel Dağılımı

Sektör	İşletme Sayısı	%
Ticaret	794.744	46,19
İmalat Sanayi	246.906	14,35
İnşaat	35.788	2,08
Turizm	163.112	9,48
Ulaştırma	244.497	14,21
Sosyal Hizmetler	90.765	5,27
Diğer sektörler	144.786	8,42
Toplam	1.720.598	100,00

Kaynak: KOSGEB (2006); *KOSGEB 2006 Yılı Çalışma Programı*, <http://www.kosgeb.gov.tr/Ekler/Dosyalar/Duyuru/592/2006%20Calisma%20Prog.%20SON.doc>, (Erişim Tarihi: 20.08.2006).

Ülkemizde KOBİ’lerin sosyo-ekonomik açıdan üzerinde durulması gereken önemli bir boyutu enformel sektörde yoğunlaşmasıdır. Ödeme gücü kapasitesini aşacak düzeyde imzalanan toplu sözleşmeler işletmeleri fason imalata veya taşeron kullanımına yönlendirmektedir (Murat, 1995:51). Türkiye’de KOBİ’lerin enformel sektörde yoğunlaştığının bir başka göstergesi de işyerlerinin önemli bir bölümünün herhangi bir meslek kuruluşuna kayıtlı olmamasıdır. Nitekim yapılan bir çalışmada KOBİ’lerin yoğun olarak bulunduğu Denizli ve Gaziantep illerinde faaliyette bulunan işletmelerin sırasıyla %11,8 ve %20,1’in herhangi bir meslek kuruluşuna kayıtlı olmadığı belirlenmiştir (Keleş, 1998:16).

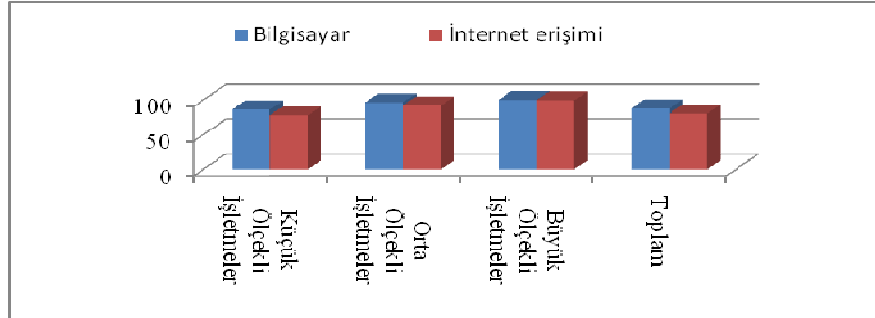
4.2. Genel Olarak BİT ve E-İşletme Uygulamaları

4.2.1. Bilgisayar, İnternete Erişim ve Web Sitesi Kullanımı

Türkiye’de 2001 ekonomik krizi ve internet kullanımının maliyeti gibi koşullara rağmen internet servis sağlayıcıları ve mobil telefon piyasaları hızla büyümektedir. Bankalar ve finansal kuruluşlar internet kullanımında öncü rol oynamakta ve büyük bankaların çoğu web sayfaları üzerinden faaliyetlerini yürütmektedir. İstanbul Menkul

Kıymet Borsası'nda menkul kıymet işlemlerinin WAP telefonlar ile yapılması teşvik edilmektedir. "E-Dönüşüm Türkiye" projesinin temel hedeflerinden birisi de BİT'i tüm alanlarda etkin hale getirmek ve yaygınlaştırmaktır (Özgüler, 2004).

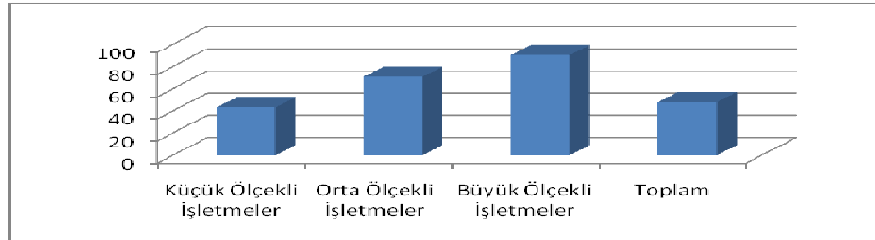
Grafik 5: Büyüklüklerine Göre Bilgisayar ve İnternet Erişim Oranlarına Sahip İşletmelerin Oranı



Kaynak: http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=49, (Erişim Tarihi: 19.04.2007).

Türkiye İstatistik Kurumu tarafından ilk defa gerçekleştirilen işletmelerde bilişim teknolojileri kullanımı araştırması sonuçlarına göre; 2005 yılı Ocak ayı içerisinde işletmelerde bilgisayar kullanımı ve internet erişimi oranları sırasıyla %87,76 ve %80,43 olarak tespit edilmiştir. İnternet erişim oranı işletmenin büyüklüğü ile artmaktadır. 250 ve daha fazla işgöreni olan işletmelerde internet erişimi %99,22 iken, 10-49 işgöreni olan işletmelerde bu oran %77,97'dir.

