

T.C.
MİLLÎ EĞİTİM BAKANLIĞI



MEGEP

(MESLEKİ EĞİTİM VE ÖĞRETİM SİSTEMİNİN
GÜÇLENDİRİLMESİ PROJESİ)

PAZARLAMA VE PERAKENDE

E- TİCARET

ANKARA 2007

Milli Eğitim Bakanlığı tarafından geliştirilen modüller;

- Talim ve Terbiye Kurulu Başkanlığı'nın 02.06.2006 tarih ve 269 sayılı Kararı ile onaylanan, Mesleki ve Teknik Eğitim Okul ve Kurumlarında kademeli olarak yaygınlaştırılan 42 alan ve 192 dala ait çerçeve öğretim programlarında amaçlanan mesleki yeterlikleri kazandırmaya yönelik geliştirilmiş öğretim materyalleridir (Ders Notlarıdır).
- Modüller, bireylere mesleki yeterlik kazandırmak ve bireysel öğrenmeye rehberlik etmek amacıyla öğrenme materyali olarak hazırlanmış, denenmek ve geliştirilmek üzere Mesleki ve Teknik Eğitim Okul ve Kurumlarında uygulanmaya başlanmıştır.
- Modüller teknolojik gelişmelere paralel olarak, amaçlanan yeterliği kazandırmak koşulu ile eğitim öğretim sırasında geliştirilebilir ve yapılması önerilen değişiklikler Bakanlıkta ilgili birime bildirilir.
- Örgün ve yaygın eğitim kurumları, işletmeler ve kendi kendine mesleki yeterlik kazanmak isteyen bireyler modüllere internet üzerinden ulaşılabilirler.
- Basılmış modüller, eğitim kurumlarında öğrencilere ücretsiz olarak dağıtılır.
- Modüller hiçbir şekilde ticari amaçla kullanılamaz ve ücret karşılığında satılamaz.

İÇİNDEKİLER

AÇIKLAMALAR	iii
GİRİŞ	1
ÖĞRENME FAALİYETİ-1	3
1. E-TİCARETİN ÖZELLİKLERİNİ TANIMLAMAK	3
1.1. Elektronik Ticaret Kavramı	3
1.1.1. Elektronik Ticaret (e-ticaret) nedir?	3
1.1.2. Elektronik Ticaretin (e-ticaret) Önemi	6
1.1.3. Elektronik İş (e-iş)	9
1.2. Elektronik Ticaret Ödeme Araçları.....	10
1.2.1. Kredi Kartı.....	10
1.2.2. Elektronik Para	11
1.2.3. Elektronik Çek	11
1.2.4. Diğer Ödeme Araçları.....	11
UYGULAMA FAALİYETİ	12
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	13
ÖĞRENME FAALİYETİ- 2	15
2. E-TİCARETİN YARARLARINI KARŞILAŞTIRMAK	15
2.1. Elektronik Ticaretin Etkileri	15
2.1.1. E-Ticaretin Ekonomik ve Sosyal Yaşama Etkileri	15
2.1.2. E-Ticaretin KOBİ'lere Etkileri.....	17
2.1.3. E-Ticaretin Yönetime Etkileri	17
2.1.4. E-Ticaretin Reklamcılığa ve Pazarlamaya Etkileri.....	18
2.1.5. E-Ticaretin Tüketiciye ve Alışverişe Etkileri	20
UYGULAMA FAALİYETİ	22
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	24
ÖĞRENME FAALİYETİ- 3	26
3. E-TİCARETTE SÖZLEŞME OLUŞTURMAK	26
3.1. E-Ticarette Sözleşme Oluşturma	26
3.2. Kullanıcı Sözleşmesi.....	27
3.2.1. Taraflar	27
3.2.2. Kullanım ve Üyelik Şartları.....	28
3.2.3. Ücretler	28
3.2.4. Şirketin Görev ve Sorumlulukları.....	28
3.2.5. Üyelerin Sorumlulukları.....	30
3.2.6. Teklif Verme ve Satın Alma	30
3.2.7. Ürün Sergileme ve Satış	30
3.2.8. Kullanıcı Bilgileri	32
3.2.9. Gizlilik	33
3.2.10. Erişim ve Müdahale	33
3.2.11. Kullanıcı Profili Değerlendirme Sistemi	33
3.2.12. Üyelikten İhraç	34
UYGULAMA FAALİYETİ	36
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	38
ÖĞRENME FAALİYETİ- 4	40
4. E-TİCARETTE MAL ve HİZMET ALIP SATMAK	40
4.1. E- Ticaretin Öğeleri	40

4.1.1. E-Posta.....	40
4.1.2. Elektronik Firma (e-firma)	41
4.1.3. Alıcı	43
4.1.4. Bankalar.....	47
4.1.5. Sigorta.....	49
4.1.6. Nakliye.....	50
UYGULAMA FAALİYETİ	54
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	56
MODÜL DEĞERLENDİRME	61
CEVAP ANAHTARLARI	62
ÖNERİLEN KAYNAKLAR.....	64
KAYNAKÇA.....	65

AÇIKLAMALAR

KOD	342PR0064
ALAN	Pazarlama ve Perakende
DAL/MESLEK	Alan Ortak
MODÜLÜN ADI	e-Ticaret (Elektronik Ticaret)
MODÜLÜN TANIMI	Bilgisayar ve buna bağlı olarak interneti etkin bir şekilde kullanarak, internet üzerinden mal alış satışına; yani e-ticaret'e yönelik kavram, ödeme araçları, hukuksal kurallar, öğeler ve e-ticaretin ekonomik, sosyal ve kültürel yaşama etkilerinin bir düzen içinde açık ve anlaşılır olarak anlatıldığı öğrenme materyalidir.
SÜRE	40/32
ÖN KOŞUL	Bilgisayar ve internet kullanmak.
YETERLİK	Elektronik ticaret yapmak.
MODÜLÜN AMACI	Genel Amaç Sanal ortamda hukuksal kurallara uyarak e-ticaret yapabileceksiniz. Amaçlar ➤ E-Ticaretin özelliklerini ve araçlarını tanımlayabileceksiniz. ➤ E-Ticaretin yararlarını karşılaştırabileceksiniz. ➤ E-Ticarette sözleşme oluşturabileceksiniz. ➤ E-Ticaretle mal ve hizmet alıp satabileceksiniz.
EĞİTİM ÖĞRETİM ORTAMLARI VE DONANIMLARI	Sınıf ortamı ve büro ortamında projeksiyon, bilgisayar donanımı ve internet erişimi sağlanmalıdır.
ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME	Modülün içinde yer alan her faaliyetten sonra, verilen ölçme araçlarıyla kazandığınız bilgi ve becerileri ölçerek kendinizi değerlendireceksiniz. Öğretmen; modül sonunda size ölçme aracı uygulayacak, modül ile kazandığınız bilgi ve becerileri ölçerek değerlendirecektir.

GİRİŞ

Sevgili Öğrenci,

Günümüzde en çok konuşulan kavramların başında globalleşme gelmektedir. Globalleşme “Coğrafi sınırların ve uzaklıkların önemini yitirmesi” olarak tanımlanabilir. Globalleşmede en önemli unsurlardan biri, bilgi ve bilgiye kolay ve hızlı ulaşımı sağlayabilmektir. Şirketler globalleşen bir pazar içinde rekabet edebilmek için hıza ve iletişime ihtiyaç duymaktadır. Teknolojik gelişmeler sayesinde işletmelerin ulusal pazarlardan uluslararası pazarlara çıkması gittikçe kolaylaşmıştır.

Bilgisayardaki teknolojik gelişmelerle internet, artık dünyamıza girmiş ve iş yaşamının vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir. İnternetin hayatımıza girmesiyle e-ticaret kavramı da sözlüklerde yer almaya başladı. E-ticaret en basit şekliyle “İnternet üzerinden mal ve hizmet alım satımı” olarak tanımlanabilir. E-ticaret sayesinde artık hepimiz evimizde, oturduğumuz yerde alışveriş yapabileceğiz. Şirketler ise belki de hiç akıllarına bile gelmeyecek bir ülkedeki bir müşteriye çok rahat bir şekilde ulaşabilecekler.

İyi bir eğitim ve kariyer için, yaşamını sürdürebilmek amacıyla sağlayacağın kazançlar için yapmanız gereken, teknolojinin ve değişimin gerisinde kalmamak, değişimi yaşamak ve öğrenmektir. Şunu unutmayınız ki bilgisayarı etkin kullanabilen, sanal ticaretin kurallarını, ilkelerini ve sınırlarını iyi kavrayan bireyin ülke ekonomisine büyük katkılar sağlayacağı açıktır.