Grafik 6: Büyüklük Grubuna Göre, Web Sitesi ya da Ana Sayfası Olan Girişimlerin Oranı



Kaynak: http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=51, (Erişim Tarihi: 19.04.2007)

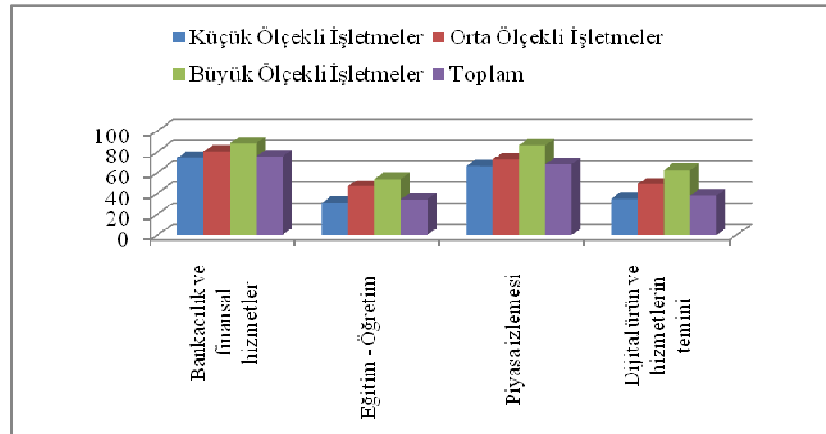
Kendi web sitesine sahip olan işletmelerin oranı %48,20'dir. 250 ve daha fazla çalışanı olan işletmelerde web sitesi sahipliği, 10-49

çalışanı olan işletmelere göre yaklaşık iki kat daha fazladır. Web üzerinden sunulan hizmet türleri içerisinde, ürünlerin pazarlanması ilk sırada yer almaktadır ([http://www.tuik.gov.tr/ Pre Haber Bultenleri.do?id=275](http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=275)).

4.2.2. İnterneti Kullanım Amaçları

İnternet erişimine sahip işletmelerin %75,36'sı bankacılık ve finansal hizmetlerden faydalanmak, %67,72'si piyasayı izlemek, %37,96'sı dijital ürün ve hizmetleri tedarik etmek ve %34,31'i eğitim-öğretim faaliyeti gerçekleştirmek amacıyla interneti kullanmaktadır.

Grafik 7: İnternet Erişimi Olan İşletmelerin İnterneti Kullanım Amaçları



Kaynak: http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=51, (Erişim Tarihi: 19.04.2007).

4.2.3. E-Ticaret

Özellikle 1999 yılından itibaren internet kullanıcılarının sayısındaki hızlı artış, Türkiye'deki işletmeleri de internet ortamına girmeye zorlamıştır. Türkiye'de 1999 yılı itibari ile e-ticaret uygulamaları B2C satış biçiminde gerçekleşmiştir. Daha sonrasında, dünyadaki mevcut uygulamalarda da olduğu gibi Türkiye'de de büyük ölçekli işletmelerden başlamak üzere birçok işletmenin tedarikçileri ve bayileri arasındaki işlemleri internete taşımaları, B2B e-ticaretin yaygınlaşmasına olanak sağlamıştır. (Erdem ve Efiloğlu, t.y.).

Tablo 5: Türkiye’de E- Ticaretin Gelişimi

E-Ticaret Türleri	2001	2002	2003	2004
B2C e-ticaret hacmi (milyon \$)Türkiye	69,7	177	365,2	614,3
B2B e-ticaret hacmi (milyon \$) Türkiye	298	656	1457	3235

Kaynak: <http://www.eticaret.org/sureci.htm>, (Erişim Tarihi: 20.04.2007).