Dünyada artık sınır diye bir şey kalmadı. Sen de artık sınırlarını aş ve seni dünyanın her tarafına götürebilecek ufuklara yelken aç. Şunu unutma ki iyi bir başlangıç iyi bir son için ilk adımdır ve bu modül senin için iyi bir başlangıç olacaktır.

ÖĞRENME FAALİYETİ-1

AMAÇ

Bu öğrenme faaliyeti ile e-ticaretin özelliklerini ve araçlarını tanımlayabileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- İnternetin insanlığa etkisini araştırınız?
- Elektronik ticaret yapan firmalara giderek elektronik ticaretle ilgili bilgiler toplayınız.
- Elektronik ticaret yapan bir internet sitesi bularak inceleyiniz?
- Elektronik ticarete ödemeler hangi yollarla nasıl gerçekleşir, açıklayınız?

Yukarıdaki araştırmaları, sınıfta gruplara ayrılarak araştırınız ve elde ettiğiniz sonuçları sınıfta proje halinde sunarak tartışınız. Araştırma işlemleri için internet ortamı ve ticaret yapan şirket ve kurumları gezmeniz gerekmektedir.

1. E-TİCARETİN ÖZELLİKLERİNİ TANIMLAMAK

1.1. Elektronik Ticaret Kavramı

1.1.1. Elektronik Ticaret (e-ticaret) nedir?

İnsanoğlu her geçen gün hayatına yeni ve değişik şeyler katmaktadır. Hiç şüphe yoktur ki bu yenilik ve değişimler insanların ve ulusların geleceği ile ilgilidir. Özellikle son dönemde bilgi ve iletişim teknolojilerinde meydana gelen hızlı gelişmeler, insanoğlunun hayatında bir çok ilke imza atmaktadır. İşte bu ilklerden biri de“Elektronik Ticarettir (E-Ticaret)’tir.

Bilindiği gibi “ticaret” ifadesi kavramsal olarak “mal veya hizmetin satın alınması ve satılması” işlemlerini kapsamaktadır. Bu sürecin elektronik ortamda yani internet üzerinde yapılması e-ticaret kavramını ortaya çıkarmıştır. Yani e- ticaret mal ve hizmetlerin internet üzerinden alım ve satımı işlemidir.



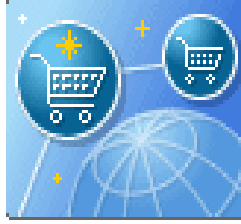
Resim 1.1: E- ticarete sınır yoktur

E-ticaretin tanımı konusunda farklı ülkelerin kuruluşları tarafından farklı tanımlar yapılmaktadır. Ancak e-ticaret konusunda en yaygın genel kabul görmüş tanım OECD tarafından 1997’de yapılan tanımdır. Bu çerçevede e-ticaret aşağıdaki eylemleri kapsayan süreç olarak tanımlanmaktadır;

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

E-Ticaret, mal ve hizmetlerin üretim, tanıtım, satış, sigorta, dağıtım ve ödeme işlemlerinin bilgisayar ağları üzerinden yapılmasına olanak sağlar. E-ticaret ile daha esnek yapıya kavuşan, tedarikçileri ile daha yakın çalışan, müşterilerin beklenti ve ihtiyaçlarına daha hızlı cevap veren firmalar global ölçekte değişim yaşamamaktadır. E-ticaret, firmalara en iyi tedarikçiyi seçme ve bütün dünyaya satış yapma imkanı sunmaktadır.

Müşteri beklentilerindeki mal ve hizmet arzındaki artış, iş dünyasındaki rekabeti küresel ölçekte zorlaştırmaktadır. İşadamları buna uyum sağlamak için organizasyonlarını ve çalışma tarzlarını değiştirmekte, firma-müşteri-tedarikçi arasındaki bariyerleri internet ve e-ticaret ile kaldırmaktadır. İnternetin hızla yaygınlaşması, elektronik ticareti, ticari işlemlerin yürütülmesinde yeni ve çok etkin bir araç haline getirmiştir. Elektronik ticaret son yıllarda yaşanan ve bilgi iletişimini kolaylaştıran teknolojik gelişmelerin bir ürünü olarak ortaya çıkmıştır.



Resim 1.2: Dünyanın her yerinde alışveriş e-ticaretle mümkün

Ülkemiz de 1998'den sonra bazı büyük alışveriş merkezleri internet üzerinde satış mağazaları açmışlar, ayrıca kurumlara ve bireysel girişimcilere elektronik dükkan (e-dükkan) kiralayan servis sağlayıcılar ortaya çıkmaya başlamıştır. Basın ve bankacılık alanlarında, konularında öncü niteliği olan bazı kuruluşlar, e-ticaret alanında da yatırımlarını (2000'lerin başlarında) hızlandırmışlardır.

The screenshot shows a Microsoft Internet Explorer browser window displaying an e-commerce website. The address bar shows a URL ending in ".com.tr". The website has a blue header with a search bar and navigation links. The main content area is divided into several sections: "ÜRÜN ARAMA" (Product Search), "TAVSİYE ÜRÜN" (Recommended Products), "EN YENİ ÜRÜNLER" (Newest Products), and a grid of product categories including "LCD/PLAZMA", "Bilgisayar", "Elektronik", "Telefon", "Kişisel Bakım", "Foto/Video Kamera", "Kitap", "Hobi", "Sağlık", "Film", "Taki", "Giyim-Aksesuar", "Müzik", "Gömlek, Kravat, T-Shirt", "İç Giyim", "Oyuncak", "Aksiyon Figürleri, Şaka Ürünleri, Okul Öncesi", "Ev", "Dekorasyon, Ev Tekstil, Mutfak", "Saat", "Momentus, Tissot, Seiko, Çocuk, Swatch, Casio", "Gourmet", "Kahve", "Haftanın Ürünleri", "Hediye Aksesuar", "T-box", "Aksesuarlar, Basics, İç Çamaşınlar, Plaj zamanı, Prezervatifler", "Kampanya", "Braun Kişisel Bakım, Futbol Belgeselleri", "Turkcell", "Kırtasiye", "Çiçek", "Kutlama, Bitki, Kuru Çiçek", "Outdoor&Camping", "Çadırlar, Çakılar, Kamp ekipmanları, Teleskop ve Dürbünler", "Apple Store", "İpod, Mac, İpod Aksesuarları", and "Pet Shop". A prominent banner on the right side advertises "12 TAKSİT" and "KARGO BEDAVA" (Free Shipping). The bottom right corner features a "DUYURU SERVİSİ" (Notice Service) section.

Şekil 1.1: İnternette e-ticaret yapan bir mağazanın ana sayfası

1.1.2. Elektronik Ticaretin (e-ticaret) Önemi

İnternet üzerinden alışveriş yapma, arandılan ürün ya da hizmeti, çarşı pazar dolaşım yorulmadan pek çok alternatifi bir arada görerek kısa sürede bulma ve satın alma imkanı sağlar. Bu sayede alışveriş için harcanan zamandan sağlanan tasarruf, kazanılan vaktin başka alanlarda daha verimli bir şekilde kullanılmasını mümkün kılar. İnternet üzerinde uçak, tren veya otel odası rezervasyonu, online bilet alımı gibi işlemler zaman kaybetmeden kolayca gerçekleştirilebilir. Kitap, CD, bilgisayar, hediyelik eşya, yiyecek, giyecek ve daha birçok ürün, satıldığı yere gitmeye gerek kalmadan internet üzerindeki mağazalardan sipariş edilebilir.

Günümüz işletmelerinin e-ticaret konusuna, daha fazla önem vermeleri ve buna bağlı olarak AR-GE faaliyetlerine ağırlık vermeleri gerekmektedir. Çünkü e-ticaret modelleri işletmelerin yeni pazarlara açılmasına yardım etmektedir.



Resim 1.3: Her türlü mal ve hizmete ulaşım

Aynı zamanda iletişim teknolojilerinin sağladığı hız, ucuzluk ve güven pazarlama stratejileriyle birleştiğinde, işletmelerin kârlılığını arttırmaktadır. Ticaret ve iş ilişkilerinde elektronik ortamların ve özellikle internet teknolojilerinin kullanılmasıyla; mevcut iş olanakları artacaktır. Buna bağlı olarak, pazarlanan ürünlerin satışı daha kolaylaşacak, reklam, ürün tanıtım, satış öncesi ve sonrası destek ve benzeri kanallar tamamen elektronik ortamda daha efektif kullanılacaktır. Otomatik bilgi dağıtım sistemi yardımıyla, müşterilere ve daha geniş kitlelere kolayca ulaşılacaktır, global olarak, iş dünyasıyla olan etkileşim artacaktır. İş verimlilik analizleri ve planlamalar daha kolay yapılarak Uluslar arası pazarlara kolayca ulaşabilme olanağı sağlayacaktır.