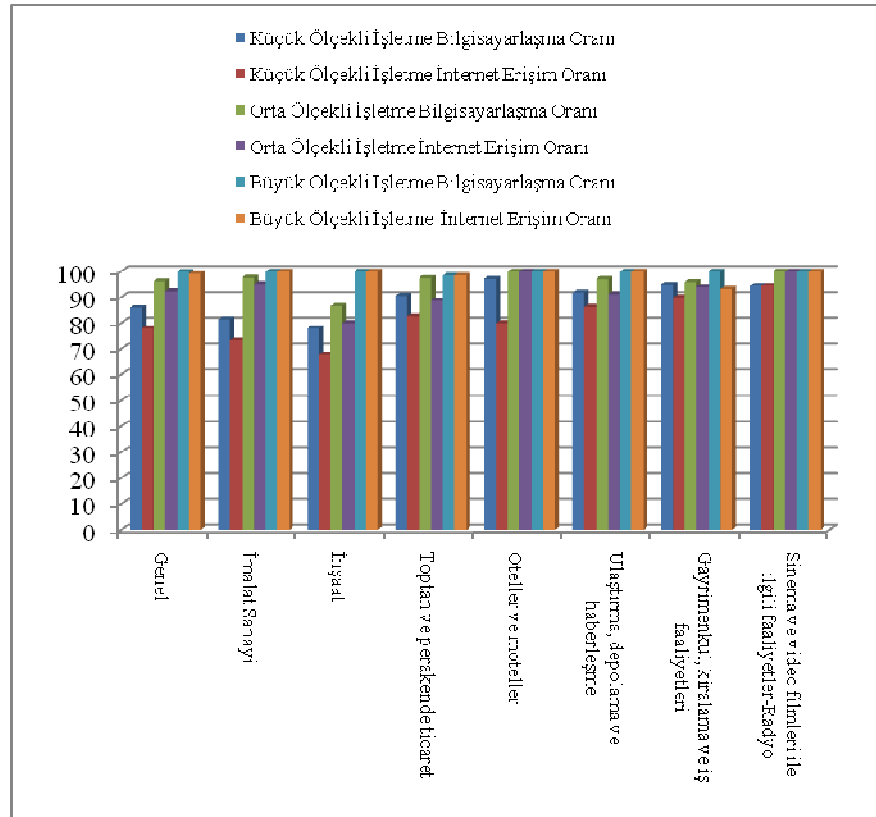
Tablo 5’e bakıldığında, 2001-2004 döneminde B2C e-ticaret 69,7 milyon dolardan 614,3 milyon dolara yükselirken, B2B e-ticaret 298 milyon dolardan 3235 milyon dolara çıkmıştır. Bu rakamlar B2B e-ticaret hacminin B2C e-ticaret hacmine göre daha yüksek olduğunu göstermektedir. E-ticaret hacmindeki bu artış işletmelerin bilgisayar ve internet kullanımındaki artıştan kaynaklanmaktadır.

4.2.4. Sektörler İtibariyle BİT ve E-İşletme Uygulamaları

Türkiye’de bilgisayar ve internete erişim oranı sektörler itibariyle analiz edildiğinde, oranların farklılık gösterdiği gözlenmektedir. 10-49 işgören çalıştıran işletmelerde bilgisayar oranı açısından ilk sırada oteller ve moteller yer almaktadır. Bu sektörü %95 ile gayrimenkul kiralama ve iş faaliyetleri ve %94,44 ile sinema ve video filmleri faaliyetleri ile radyo ve televizyon faaliyetleri izlemektedir. Bu işletme ölçeğinde internete erişim bakımından ilk üç sırayı; sinema ve video filmleri ile ilgili faaliyetler-radyo ve televizyon faaliyetleri (%95,44), gayrimenkul kiralama ve iş faaliyetleri (%90), ulaştırma, depolama ve haberleşme faaliyetleri (%86,30) paylaşmaktadır.

50-249 işgören çalıştıran işletmeler arasında oteller ve moteller ile sinema ve video filmleri faaliyetleri ile radyo ve televizyon faaliyetleri %100 düzeyinde bir bilgisayarlaşma ve internet erişim oranına sahiptir.

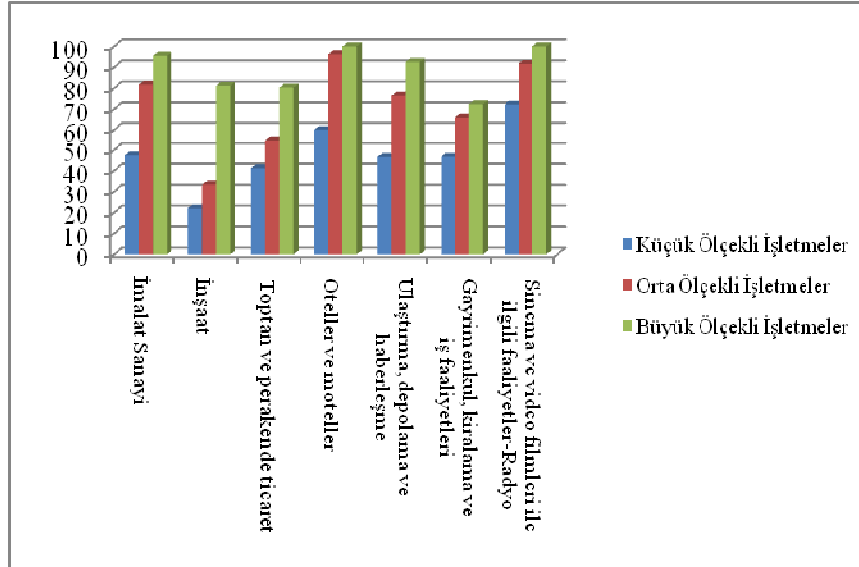
Grafik 8: Sektörler İtibariyle Bilgisayar ve İnternet Erişimine Sahip İşletmelerin Oranı



Kaynak: http://www.tuik.gov.tr/PreIstatistikTablo.do?istab_id=49, (Erişim Tarihi: 19.04.2007).

250 ve daha fazla işgören çalıştıran işletmelerde toptan ve perakende ticaret faaliyetleri (%98,48) hariç araştırma kapsamındaki tüm faaliyet kollarında bilgisayarlaşma oranı %100'dür. İnternete erişim oranı ise, toptan ve perakende ticaret faaliyetleri (%98,48) ve menkul kiralama ve iş faaliyetleri (%93,10) hariç diğer faaliyet alanlarında %100'dür.

Grafik 9: Sektörler İtibariyle Web Sitesi veya Ana Sayfası Olan İşletmelerin Oran



Kaynak: http://www.tuik.gov.tr/PrelstatistikTablo.do?istab_id=52, (Erişim Tarihi: 19.04.2007).

Grafik 9'a bakıldığında, toplamda (%76,16), 10-49 işgören çalıştıran işletmelerde (%72,22), 50-249 işgören çalıştıran işletmelerde (%91,67) ve 250 ve daha fazla işgören çalıştıran işletmelerde (%100) ile web sitesi veya ana sayfası olan işletmelerin en fazla bulunduğu sektör sinema ve video filmleri faaliyetleri ile radyo ve televizyon faaliyetleridir. Bu sektörü toplamda (%67,50), 10-49 işgören çalıştıran işletmelerde (%60), 50-249 işgören çalıştıran işletmelerde (%96,30) ve 250 ve daha fazla işgören çalıştıran işletmelerde (%100)'lük payla oteller ve moteller izlemektedir. Web sitesi veya ana sayfaya sahip olma oranlarının en düşük olduğu sektör ise inşaat sektörüdür.

5. Türkiye'de KOBİ'lerin E-İşletme Uygulamalarına Yönlendirilmesine İlişkin Politikalar

Yukarıdaki açıklamalardan Türkiye'de KOBİ'lerin BİT ve e-ışletme uygulamaları açısından AB ülkelerinin gerisinde kaldığı söylenebilir. Nitekim AB'de işletmelerde e-ışletme uygulamaları internet

üzerinden satın alımlar ve satışlar ile içsel ve dışsal bütünleştirme şeklinde karşımıza çıkarken, Türkiye’de işletmeler bankacılık ve finansal hizmetlerden faydalanmak, piyasayı takip etmek, mal ve hizmet satın almak ve eğitim-öğretim faaliyeti gerçekleştirmek amacıyla interneti kullanmaktadır. Bu da Türkiye’de KOBİ’lerin e-işletme uygulamalarından yeterince yararlanamadığını göstermektedir. Türkiye tam üyelik sürecinde yapılan müzakerelerde diğer alanlarda olduğu gibi bu alanda da AB düzeyine ulaşabilmek için önemli adımlar atma ihtiyacı duymaktadır. Bu ihtiyaç doğrultusunda birçok kurum ve kuruluş KOBİ’lerin BİT ve e-işletme uygulamaları kullanımını artırmaya, girişimcilik ve yenilikçiliği geliştirmeye yönelik girişimlerde bulunmaktadır.

5.1. E-Dönüşüm Türkiye Projesi ve KOBİ’ler

Türkiye, tam üyelik müzakere sürecinde bulunduğu AB gibi, 2010 yılında dünyanın en rekabetçi, en dinamik ve bilgiyi en iyi kullanan ekonomileri arasında yer almayı hedeflemektedir. Bu hedefe paralel olarak “E-Dönüşüm Türkiye Projesi”ni uygulamaya koymuştur. Bu proje ile

- AB müktesebatı çerçevesinde BİT politikaları ve mevzuatının yeniden düzenlenmesi, bu bağlamda e-Avrupa kapsamında aday ülkeler için öngörülen eylem planının ülkemize uyarlanması,
- BİT aracılığıyla vatandaşın, yerel ve merkezi kamusal karar alma süreçlerine katılımını sağlayacak yöntemlerin geliştirilmesi,
- Kamu yönetiminde şeffaflığın ve hesap verebilirliğin sağlanmasına katkıda bulunulması,
- Kamu hizmetlerinin sunumunda BİT’lerden azami düzeyde yararlanılarak iyi yönetim ilkelerinin hayata geçirilmesi,
- BİT’lerin kullanımının yaygınlaştırılması,
- Kaynak israfını azaltmak amacıyla BİT alanında yatırım projelerinin izlenmesi ve değerlendirilmesi amacıyla yatırımcı kamu kuruluşları arasında gerekli koordinasyonun sağlanması,
- BİT sektöründeki özel sektör faaliyetlerine yol gösterilmesi amaçlanmaktadır. (<http://www.bilgitoplumu.gov.tr/edtr.asp#3>).