Geleneksel ticaret karşısında elektronik ticaretin avantajları aşağıdaki şekilde belirlenebilir:

- İstedığınız yere satış / İstedığınız yerden alışveriş: Satıcılar, ürün ve hizmetlerini tüm dünyaya satma imkânı bulurken, alıcılar da sunulan ürün ve hizmetler arasından kolayca seçim yapabilir. Açık ağ üzerinden gerçekleşen e-ticaret faaliyetleri, elektronik iletişimi arttırmıştır. Bu ise, işletmelere, tüm tüketicilere ve diğer işletmelere daha ucuz ve kolay bir şekilde ulaşma olanağı sağlamaktadır. Pek çok işletme, bu yolla pazarlama ağı kurmadan ürünlerini pazarlayabilmektedir.
- Rekabette üstünlük / Hizmet kalitesinde artış: Satıcılar, müşterilerine daha yakın olduklarından, rakiplerinden daha çok tercih edilir. Müşteriler de daha kaliteli hizmete kavuşur. Elektronik ortamda üretim, pazarlama ve dağıtım faaliyetleri maliyetleri düşürmesi nedeniyle, e-ticaret işletmelere ulusal ve uluslararası düzeyde rekabet üstünlüğü sağlamakta ve rekabeti artırmaktadır.
- Satıcılar, müşterilerinin ihtiyaçlarını ayrıntılı ve hızlı bir şekilde öğrenebilir, onlara ekonomik fiyatlarla özel hizmet sunabilirler. Müşteriler de kendilerine uygun ürünlere daha uygun fiyatla sahip olurlar.
- Aracıların azalması / İhtiyaca hızlı erişim: E-Ticaret, ürün ve hizmetleri, çoğu kez üreticiden tüketiciye aracısız olarak ulaştırır. Bu nedenle, maliyet ve zaman açısından hem satıcı hem de alıcı avantajlıdır. Ulusal ve uluslararası ticari işlemlerin elektronik ortamda yürütülmesi zamanın etkin kullanılmasını sağlamaktadır. Böylece ürünlerin sipariş edilmesi ile teslimi arasında geçen süre asgariye inmekte, zamandan kaynaklanan maliyetler ile stok maliyetleri düşmektedir.



Resim 1.4: E-ticaretle dünyayı evinize getirin

- İşlem maliyetinden tasarruf / Daha ucuz ürün ve hizmetler: Elektronik ortamda yapılan işlemler normal işlemlere oranla çok daha ucuza mal olduğundan, hem satıcı hem de alıcı önemli ölçüde tasarruf edebilir. Elektronik ticarete ihtiyaç duyulan belgeler elektronik ortamda hazırlanmakta, bu bilgi ve belgeler ilgililerin kullanımına sunulmaktadır. Böylece, işlemler minimum hata ile kısa bir süre içinde ve kırtasiye masrafı ödenmeksizin tamamlanmaktadır. İnternet 'e dayalı e-ticaret ve elektronik dağıtım sistemleri uluslar arası ticareti hızlandırmaktadır. Tüketiciler için işlem maliyetleri ve nakliye masrafları düşmektedir. Tüketiciler evlerinden çıkmadan sorun yaşamadan ve zaman harcamadan sanal mağazalardan alışveriş yapabilmektedirler.
- Yeni iş imkânları / Yeni ürünler: E-ticaret, mevcut ürün ve hizmetler için pazar yaratmanın ve ticaretin yapısını değiştirmesinin yanı sıra, birçok yeni ürün ve hizmeti de beraberinde getirmiştir. E-ticaret, mal ve hizmet piyasalarının yapısını değiştirmekte, yeni ürünler, yeni pazarlama ve dağıtım tekniklerine yol açmakta, hızlı bir şekilde ürün geliştirilmesi, test edilmesi ve müşteri ihtiyaçlarının tespit edilmesini olanaklı kılmakta, pazar talebindeki değişikliklere hızla yanıt verebilmektedir. Tüketiciler internet sayesinde, yeni mamül ve ürün bilgilerine kolay ulaşabilmekte, bilgi sahibi olmakta ve alternatif ürünleri karşılaştırarak, kolayca satın alabilmektedir.
- E-ticaret, ekonomik bir olgu olmasına karşın, sosyal ve politik yaşamı etkilemektedir. Ekonominin bilgi ve bilgiyi yönetme temeline dayanması, eğitim, kültür, sağlık ve sosyal güvenlik gibi alanlarda internet kullanımını yaygınlaştırmıştır. Bu durum sosyal politikaların yeniden gözden geçirilmesine yol açmıştır.



Resim 1.5: Oturduğunuz yerden istediğiniz yere ulaşın

E-ticaret, 2000'li yıllarda, uzmanların tahmin ettikleri orandan 2-3 kat daha hızlı büyüyen bir ekonomi mekanizmasıdır. Global ekonominin geleceği, artık e-ticaret ağı içinde faaliyette bulunmaktadır. Ticari işletmeler böyle bir ortamda yer almak zorundadır. Yoksa, Pazar payları azalıp gittikçe satış hacimlerinde bir azalma meydana gelecektir. Bu nedenle işletmeler e-ticarette meydana gelen değişimlere uyum sağlamak zorundadır.

1.1.3. Elektronik İş (e-iş)

E-iş (E-Business), her türlü iş bağlantıları ve bunlarla ilgili kısımların elektronik ortamda yürütülmesidir. Yani, bir iş ortamının parçaları olan müşteriler, işçiler, ortaklar arasındaki ilişkiler, yeni iş bağlantı yazışmaları ve benzeri her şey elektronik ortamda gerçekleşir (e-posta kullanarak, sanal proje grupları yoluyla, faks ve data haberleşme sistemleri kullanarak vb). E-iş büyük oranda; potansiyel müşterileri elde tutmak, yeni müşteriler kazanmak ve müşterilerle ilişkileri geliştirmek, hizmet, satış ve bilgilendirme servisleri ile mümkün olan en kısa zamanda müşterilere ulaşmak, üretimde ve her türlü iş prosesinde maliyeti düşürüp verimi arttırmak gibi konularda internet ve özellikle web teknolojilerinin kullanılmasını içerir.

E-iş, e-ticaretten bir çok yönden farklıdır. E-iş, internet haberleşme araçlarını (web bilgi sayfaları, e-mail, grup posta haberleşme araçları, haber öbekleri) kullanarak potansiyel müşterilerle ilişkiye geçmek ve kısa/orta/uzun vadede işinizi geliştirmek, pazarlama, reklam vb. konularda internet teknolojilerini kullanmak anlamına gelir. Kısaca internet ortamı, insanlarla tanışma ve iş yapma mekânıdır. E-iş sonunda illa ki bir para akışı olmayabilir. Ancak e-iş bağlantılarının doğal uzantısı, ticari kazanç sağlamak (para akışı, e-ticaret) olarak düşünülmelidir. E-ticaret ise, elektronik ortamda (büyük çapta internet üzerinde) para kazanacak aktiviteleri içerir. E-ticaret sonucunda, net bir para akışı vardır.

E-iş çalışmalarının sonunda taraflardan herhangi biri ya da hiçbiri para kazanmayabilir,amaç sadece ürün tanımı ya da kişilerle tanışma da olabilir.Ancak e-ticarette,tüm düşünceler para kazanmak çerçevesinde toplanmıştır.E-ticaret faaliyetlerinin sonunda taraflardan biri mutlaka ara kazanır.Temelde her ikisinin de amacı para kazanmaktır.E-iş,yeni pazar payları bulmak ve bu pazar paylarını genişletmeyi hedeflerken, e-ticaret'te ise kolay bir pazar bulmak ve bir başkası satış yapmadan hemen bir ya da birden fazla satış yapmak vardır.



Resim 1.6: İşleri artık internettenhallediyoruz

1.2. Elektronik Ticaret Ödeme Araçları

İnternet üzerinden güvenli bir şekilde ödeme yapılabilmesi için pek çok araç geliştirilmiştir.

1.2.1. Kredi Kartı

Kredi kartının tüm dünyada standart bir ödeme altyapısına sahip olması ve kullanıcı kitlesinin genişliği internet üzerinden yapılan alışverişlerde en çok kullanılan ödeme yöntemi olmasını sağlamıştır. Alışveriş sırasında kredi kartı bilgilerinin üçüncü şahıslarca ele geçirilmesinin önlenmesi amacıyla bu bilgilerin şifrelenmesi esasına dayanan SSL ve SET protokolleri kullanılmakta, böylece alışveriş güvenliği kolaylıkla sağlanmaktadır.