e-Dönüşüm Türkiye Projesi hukuki alt yapıya ilişkin olarak diğer düzenlemelerin yanısıra elektronik imza kanununun çıkarılmasını ve e-ticaret için uygun ortamın oluşturulması için faaliyetlere girişilmesini planlamıştır. E-ticarete ilişkin olarak da şirket sicil kayıt sisteminin kurulmasını, KOBİ'lerde e-ticaret ve e-iş bilincinin oluşturulmasını, e-ticaret hazırlık değerlendirmesi hizmetinin verilmesini, ortak e-ticaret bilgi havuzunun oluşturulmasını, dış ticarete kullanılan bilgi ve belgelerin elektronik ortamda paylaşılmasını ve dış ticarete e-belgenin uluslararası dolaşımının sağlanmasını öngörmüştür (DPT, 2004a:3-5).

e-Dönüşüm Türkiye Projesi kapsamında yapılan tüm çalışmalar kamu ve özel sektör işbirliği ile gerçekleştirilmektedir. Türkiye'nin e-Devlete geçişi için zorunluluk arz eden yasal düzenlemelerin bir an önce uygulamaya konulması hayati önem taşımaktadır. Bu düzenlemeler sayesinde e-ticaret uygulamasında karşılaşılan sorunların en önemlilerinden biri güven ve güvenilirlik sorunu çözülecektir. 15 Ocak 2004 tarihinde çıkarılan e-imza yasası güven ve güvenilirlik alanında atılmış önemli adımlardan biridir (Barışık ve Yirmibeşçik, 2006:57).

5.2. Türkiye'nin Bilgi Toplumu Stratejisi ve KOBİ'ler

Bilgi toplumu ekonomik ve sosyal alanda bir değişimi ifade etmektedir. Bilgi toplumuna dönüşüm süreci Türkiye'ye giderek güçlenen ekonomisi, genç ve dinamik nüfus yapısı, deneyim sahibi girişimcileri ile önemli fırsatlar sunmaktadır. Bu fırsatları yakalayabilmek için ülkemiz uluslararası rekabet gücü, bilgi ekonomisi, sosyal gelişim ve toplumsal refahı temel alan bütüncül bir dönüşüm stratejisi belirlemiştir. Bu dönüşüm stratejisi 7 temel stratejik önceliğe dayanmaktadır. Bu öncelikler sosyal dönüşüm, BİT'lerin iş dünyasına nüfuzu, vatandaş odaklı hizmet dönüşümü, kamu yönetiminde modernizasyon, küresel rekabetçi bilgi teknolojileri sektörü, rekabetçi, yaygın ve ucuz iletişim altyapı ve hizmetleri ile Ar-Ge ve yenilikçiliğin geliştirilmesi şeklinde sıralanabilir (DPT, 2006a:20).

Devlet Planlama Teşkilatı tarafından yayınlanan Türkiye'nin Bilgi Toplumu Stratejisi'nde tüm sektörlerde işletmelerin BİT kullanımının yaygınlaştırılması, buna paralel olarak öncelikli sektörlerde mal ve hizmet üretim süreçlerinde verimlilik artışı sağlayacak özel bilgi teknolojileri uygulamaları ile işletmelerde rekabet gücünün artırılması için yaygınlık odaklı yatay strateji ve verimlilik odaklı dikey strateji benimsenmiştir. Yatay strateji, sektör ve bölge ayrımı gözetmeksizin tüm KOBİ'lerin bilgisayar sahipliği aracılığıyla

internet erişiminin arttırılarak e-ticaret yapmaya teşvik edilmesidir. Bu strateji doğrultusunda, başta KOBİ'ler olmak üzere, tüm işletmelerin bilgi ve iletişim teknolojilerini iş süreçlerinde kullanmaları amacıyla öncelikle gerekli hukuki düzenlemeler ve destekleyici kurumsal yapılar geliştirilecek, bilgi paylaşımına olanak tanıyacak kanallar oluşturulacak, farkındalığın artırılmasına yönelik ülke çapında yoğun ve kapsamlı iletişim faaliyetleri yürütülerek mali destek programları hayata geçirilecektir. Dikey strateji ise, stratejik önem taşıyan sektör ve bölgelere ilişkin BİT ihtiyacının belirlenerek bu ihtiyacı karşılayacak sektöre özel verimlilik programlarının hayata geçirilmesidir. Bu stratejilerin uygulanmasıyla 2010 yılında KOBİ'lerin verimliliklerinin BİT desteğiyle arttırılması temel hedefi doğrultusunda;

- Türkiye'de mikro ölçekli işletmeler hariç tüm KOBİ'lerin tamamına yakınının en az bir bilgisayara sahip olması,
- Bu işletmelerin yüzde 70'inin genişbant internet erişimine sahip olması,
- Yıllık toplam ticaretin %15'ini e-ticaret aracılığıyla gerçekleştirmesi,
- İşletmelerin en az %15'inin kurumsal kaynak planlaması ve %12'sinin tedarik zinciri yönetimi gibi bilgi çağının gerektirdiği modern iş uygulamalarını kullanır hale getirilmesi hedeflenmektedir (DPT, 2006a: 26).

Ülkemizin bilgi toplumu stratejisinde KOBİ'lere ilişkin belirlenen hedeflerin gerçekleştirilmesi için e-ticaretin geliştirilmesine yönelik olarak bir dizi faaliyetler belirlenmiştir. Bu faaliyetler e-ticaretin önünde engel teşkil eden güvenlik probleminin e-imza ve diğer mevzuat düzenlemeleriyle giderilmesini, e-ticaret yapan firmaların yetkilendirilmiş kuruluşlarca belirlenmiş standartlara uygunluk açısından denetlenmesini esas alan bir sertifikasyon mekanizması kurulmasını ve işletmelerin bu konudaki farkındalığının arttırılmasını kapsamaktadır. Ayrıca, KOBİ'lerin e-ticaret yapmalarını teşvik edecek programlar oluşturulması da belirlenen faaliyetler arasında yer almaktadır (DPT, 2006a:26).

5.3. E-KOBİ'ler Oluşturmaya Yönelik Diğer Uygulamalar

5.3.1. KOBİ Bilgi Sitesi Projesi

5 Şubat 2005 tarihli ve 25718 sayılı Resmi Gazete'de yayımlanan bir Başbakanlık Genelgesi ile "Yatırım Ortamının İyileştirilmesi Reform Programı" çerçevesinde, KOBİ kurulum ve işletme faaliyetlerine ilişkin olarak ihtiyaç duyulacak tüm bilgilere hızlı ve etkin bir şekilde ulaşılabilmesi amacıyla, internet ortamında tek elden organize edilecek bir site kurulması ve toplanacak bilgilerin kullanıma sunulması kararlaştırılmıştır.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın sorumluluğunda yürütülecek olan proje çerçevesinde;

1. Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği bünyesinde "kobi.tobb.org.tr" erişim adresli bir internet sitesi oluşturulması,

2. Genelge kapsamındaki kamu kurum ve kuruluşları ile mesleki kuruluşlarının internet adresleri ile birlikte KOBİ'lerin kendilerinden alacakları izin, belge ve destekler için yapılması gereken işlemleri anlaşılabilir bir şekilde TOBB bünyesinde açılacak sitede kendilerine ayrılan bölümlere kaydetmesi,

3. Aynı bilgilerin kurum ve kuruluşların kendi internet sitelerinde de yer alması ve sürekli güncelleştirilmesi öngörülmüştür.

Bugün bu proje hayata geçirilmiş olup; KOBİ'lerin ihtiyaç duyduğu bilgiler 10 ana başlık altında verilmektedir. Bunlar işletme kuruluşu, devir ve fesih işlemleri, işletmelerin inşası ve işletmeye açılması sırasındaki izinler, vergi, çalışma, sağlık ve güvenlik mevzuatı ile ilgili bilgiler, üretim ve kalite ile ilgili bilgiler, dış ticaret, işletmeler arası işbirlikleri, veri tabanları, KOBİ'lerin yararlanabileceği destekler, finansmana ilişkin bilgiler, "KOBİ'lere Yönelik AB Bilgileri" şeklinde sıralanmaktadır.

KOBİ bilgi sitesinde internet ortamında işletmeler arasında yurt dışı işbirliği olanaklarını geliştirmek amacıyla TOBB İş Olanakları Sistemi (TOBBİOS) oluşturulmuştur. TOBBİOS yurtiçinde ve yurtdışında ürün ya da hizmet alıp satmak isteyen firmaların birbirleriyle bağlantı kurmalarına yardımcı olmak için geliştirilmiş ve otomatik eşleştirme yapma özelliği bulunan bir işbirliği sistemidir. Sistemde AB'nin kamusal ihaleler için geliştirmiş olduğu "CPV98" adlı ürün ve

faaliyet kodlama sistemi (Türkçe ve İngilizce) kullanılmış ve Türk firmalarının girişi için Türkçe web sayfaları, yabancı firmaların girişi için de İngilizce web sayfaları tasarlanmıştır (<http://isbir.tobb.org.tr>).