Resim1.7: Kredi kartı e-ticarette en çok kullanılan ödeme aracıdır

1.2.2. Elektronik Para

Elektronik para internet'te kullanılmak üzere geliştirilmiş para birimidir. Elektronik par, günlük hayatta kullanılan mağaza çeklerinin internet ortamındaki karşılığı olarak değerlendirilebilir. Bu sistemden yararlanmak isteyen kişilerin ilk olarak elektronik para hizmeti sunan şirketler tarafından geliştirilen özel yazılımlardan birini bilgisayarlarına yüklemeleri ve o şirketle çalışan bir bankada hesap açtırmaları gerekir. Bundan sonra elektronik para ile anlaşmalı mağazaların sitelerinden veya kendisi gibi elektronik para yazılımını kullanan diğer taraflar ile sanal alışveriş yapabilir. Elektronik para yazılımı, istenen miktarda paranın bir banka hesabından çekilerek, internet üzerinden yapılacak harcamalarda kullanılmak üzere elektronik ortamda saklanmasını sağlar. Her elektronik paranın normal hayatta olduğu gibi bir seri numarası vardır. İnternet üzerinden bir harcama yapıldığında belli seri numaralı elektronik paralar alışveriş yapanın bilgisayarından silinerek alışveriş yapılan bilgisayara geçirilir. Bu şekilde, para akışı aynen günlük hayatta olduğu gibi gerçekleştirilir. Türkiye'de bu sistem henüz uygulamaya geçmemiştir. Dünyada elektronik para hizmeti veren bazı kuruluşlara örnek olarak CyberCash (www.cybercash.com), DigiCash (www.digicash.com) verilebilir.

1.2.3. Elektronik Çek

Elektronik çek, elektronik ticaret gerçekleştiren sitelerin ödemeleri çek olarak kabul etmelerini ve işleyebilmelerini sağlayan bir ödeme sistemidir. Elektronik çek, ABD'de Financial Services Technology Consortium (www.fstc.org) tarafından SDML, Signed Document Markup Language, adı verilen bir işaretleme dili kullanılarak geliştirilmiştir. Elektronik çek sisteminde, ödemeler kredi kartı olmadan banka hesabı bilgilerinin gerekli olanlarının elektronik ticaret sitesine girilmesi yoluyla yapılır. Kullanıcı bir anlamda ticaret sitesine çek keserek ödeme yapmış olur. Bankadaki sistemler yapılan transferleri her gün temizleyerek bahsedilen hesapta alışverişin tamamlanması için gerekli şartların yeterli olup olmadığını kontrol ederler ve bu durumdan elektronik ticaret sitesini şifreli kanallarla haberdar ederler. Bu işlemler takas merkezi olarak adlandırılan finansal kurumlar tarafından da yürütülebilir. Kullanılması kolay bir sistem olmakla birlikte, daha yaygın kullanımı için gerekli sistemlerin finans sektörü tarafından kabul görmesi gerekir. Bu hizmet ülkemizde herhangi bir kuruluş tarafından henüz uygulamaya konmamıştır.

1.2.4. Diğer Ödeme Araçları

Escrip: Bağış ödemeleri gibi bazı özel düşük miktartlı ödemeler için kurulmuş bir sistem.

IPIN: İnternet harcamalarını İSS faturalarına yansıtan bir sistem.

ECharge My Phone: Telefon faturası ile entegre edilmiş bir sistem.

First Virtual: Ödemeleri üçüncü bir kuruluşun toplayıp ilgili taraflara dağıtımını yaptığı bir sistemdir.

PCPay: Smart Card bazlı bir sistemdir.

UYGULAMA FAALİYETİ

İşlem Basamakları	Öneriler
<ul style="list-style-type: none">➤ E-ticareti tanımlayınız.	<ul style="list-style-type: none">➤ Yukarıda verilen bilgilerden yola çıkarak bir tanım yapmaya çalışınız.➤ E-ticaretle ilgili kitaplar okuyunuz.➤ E-ticaretle ilgili internetten araştırma yapınız.
<ul style="list-style-type: none">➤ E-ticaretin unsurlarının sıralayınız.	<ul style="list-style-type: none">➤ Kendiniz e-ticaretle ilgili unsurlar oluşturmaya çalışınız.➤ İlgili konuları bir daha okuyunuz.➤ E-ticaretin unsurlarını yazarak sıralayınız.
<ul style="list-style-type: none">➤ E-iş ve E-ticaret kavramlarını karşılaştırınız.	<ul style="list-style-type: none">➤ E-iş kavramını araştırınız➤ E-iş ve e-ticaret kavramlarının ortak ve farklı yönlerini araştırınız.➤ E-ticaret ve e-iş kavramlarını benzerlik ve farklılık yönünden eşleştirerek karşılaştırmaya çalışınız.
<ul style="list-style-type: none">➤ E- ticaret ödeme araçlarını sıralayınız.	<ul style="list-style-type: none">➤ Yukarıda, konuyla ilgili bilgileri okuyunuz.➤ Çevrenizdeki şirketleri ziyaret ederek hangi ödeme araçlarını kullandıklarını araştırınız.➤ İnternette ödeme araçlarına dair araştırma yapınız.

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

Ölçme Soruları

Mal ve hizmetlerin üretim, tanıtım, satış, sigorta, dağıtım ve ödeme işlemlerinin bilgisayar ağları üzerinden yapılmasına olanak sağlayan sistemdir.

1. Yukarıdaki cümle aşağıdakilerden hangisinin tanımını yapmıştır.
A.) E-İş
B.) Ticaret
C.) E-Ticaret
D.) Reklam
2. Aşağıdakilerden hangisi E-ticaret ödeme araçlarından biri değildir.?
A.) Kredi kartı
B.) Nakit ödeme
C.) Elektronik para
D.) Elektronik çek
3. İnternet harcamalarını ISS faturalarına yansıtan sistem aşağıdakilerden hangisidir?
A.) IPIN
B.) ECharge My Phone
C.) First Virtual
D.) Escript
4. E-ticaret işlem maliyetlerini düşürerek daha ucuz mal ve hizmet sunar
Doğru () Yanlış ()
5. Elektronik iş sonunda kesinlikle para akışı olmalıdır.
Doğru () Yanlış ()
6. E-ticarette en çok kullanılan ödeme aracı elektronik çeklerdir.
Doğru () Yanlış ()

Performans Değerlendirme

Öğrenme faaliyeti ile kazandığımız yeterlilikleri aşağıdaki kriterlere göre değerlendiriniz.

Değerlendirme Kriterleri	Evet	Hayır
➤ E-ticaretin tanımını yapabilir misiniz?		
➤ E-ticaretin önemini kavradınız mı?		
➤ Geleneksel ticaret karşısında e-ticaretin faydalarını sayabilir misiniz?		
➤ E-iş kavramını açıklayabilir misiniz?		
➤ E-iş ile e-ticaret arasındaki farkları yazabilir misiniz?		
➤ e-ticaret ödeme araçlarını yazabilir misiniz?		
➤ E-ticaret ödeme araçlarının kullanım ve fonksiyonlarını biliyor musunuz?		

Değerlendirme

Sorulara verdiğiniz yanıtları modül sonundaki cevap anahtarıyla karşılaştırınız.

Bu faaliyet kapsamında hangi bilgileri kazandığınızı belirleyiniz.

Yanlış cevaplandığı sorularla ilgili konuları tekrar inceleyip öğrenmeye çalışınız.

Tüm sorulara doğru cevap verdiyseniz diğer öğrenme faaliyetine geçebilirsiniz.

ÖĞRENME FAALİYETİ- 2

AMAÇ

Bu öğrenme faaliyeti ile e- ticaretin yararlarını karşılaştırabileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- E-ticaretin sosyal ve kültürel hayata, ekonomik hayata ve yönetime etkilerini ölçmek amacıyla bir anket hazırlayıp gruplar halinde hem elektronik ticaret yapan şirketlere hem de rasgele seçilen tüketicilere uygulayınız ve sonuçlarını sınıfta duyurunuz.
- Kobilere hakkında edindiğiniz bilgileri rapor haline getiriniz. Yazdığımız raporlar paralelinde e-ticaretin kobilere etkilerini arkadaşlarınızla tartışınız.

Hazırladığımız anketleri analiz ederek e-ticaretin etkileri hakkında bilgi edinebilirsiniz. Ayrıca çevrenizdeki kobilere giderek bilgi toplayabilirsiniz.