5.3.2. Bilişim Destekleri

KOBİ'leri rekabet gücü yüksek birer "e-KOBİ"ye dönüştürmeyi hedefleyen projeler arasında KOBİ'lere bilişim destekleri sağlama da bulunmaktadır. Bu alanda, KOSGEB ve Türk Telekom öncülüğünde "Tek Hedef Bilişim Projesi" uygulamaya konulmuştur (TOBB, 2007:7). Projenin temel amacı, KOBİ'lerin dünya ortalamalarına göre düşük olan bilişim ve iletişim altyapılarını dünya standartları düzeyine çıkarmak ve rekabetçi e-KOBİ'ler haline dönüşmelerini sağlamaktır. Projenin hedef kitlesini imalat sanayi sektöründe faaliyet gösteren ve KOSGEB saha taramasından geçmiş bütün KOBİ'ler oluşturmaktadır.

Proje kapsamında sıfır faizli bilişim kredisi verilmektedir. Proje kapsamında KOBİ'lerin büyüklüklerine ve ihtiyaçlarına göre 4 ayrı kredi paketi belirlenmiştir. Bu paketler kapsamında 25 bin, 15 bin, 7 bin 500 ve 2 bin YTL için 24 ayda geri ödemeli ve "0" faizli kredi sağlanabilmektedir. Krediyeye başvuran KOBİ ait olduğu kategorinin üst limitinden yararlanabilirken kullanılacak banka kredisinin faizi KOSGEB tarafından karşılanmaktadır. Anapara ise 24 ay boyunca 3 aylık dönemlerle geri ödenmektedir. Teknik donanımlar ücretsiz kurulmakta ve Türk Telekom tarafından 2 ay boyunca ücretsiz sınırsız internet erişimi hediye edilmektedir. Proje kapsamında krediden yararlanan tüm KOBİ temsilcilerine ayrıca ücretsiz bilişim eğitimi de verilmektedir.

SONUÇ

Küreselleşme sürecinin itici güçlerinden biri olan BİT'lerdeki yenilikler, ekonomik ve sosyal yaşamın her boyutunu ve toplumun tüm kesimlerini çeşitli yönlerden etkisi altına almaktadır. Bu etkileme, iş dünyasının işletmecilik yöntem ve tekniklerinde ve bireylerin yaşamlarında bir dönüşüme neden olmaktadır. 20.yüzyılın son çeyreğine ve 21 yüzyıla damgasını vuran BİT'ler, insanlık tarihinin sosyo-ekonomik ve kültürel anlamda tarım ve sanayi toplumlarından sonra yaşadığı üçüncü büyük dönüşüm dalgası "Bilgi Toplumu"nun temellerini oluşturmuştur.

Ekonomik küreselleşme karşısında gelişmiş dünyada özellikle pek çok AB ülkesi bilgi toplumu ve ekonomisinde rekabet

üstünlüklerini kaybetmemek ve ekonomik büyümelerini sürdürmek için yaşamın her aşamasında BİT'lerden en üst düzeyde faydalanmayı kendilerine hedef seçmişlerdir.

Ülkemizde e-KOBİ yapılanmasından söz edebilmek için girişimcilik ruhunun arttırılmasına, KOBİ'leri yerel ölçekte üretim ve pazarlama anlayışından küresel ölçekte üretim ve pazarlama yapmaya, KOBİ'lerin BİT ve e-işletme uygulamalarında ihtiyaç duyacağı nitelikli işgörenler yetiştirmeye yönelik yeterli finansal kaynaklara sahip projelerin tasarlanarak uygulamaya konulmasına ihtiyaç duyulmaktadır. Ayrıca, teknik altyapıya ilişkin fiziki ve kurumsal iyileştirmelerin yapılması ve e-ticarete ilişkin yasal düzenlemelerin yasalaştırılarak yürürlüğe konulması ülkemizde küresel ölçekte faaliyet gösteren e-KOBİ'lere ivme kazandıracaktır.

YARARLANILAN KAYNAKLAR

- Bal, Erdal (2002), "Gümrük Birliği ve Avrupa Birliği'ne Giriş Sürecindeki Türk KOBİ'lerinin Sorunları, Çözüm Önerileri ve Türkiye İçin Bir Destek ve Teşvik Modeli," Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Barışık, Salih ve Oya Yirmibeşçik (2006), "Türkiye'de Yeni Ekonominin Oluşum Sürecini Hızlandırmaya Yönelik Uyum Çabaları," ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 2(4): 39-62.
- Dixon, Tim, Bob Thompson ve Pat McAllister (2002), The Value of ICT for SMEs in the UK: A Critical Review of Literature, Report for the Small Business Service Research Programme, The College of Estate Management, Reading.
- DPT (2000), Uzun Vadeli Strateji ve Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 2001-2005, Ankara
- DPT (2004a), KDEP Eylem Gerçekleşme Durumları Değerlendirme Tablosu, Değerlendirme Raporu, Rapor No: 3, Ankara.
- DPT (2006), KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı, DPT Yayınları, Ankara.
- DPT (2006a), Bilgi Toplumu Stratejisi (2006-2010), DPT Yayınları No: 2699, Ankara.

- e-Business W@tch, (2006), DG Enterprise & Industry, e-Business Survey 2006, European Commission, July, http://www.ebusiness-watch.org/resources/documents/TableReport_2006.xls. (Erişim Tarihi, 19. 04. 2007).
- Ekin, Nusret (1996), Küreselleşme ve Gümrük Birliği (Rekabet Gücüne Sosyal Boyutlu Bir Yaklaşım), İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul.
- Erdem, Ayhan ve Özlem Efiloğlu (t.y.), “Bilgi Çağında E-ticaret,” <http://inet-tr.org.tr/inetconf8/bildiri/71.doc>,(ErişimTarihi: 29.10.2006).
- European Commission (2002), Benchmarking National and Regional E-business Policies for SMEs, Final Report of the E-business Policy Group of the European Union, 28 June.
- European Commission (2004), SMEs in Europe 2003, Luxemburg.
- http://ec.europa.eu/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/index_en.htm, (Erişim Tarihi: 13.09.2007). ,
<http://isbir.tobb.org.tr>, (Erişim Tarihi: 20.04.2007)
- <http://www.bilgitoplumu.gov.tr/edtr.asp#3>), (Erişim Tarihi: 21.09.2006).
- <http://www.igeme.org.tr/tur/atn/eticaret.pdf>,(Erişim Tarihi:12.08.2006).
- <http://www.tuik.gov.tr>, (Erişim Tarihi: 19.04.2007).
- <http://www.kosgeb.gov.tr> , (Erişim Tarihi, 20.08.2006).
- Keleş, Ruşen (1998), Kent, Kentleşme ve Enformel Kesim, İstihdam ve Eğitim Projesi İşgücü Piyasası Bilgisi (TOR 6), Devlet İstatistik Enstitüsü Yayınları, Ankara.
- KOSGEB (2006), “KOSGEB 2006 yılı çalışma programı,” <http://www.kosgeb.gov.tr/Ekler/Dosyalar/Duyuru/592/2006%20Calisma%20Prog.%20SON.doc>, (Erişim Tarihi: 20.08.2006).
- Kovacich, Gerald (1998); “Electronic-Internet Business and Security,” Computers & Security, 17 (2): 129-135.
- Li, Peter Ping and Steven Tung-lung Chang (2004), “A Holistic Framework of E-Business Strategy: The Case of Haier in China,” Journal of Global Information Management, 12(2): 44-62.

Kamu-İş; C: 9, S: 3/2007

- Murat, Güven (1995), “Bölümlendirilmiş İşgücü Piyasası Teorisi ve Türkiye Örneği”, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 10(1), s.33-56.
- OECD (2000), Small and Medium Sized Enterprises: Local Strength, Global Reach, Policy, Paris.
- OECD (2004), ICT, E-Business and SMEs, Promoting Entrepreneurships and Innovative SMEs in a Global Economy, Towards A More Responsible and Inclusive Globalisation, 2nd OECD Conference of Ministers Responsible for Small And Medium-Sized Enterprises (SMEs), İstanbul, Turkey 3-5 Jun.
- Ören, Kenan (2003), “Avrupa Birliği ve Türkiye’nin Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelere (KOBİ) Sağladığı Devlet Teşvikleri Ve Kullanım Alanlarının Karşılaştırılması Nevşehir İli’nde Bir Uygulama,” C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 4(2):105–119.
- Özgüler, Verda Canbey (2004), “AB Ülkelerinde Bilgi Toplumu Olma Yolunda Ulusal E-Stratejiler,” İş,Güç, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 6(1), http://isgucdergi.org/index.php?arc=arc_view.php&ex=183&inc=arc&cilt=6&sayi=1&year=2004, (Erişim Tarihi: 05.03 2007).
- Özmen, Şule (2006), Ağ ekonomisinde Yeni Ticaret Yolu: E-Ticaret, İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.
- Reis, Fernando (2006), The Internet and Other Computer Networks and Their Use by European Enterprises to do eBusiness, European Communities,http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-NP-06-028/EN/KS-NP-06-028EN.PDF,(ErişimTarihi: 27.03.2007).
- Sarıarslan, Halil (1994), Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin Finansal Sorunları: Çözüm İçin Bir Finansal Paket Önerisi, TOBB Yayınları, Ankara.
- Simpson, Mike ve Anthony J Docherty (2004), “E-commerce adoption support and advice for UK SMEs,” Journal of Small Business and Enterprise Development, 11(3): 315-328.
- T.C. Ulaştırma Bakanlığı (1998), TUENA, Altyapı Planlaması-Alt İş Paketi Raporu, Ankara.
- Taylor Michael ve Andrew Murphy (2004), “SMEs and E-business,” Journal of Small Business and Enterprise Development; 11(3): 280–289.
- TOBB (2007), Tek Hedef Bilişim Anadolu Yollarında, Bilişim Teknolojileri Haber Bülteni, TOBB Bilgi Hizmetleri Dairesi Aylık Bülteni.