2. E-TİCARETİN YARARLARINI KARŞILAŞTIRMAK

2.1. Elektronik Ticaretin Etkileri

E-ticaret, özü itibarıyla ekonomik bir olgu gibi algılsa da sosyal ve kültürel alanlarda da etkiler oluşturmaktadır. E-ticaretin; birey, firmalar ve toplum üzerinde farklı etkiler oluşturduğu görülmektedir. Müşteri beklentilerinin pazarı yeniden tanımladığı veya yeni pazarlar oluşturduğu koşullara E-ticareti benimseyen firmalar, daha hızlı uyum sağlamak ve rekabet konusunda avantaj elde etmektedir. Bireylere ise alışveriş, bilgi ve hizmetlere erişim, kamu ile etkileşim konularında fiziki uzaklık ve zaman kısıtlarını ortadan kaldıran yeni yollar sunulmaktadır.

2.1.1. E-Ticaretin Ekonomik ve Sosyal Yaşama Etkileri

OECD tarafından üye ülkelerde 1998 ortalarında yürütülen ve 1999'da yayımlanan araştırmaya göre E-ticaretin, ekonomik ve sosyal yaşamda oldukça kayda değer değişikliklere neden olduğu belirlenmiştir.

Ekonomik yaşama ilişkin etkileri:



Resim2.1: E-ticaretle paranız cebinizde kalsın

İşletmeler arası rekabeti artırmakta

- İşletmelerde genel maliyetleri düşürmekte
- Maliyetler fiyatlara yansımakta
- Tüketici açısından ürün seçenekleri artmakta
- Yukarıdaki (c) ve (d) bentlerindeki faktörler ile pazar gücünün tüketiciye geçmesi sağlanmakta
- “Aracısızlaşma” veya “yeni fonksiyonlar üstlenen araçlar” oluşmakta
- Siber araçlar oluşmakta
- Hayatı kolaylaştırmakta; 7 gün 24 saat (7x24) çalışma prensibi ile sürekli ticaret ve alışveriş imkânı sunmakta
- 7x24 prensibi ile açık olan mağazalar, araçlarının da fonksiyon değiştirmesi ile ürün fiyatlarını 10’a 1 seviyesinde ucuzlatmakta
- Halen firma-firma arası %90 firma-tüketici arası % 10 civarında olan oranın, teknolojik altyapının gelişmesi ve tüketiciye daha kolay ulaşılması ile, firma-tüketici lehinde yükselmesi beklenmekte
- Telekomünikasyon alt yapısındaki gelişmeler, ucuz PC’ler, kablo TV, telefon hatları, vb. altyapı gelişmeleri ile KOBİ’lerin doğrudan evdeki tüketiciye satış yapması ve pazarını genişletmesi tahmin edilmekte
- E-ticaretin yaygınlaşmasındaki teknik ve felsefi niteliğin “şeffaflık” ve “açıklık” olduğu belirtilmekte
- “Açıklık” tüketicinin pazar gücünü artırmakta, fakat kişisel bilgilerin toplanmasıyla aleyhte kullanılabilecek bir veri tabanı yaratmakta
- E-ticaret ile zamanın görece önemi değişmekte, pazara coğrafi olarak yakın olmanın önemi ortadan kalkmakta
- Firma tedarik/zincir yönetiminde düzenli bir planlama ile maliyetler düşürülmekte (ABD’de bu konuda % 15- 20 tasarruf edilmiş durumdadır)
- Web tabanlı pazarlama ve siparişi on-line geçmek de işletme lehine verimliliği artırmakta
- Sipariş alma, alındı makbuzu, fatura tutarlılığı vb. izlemede yapılan hatalar E-Ticaret ile düşmekte, böylece genel maliyetler azalmakta
- Pazar yapısını değiştirmekte
- Firmanın iş organizasyonu ve modelleri değişmekte şeklinde özetlenmektedir.

2.1.2. E-Ticaretin KOBİ'lere Etkileri

Elektronik ticaret, işlem maliyetlerinin düşmesi, pazara giriş engellerinin az olması ve tüketici açısından bilgiye erişimin kolaylaşması ekonomik faaliyetleri tam rekabet ortamına yaklaştırmaktadır. Bu durum, rekabetin artmasına neden olmakta ve ayrıca küçük işletmelerle büyük işletmelerin piyasaya giriş koşulları açısından eşit şanslara sahip olmalarına yol açmaktadır. Bu nedenle, KOBİ'ler açısından elektronik ticaret önemi azımsanmayacak boyuttadır.

Esnek yapılarından dolayı müşteri beklentilerine daha hızlı adapte olabilecek KOBİ'lerin, büyük firmalara oranla e-ticarette daha avantajlı buldukları düşünülmektedir. Dinamik yapıları olan KOBİ'lerin büyük firmalar karşısındaki en büyük dezavantajı olan uzak coğrafyadaki pazar ve müşteriye erişememe sorunu da internet ile ortadan kalkmaktadır.

2.1.3. E-Ticaretin Yönetime Etkileri

İnternet, firmaların iş yapma şeklini de değiştirmektedir

Elektronikleşme: Bilgilerin elektronik ortamda tutulması ile, herhangi biri, herhangi bir zamanda herhangi bir yerden ihtiyaç duyduğu bilgiye bir başkasına gerek kalmadan ulaşabilmektedir. Fiyat listeleri, sipariş formları, tanıtım filmleri, vb. materyaller firmanın servis bilgisayarından intranet aracılığı ile güncel olarak erişilebilmektedir.



Resim 2.2: Dünyayı yönetmeye hazır mısınız.

- **Hareketlilik:** İnternet teknolojisi, kişilere buldukları yerden bağımsız olarak bilgiye erişim imkanı sunmaktadır. Müşterilerine destek vermek için seyahat eden çalışanlarının, ihtiyaç duyduğu bilgiye herhangi bir zamanda herhangi bir yerden güncel olarak ulaşabilmesi, firmanın müşterilerinin ihtiyaçlarına cevap vermedeki performansını artırmaktadır.
- **Çabukluk:** İş adamları, güncel bilgilere gece veya gündüz istedikleri zaman ulaşabilmektedir. İş ortağının veya firmasının web sitesine ulaşarak son fiyat listesine, üretim rakamlarına, malların çıkış tarihine kolaylıkla erişebilmektedir.
- **Çalışma Grupları:** İnternet, verinin paylaşımına ve çalışanların işbirliği yapmasına da altyapı sunmaktadır. Firmalar, haber grupları, konuşma odaları, vb. araçlar ile değişik coğrafi yerlerdeki çalışanlarını bir araya getirerek çalışma grupları oluşturabilmekte, müşterilerinin önerilerini değerlendirebilmektedir.

2.1.4. E-Ticaretin Reklâmçılığa ve Pazarlamaya Etkileri

İşletmeler açısından sanal pazarlamanın birkaç ayrı yönden avantajı bulunmaktadır:

Etkileşimli Elektronik Pazarlama: İşletmeler, etkileşimli olarak ses, görüntü unsurlarını da kullanarak hazırlayacakları sanal mağazalarda müşteri ile karşılıklı etkileşim içinde satışlarını yapabilmektedir.



Resim 2.3: Artık her şey elinizin altında

Etkin ve Hızlı Müşteri Talepleri Yönetimi: Sanal ortamda yapılan alışveriş hangi müşterinin hangi mala talep duyduğu yönünde bir veri tabanı oluşturulmasına imkan sağlamaktadır. Bu kapsamda işletmeler müşteri taleplerini veya satış reyonlarını yönlendirme şansını elde edebilmektedir.



Resim 2.3: E-ticaret bir dünya görüşüdür

E-Ödeme İmkânı: Elektronik ortamda ücretin ödenmesi ve alışverişin elektronik ortamda tamamlanması, işletmeler açısından lojistik altyapıda tasarruf yapılması açısından avantaj olarak değerlendirilmektedir.

Etkileşimli Tedarik Zincir Yönetimi: İşletmelerin nereye, ne kadar, hangi tarihte ürün veya hizmet sağlamaları gerektiğinin kararı ve bunun yönetiminin elektronik ortamda alıcı ve satıcılar arasında etkileşimin sağlanması bir avantaj oluşturmaktadır.

Etkileşimli Stok Yönetimi: İşletmelerin tedarik yönetimlerinin bir başka yönü de stok yönetimidir. Dolayısıyla etkileşimli olarak hangi üründen ne kadar ve hangi süreyle stok bulunduracağını yönetimi de elektronik ortamda gerçekleştirilebilmektedir.

Bankacılık ve Sigortacılık Hizmetlerinde Etkinlik ve Hız: Bu tür hizmetlerde sonuca hızlı erişilmesi, alışverişin hızlı bir şekilde tamamlanması taraflara zamandan tasarruf sağladığı gibi hizmetin etkinliğini de artırmaktadır.

Sanal Anket ve Kamuoyu: Elektronik ortamda alışveriş yapan kesim ile hızlı ve etkin bir şekilde anket yapılıp hizmetin yönlendirilmesi ve istenilen kapsamda kamuoyu oluşturulması da mümkündür.

Bire bir Pazarlama: Elektronik pazarlamada doğrudan tüketiciye hitap ederek birebir pazarlama yapma imkanı bulunmaktadır.

Ancak E-ticaretin yaklaşık üç yıllık geçmişinde büyük bir gelişme ile yaygınlaştığı bilinmekle beraber, birtakım zorlukları içerdiği de gözlenmektedir. Bunlar;

- İşletmelerin, değişen pazar koşullarına uyum sağlayamaması,
- Ayıplı ürün teslimi sonucu şirketlerin ürünü yenilemede lojistik güçlüklerle karşılaşması,
- İşletmelerin hızlı gelişen teknolojik altyapıya uyum sağlayamaması
- İşletmelerin ürün geliştirmede yetersiz kalmaları
- İşletmelerde, ürün dağıtım amaçlı oluşturulan kanalların lojistik olarak yetersiz kalmaları şeklinde özetlenebilir.

2.1.5. E-Ticaretin Tüketiciye ve Alışverişe Etkileri

Sanal dünyada alışveriş yapmak gerek birey gerekse firma olarak müşteriye önemli avantajlar sağlamaktadır:

Hesaplı: Sanal dünyadaki alışveriş, klasik mağazada yaptığımız alışverişten daha ucuzdur. Sanal iş dünyasındaki mağaza kirası, personel gideri, elektrik, vb. masrafların ihmal edilecek düzeyde olması satış fiyatlarına da yansımaktadır. Şehirler arası veya ülkeler arası dolaşarak mağazalar arasındaki fiyat karşılaştırması, bire beş oranında şehir içi telefon ücreti ödeyerek yalnızca İnternet ile yapılabilir.

Kolay ve Rahat: Sanal dünyadaki alışverişi ile evden çıkmadan, trafik ve park sorunu yaşamadan, zaman ve benzin harcamadan muazzam çeşitlilikteki ürün ve hizmetler incelenebilmektedir. Birçok sanal mağaza, ana caddelerdeki benzerlerine kıyasla daha fazla stok bulundurabilmektedir. Ayrıca sanal dünyada yapılacak kısa bir gezinti ile satın alınacak ürün/hizmet ile ilgili uzmanların raporlarına ulaşılabilen, diğer tüketicilerin fikirleri öğrenilebilmektedir.



Resim 2.4: Dünyayı satın almak istiyorsan internet al yeter

Hızlı: Satın almak istenen ürün seçildikten sonra yalnızca beklemek gerekmektedir. Birçok mağaza e-posta servisi ile siparişin hangi aşamada olduğu hakkında (ne zaman kargoya verildi, ne kadar sürede teslimat yapılacak, vb.) müşterisini de bilgilendirmektedir.

Güvenli: Birkaç basit önlemi aldığımızda, sanal dünyadaki alışverişte kredi kartı kullanmanın restoran veya dükkânda kullanmadan daha az riskli olduğu görülmektedir. Birçok on-line satış yapan sanal mağaza, müşterilerin ödeme bilgilerini güvenli olarak ulaştırabilmesi için çeşitli güvenlik önlemleri (SLL, SET) almaktadır. Bilgileri göndermeden söz konusu güvenlik önlemlerinin (alışveriş yapılan mağazanın gerçekten o mağaza olduğunun garanti edilmesi, satıcıya gönderilecek bilgilerin, özellikle kredi kartı, şifrelenerek ulaştırıldığı, vb.) alınıp alınmadığının kontrol edilmesi tüketicinin lehine olacaktır. Web tarayıcı programının altındaki durum çubuğundaki “Anahtar”ın kapalı olması, mağazanın güvenlik önlemi aldığını göstermektedir. Güvenlik önleminin türü ve derecesine anahtarın üzerine tıklayarak ve mağazanın web sitesinden öğrenilmesi gerekmektedir. Ayrıca son dönemde bankalar, internet üzerinde rahat ve güvenli kullanabilmesi için “Sanal Kart” uygulamasını başlatmıştır. Yalnızca İnternette kullanılabilen ve normal zamanda “sıfır TL/\$” limiti olan “Sanal Kart”ın limitini, alışveriş sırasında kart sahibi artırmakta/belirlemekte ve alışverişin sonunda ise kalan miktar olması durumunda tekrar “sıfır”layabilmektedir.

Eğlenceli: Web dünyasındaki en keyifli alışverişlerden biri de on-line müzayedelerdir. Dünyanın herhangi bir yerinden insanlar herhangi bir şeyi on-line müzayedeye katılarak satın alabilmektedir.

Küresel: Sanal dünyada müşteriler, en geniş çeşitlilikte mağaza bulma imkanına sahiptir. Bu mağazaların bir kısmı büyük şehirlerde bulunabilecek olmasına karşın bir kısmına ise yalnızca internet dünyasında erişilebilmektedir



Resim 2.5: Tek bir dil “internet”

UYGULAMA FAALİYETİ

İşlem Basamakları	Öneriler
<ul style="list-style-type: none">➤ E-ticaretin elektronik yaşama ilişkin etkilerini sıralayınız.	<ul style="list-style-type: none">➤ Teknolojideki gelişmeler paralelinde insanlar için elektronik hayatın önemini araştırınız.➤ E-ticaretin elektronik yaşam içindeki payını ve önemini tespit edici araştırmalar yapınız.➤ E- ticaretle beraber elektronik hayatın nasıl değiştiğine dair ilgili kitaplar okuyunuz.
<ul style="list-style-type: none">➤ E-ticaretin sosyal yaşama ilişkin etkilerini sıralayınız.	<ul style="list-style-type: none">➤ E-ticaretle beraber insanların sosyal ve kültürel yaşamlarında ne gibi değişiklikler olmuş olabileceğine dair tahmini bulgular yazınız.➤ Yazdığımız bulguları diğer arkadaşlarınızla karşılaştırıp tartışın.➤ Çevrenizde araştırmalar yaparak e-ticaretin kişilerin sosyal yaşamlarına ne tür etkileri olduğunu araştırınız.➤ Araştırdığımız bilgilere ait bulguları daha önce hazırladığımız bulgularla karşılaştırınız ve tekrar tartışınız.
<ul style="list-style-type: none">➤ E-ticaretin reklama etkilerini sıralayınız.	<ul style="list-style-type: none">➤ Reklamla ilgili araştırmalar yaparak reklamcılığı kavramsal olarak tanımlayınız.➤ Geleneksel anlamda yapılan ticaretle ne tür reklam teknikleri kullanıldığını araştırınız.➤ Elektronik ticaretle ne tür reklam faaliyetlerinin ortaya çıktığını ve bu reklamların ticareti nasıl etkilediğini eski reklam yöntemleriyle karşılaştırmalı olarak yazınız.

<p>➤ E-ticaretin pazarlamaya etkilerini sıralayınız.</p> <p>.</p>	<p>➤ Geleneksel anlamda pazarlama nasıl yapılıyordu araştırınız.</p> <p>➤ Elektronik ticarete mal ve hizmetler nasıl pazarlanır araştırınız.</p> <p>➤ Elektronik ticaretin pazarlama faaliyetlerini nasıl değiştirdiğini ve bu değişikliklerin insan hayatını nasıl etkilediğini araştırarak yazınız.</p>
<p>➤ E-ticaretin alışverişe ve tüketiciye etkilerini sıralayınız.</p> <p>.</p>	<p>➤ Elektronik ortamda alışveriş nasıl bir boyut kazanmıştır. Araştırarak yazınız.</p> <p>➤ Önceden yapılan fiziksel alışverişlerle, elektronik ortamda yapılan alışverişi karşılaştırınız.</p> <p>➤ Elektronik ortamda alışveriş tüketicilere hangi kolaylıklar ya da hangi zorlukları getirmiştir açıklayınız.</p>

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

Ölçme Soruları

- Aşağıdakilerden hangisi e-ticaretin ekonomik hayata etkilerinden biri değildir
A) İşletmeler arası maliyeti arttırmakta
B) İşletmeler arası rekabeti arttırmakta
C) Tüketici açısından ürün seçenekleri artmakta
D) Pazar yapısını değiştirmekte
- Bilgilerin elektronik ortamda tutulması ile herhangi birisi herhangi bir zamanda herhangi bir yerden ihtiyaç duyduğu bilgiye bir başkasına gerek kalmadan ulaşabilmektedir. Bu durum aşağıdakilerden hangisini sağlamıştır.
A) Çabukluk
B) Hareketlilik
C) Çalışma grupları
D) Elektronikleşme
- Aşağıdakilerden hangisi işletmeler açısından sanal pazarlamanın avantajlarından biri değildir?
A) Etkin ve hızlı müşteri talepleri yönetimi
B) Dolaylı pazarlama
C) E-ödeme imkânı
D) Etkileşimli stok yönetimi
- Elektronik pazarlamada doğrudan tüketiciye hitap ederek birebir pazarlama yapma imkanı bulunmaktadır.
Doğru () Yanlış ()
- Ayıplı ürün teslimi sonucu şirketlerin ürünü yenilemede lojistik güçlüğüle karşılaşması e-ticarette bir dezavantaj oluşturur.
Doğru () Yanlış ()
- Sanal dünyada e-ticaretle yaptığımız alışveriş, klasik mağazada yaptığımız alışverişten daha ucuzdur.
Doğru () Yanlış ()

Performans Değerlendirme

Öğrenme faaliyeti ile kazandığımız yeterlilikleri aşağıdaki kriterlere göre değerlendiriniz.

Değerlendirme Kriterleri	Evet	Hayır
➤ E-ticaretin ekonomik yaşama etkilerini yazabilir misiniz?		
➤ E-ticaretin sosyal yaşama etkilerini yazabilir misiniz?		
➤ E-ticaretin yönetime etkilerini yazabilir misiniz?		
➤ E-ticaretin kobilere etkilerini yazabilir misiniz?		
➤ E-ticaretin reklamcılığa ve pazarlamaya etkilerini yazabilir misiniz?		
➤ E-ticaretin tüketiciye ve alışverişe etkilerini yazabilir misiniz?		

Değerlendirme

Sorulara verdiğiniz yanıtları modül sonundaki cevap anahtarıyla karşılaştırınız.

Bu faaliyet kapsamında hangi bilgileri kazandığınızı belirleyiniz.

Yanlış cevaplandığımız sorularla ilgili konuları tekrar inceleyip öğrenmeye çalışınız.

Öğrenme faaliyetiyle ilgili olarak öğretmenlerinizden yardım alınız.

Tüm sorulara doğru cevap verdiyseniz diğer öğrenme faaliyetine geçebilirsiniz.

ÖĞRENME FAALİYETİ-3

AMAÇ

Bu öğrenme faaliyeti ile e-ticarette sözleşme oluşturabileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- Sözleşme nedir? Niçin ve hangi durumlarda yapılır? Araştırınız.
- Hukuk hakkında bilgi toplayarak hukuk kurallarının kişilerin hayatını nasıl etkilediğini yazınız.
- Elektronik ortamda ticaret yapmak ne tür sakıncalar doğurabilir? Araştırınız.

E-ticaretle ilgili bir sözleşme örneği sınıfa getirip inceleyebilirsiniz. Ayrıca e-ticaretle ilgili hukuk kuralları ve güvenlik kurallarını bir rapor haline getirip sınıf panosuna asarak herkesin bilgilmesini sağlayabilirsiniz.

3. E-TİCARETTE SÖZLEŞME OLUŞTURMAK

3.1. E-Ticarette Sözleşme Oluşturma

Sözleşme; hukuki bir sonuç meydana gelmesi için iki veya daha çok kişinin karşılıklı ve birbirleriyle uygun irade beyanları ile gerçekleşen işlemdir. Sözleşmelerin, satış sözleşmesi, kira sözleşmesi, ödünç sözleşmesi, hizmet sözleşmesi, vekalet sözleşmesi vb. çeşitleri vardır.

Sözleşmeler taraflara yüklediği borçlara göre:

- Tek taraflı borç yükleyen sözleşmeler,
- İki taraflı borç yükleyen sözleşmeler olarak ikiye ayrılır.

Sözleşmeler tarafların sözleşmek konusunda birbirlerine uygun iradelerinin karşılıklı olarak açıklamaları ile kurulur.

Elektronik ortamda, çoğunlukla internet ortamında yapılan en yoğun sözleşme mal ve hizmet satımı olarak meydana gelir. Yazılı sözleşmelerde karşılıklı imza ve onay bulunur. İnternet ortamında taraflar karşı karşıya gelemediklerinden onay ve imza dijital olarak gerçekleştirilmektedir.

Elektronik imza: Bir bilginin üçüncü tarafların erişimine kapalı bir ortamda, bütünlüğü bozulmadan bilgiyi ileten tarafın oluşturduğu orijinal haliyle ve tarafların kimlikleri doğrulanarak iletilmesini elektronik veya benzeri araçlarla garanti eden harf, karakter veya sembollerden oluşmuş bir seti ifade eder. Elektronik imza, günümüz teknolojisinde çeşitli şekillerde olabilmektedir. Halen kullanılan imza dosyaları, biyometri tekniği (kullanıcının parmak ya da el izi, göz retinası vb. kişiye has özellikler) ile oluşturulan imzalar ve sayısal imzalar en çok bilinen ve tartışılan elektronik imza çeşitleridir.



Resim 3.1: İmza artık internette

E-ortamda sözleşmelerin geçerliliği yönünden zorunlu olmasa da taraflar arasında iletilen bilginin gizliliği, bütünlüğü ve tarafların kimliklerinin doğruluğu kurulacak olan teknik ve yasal altyapı ile garanti edilebilmektedir.

Sanal ortamda mal ve hizmet satışı yapam veya aracılık eden mağaza veya firmalar kullanıcıya mutlaka bir sözleşme onaylatırlar. Aşağıda internet ortamında müzayede yapan bir sitenin taraflara sunduğu bir sözleşme örneği yer almaktadır.

Bu sözleşme, sitedeki hizmetlerimizden faydalanabilmek için gerekli kural ve koşulları içermektedir.

3.2. Kullanıcı Sözleşmesi

3.2.1. Taraflar

İş bu KULLANICI SÖZLEŞMESİ (“SÖZLEŞME”), Bilgi Teknolojileri ve İletişim Siteleri Ltd. Şti. (“ŞİRKET”) tarafından işletilen www.deneme.com (“SİTE”) internet adresinde ürün alımı yapmak üzere (“ALICI”) veya ürün satışı yapmak üzere (“SATICI”) yer alan tüm özel ve tüzel kişi ve kurumlar (Aşağıda ALICI ve SATICI beraber KULLANICI veya KULLANICILAR olarak anılacaktır) ile ŞİRKET arasında, üye kayıt aşamasında yapılmıştır. KULLANICILAR, SİTE’ye üye olmak kaydıyla bu sözleşmenin tamamını okuduklarını, içeriğini bütünü ile anladıklarını ve bütün hükümlerini kabul ettiklerini ve onayladıklarını peşinen taahhüt ederler.

ŞİRKET, değiştirilen maddeleri SİTE’deki duyuru panosunda yayınlamak kaydıyla, SÖZLEŞME’yi tek taraflı değiştirme veya tadil etme hakkına sahiptir. Yapılan tüm değişiklikler duyuru panosunda ilan edildikten 7 gün sonra geçerlilik kazanır.



Resim 3.2: E-ticarette tokalaşm

3.2.2. Kullanım ve Üyelik Şartları

SİTE’ de alım satım yapabilme yetkisi, sadece ŞİRKET ile hukuken bağlayıcı SÖZLEŞME’yi SİTE’ye üye olmak kaydıyla onaylayan KULLANICILAR’da bulunmaktadır. Üye olmak için reşit olmak, ŞİRKET tarafından istenen kimlik bilgilerini eksiksiz olarak sunmak yeterlidir. Reşit olmayan kişiler hizmetlerden faydalanmaz. Ayrıca, ŞİRKET tarafından bu SÖZLEŞME’nin 12. Maddesi uyarınca geçici olarak uzaklaştırılmış veya süresiz yasaklanmış KULLANICILAR da yine hizmetlerden faydalanmazlar.

3.2.3. Ücretler

SİTE üyesi olmak ve/veya sergilenen ürünlere teklif vermek ücretsizdir. ŞİRKET, listeleme ve komisyon ücretlerini duyuru panosunda ilan edecektir. Ücretlerdeki değişiklikler, duyuru panosunda ilan edildikten 7 gün sonra geçerlilik kazanır. Bu 7 günlük süre içinde eski şartlar geçerli olur. Ücretlendirme politikalarında, tanıtım veya kullanımı teşvik amaçlı geçici değişiklikler yapılması durumunda, söz konusu değişiklikler duyuru panosunda ilan edildikleri günden itibaren geçerlilik kazanır. Örneğin, kısa süreli promosyonlar gibi

Aksi belirtilmediği takdirde, SİTE’deki hizmetler karşılığı alınacak bütün ücretler Türk Lirası olarak hesaplanacak ve tahsil edilecektir. KULLANICILAR, SİTE’de gerçekleştirdikleri ticaretten, alım satımdan kaynaklanabilecek tüm banka komisyonu, BSBV, KDV, vergi, pul harç vs. ödemeleri ilgili kurumlara açık artırmaların tamamlanmasını müteakip yapmayı kabul ederler.

3.2.4. Şirketin Görev ve Sorumlulukları

3.2.4.1. Genel Bilgiler

SİTE, SATICI’ların ürünlerini sergiledikleri, ve ALICI’ların ürünlere teklif vermek suretiyle satın almaya çalıştıkları bir sanal pazar yeridir. ŞİRKET, SİTE aracılığı ile sadece bu pazar yerinin yöneticisidir. ALICI ve SATICI arasındaki hiçbir işlemde, ŞİRKET’in ayrıca taraf olduğu özel anlaşmalar hariç, hukuki sorumluluğu yoktur.

3.2.4.2. Ticaret Güvenliği

ŞİRKET, SİTE'ye kayıtlı kullanıcılarının temin ettikleri bilgilerin doğruluğu konusunda herhangi bir teminat veya garanti vermez. Sadece KULLANICILAR arası karşılıklı güveni artırma amacıyla, tamamen KULLANICILAR'ın inisiyatifine dayalı kullanıcı profili adı altında bir değeriendirme ve puanlama sistemi kurulmuştur. ŞİRKET hiçbir şart altında kullanıcı profili bilgilerinin ALICI ve/veya SATICILAR tarafından kullanılması sonucu ortaya çıkabilecek maddi, manevi zararlardan dolayı sorumlu tutulamaz.



Resim 3.3: En yakın dostunuz “e-ticaret”

KULLANICILAR arası gerçekteşecek ticaretin nihai her türlü hukukî ve malî yükümlülüğu sadece ve sadece ticarete taraf KULLANICILAR'a aittir. ŞİRKET hiçbir şart altında gerçekteşen ticarete taraf değildir. Sergilenen ürünün kalitesi, güvenilirliği veya yasallığı konusunda ŞİRKET tarafından herhangi bir kontrol yapılmaz. Ayrıca sergilenen ürünün tanıtımında kullanılan yazılı ve/veya görüntülü açıklamaların doğruluğu veya tamlığı, ŞİRKET garantisinde değildir. ŞİRKET hiçbir şart altında eksik bilgiden dolayı hiçbir isim veya gerekçe altında sorumlu tutulamaz.

3.2.4.2. Anlaşmazlıklar

SİTE'de gerçekteşen işlemler ile ŞİRKET'in doğrudan veya dolaylı bağlantısı olmaması nedeniyle, KULLANICI, SİTE'deki işlemler sonucu doğabilecek anlaşmazlıklar ve bu anlaşmazlıkların yol açacağı, bilinen veya bilinmeyen, şüpheli veya şüphesiz, ifşa edilmiş veya edilmemiş, iddia, talep ve/veya hasarlardan, ŞİRKET, temsilcilerini ve çalışanlarını sorumlu tutmamayı, herhangi bir isim veya gerekçe altında tazminat talep etmemeyi ve üçüncü kişi ve kurumlar tarafından kendisine yönelecek her türlü talepten muaf tutmayı SİTE'ye üye olarak ve bu SÖZLEŞMEYİ onaylayarak peşinen kabul ve beyan eder.



Resim 3.4: Anlaşmazlık mı? O da ne?

3.2.5. Üyelerin Sorumlulukları

KULLANICI, ürününü sergilerken, teklif verirken, ürün satın alırken, kısacası bu sözleşmenin tariflediği sistemde yer alan tüm işlemleri gerçekleştirirken, iş bu sözleşmenin yanı sıra, halen yürürlükte bulunan ilgili tüm kanun, tüzük ve yönetmeliklere uymayı, aksi halde oluşabilecek her türlü cezayı ödemeyi, ŞİRKETİ hiç bir nedenle sorumlu tutmamayı ve tazminat talep etmemeyi peşinen kabul ve taahhüt eder.

3.2.6. Teklif Verme ve Satın Alma

Sonuçlanan bir açık artırmada, asgari şartları yerine getirmek koşuluyla, en yüksek teklif veren ALICI, SATICI'nın şartlarını kabul etmiş sayılır ve ticareti gerçekleştirmeyi taahhüt eder. ALICI ürüne teklif vermek suretiyle, ürün açıklaması ile beraber satış şartlarını da kabul etmiş sayılır. İstisnai durumlar hariç, yapılan bir teklifin geri çekilmesi veya iptal edilmesi söz konusu değildir. Bu sözleşme kapsamında istisnai durumlar, ürün açıklamasında alım kararına etki yaratabilecek ürün açıklaması değişikliği yapılması, SATICI'nın kimliğinin belirli olmaması, veya ona ulaşılabilmesi olarak tanımlanmıştır.

3.2.7. Ürün Sergileme ve Satış

3.2.7.1. Ürün Tanıtımı

SATICI, ürünün tanıtımı amacıyla yazılı bilgilerin yanı sıra resim ve grafikler de kullanabilir. Sergilenecek tüm ürünler uygun kategori içinde listelenmelidir. Çoklu Ürün Açık Artırması'na konulan tüm ürünler bütün önemli özellikleri açısından (ürünün boyutu, rengi, markası, modeli vs.) aynı olmalıdır.



Şekil 3.1: İnternette bir ürüne ait tanıtım sayfası

3.2.7.2. Satış Yükümlülüğü

SATICI, tamamlanan bir açık artırmanın sonunda, önceden belirlediği minimum teklifin veya asgari fiyatın üzerinde gelen teklifler arasında en yüksek teklif veren ALICI ile satış işlemini, istisnai durumlar hariç, gerçekleştireceğini taahhüt eder. Bu sözleşme kapsamında istisnai durumlar ALICI'nın satış için gerekli şartları yerine getirememesi (örneğin ödemenin yapılmaması) veya alıcının kimliğinin belirli olmamasıdır. Bu durumda SATICI'nın açık artırmayı iptal etme hakkı saklıdır.

3.2.7.3. Hileli Davranış

ŞİRKET, SİTE'de verilen hizmetlerle bağlantılı olarak herhangi bir Açık artırma veya işlemde hileli bir davranış gösteren KULLANICILARI tek taraflı olarak, herhangi bir onaya ihtiyaç duymadan ve önceden uyarıda bulunma zorunluluğu olmadan SİTE'den geçici veya süresiz yasaklama hakkına sahiptir. Hangi işlemlerin hileli olarak vasıflandıracağı kararı tamamen ŞİRKET'e aittir. KULLANICILAR, SİTE'ye üye olmak suretiyle yasaklama işlemi konusunda her türlü yetkiyi peşinen ŞİRKET'e verdiklerini kabul ederler.

3.2.7.4. Manipülasyon

KULLANICILAR, hiçbir şart veya yöntem altında, hiçbir gerekçe ile ürünlerin fiyatlarını manipüle etme veya sergilenen diğer ürünlerin açıklamalarına ve açık artırmalarına müdahale etme hakkına sahip değildirler.

Şekil 3.2: Kullanıcı bilgilerine ait bir sayfa

3.2.8. Kullanıcı Bilgileri

İş bu SÖZLEŞME kapsamında KULLANICILAR tarafından kayıt olma, teklif verme, ürün sergileme veya diğer başka yöntemlerle temin edilen bilgiler, KULLANICI BİLGİLERİ olarak anılacaktır. KULLANICI BİLGİLERİNİN hukuki sorumluluğu bütünüyle kullanıcılara aittir. ŞİRKET, sadece KULLANICI BİLGİLERİNİ web üzerindeki dağıtımını ve yayınlanmasını sağlar.

Kullanıcı Bilgileri;

- Sahte, yanlış veya aldatıcı olamaz.
- Hile amacıyla hazırlanmış olup sahte veya çalıntı ürünlerin satışıyla ilgili olamaz.
- Üçüncü şahıs, kişi ve kurumların telif hakkını, patentini, tescilli marka veya mal sahipliğine ait haklarını ihlal edemez.
- Üçüncü şahıs, kişi ve kurumların açıklık veya gizlilik politikalarını ihlal edemez.
- Herhangi bir kanun, tüzük veya yönetmeliği (tüketici hakları, haksız rekabet, sahte reklam dahil olmak üzere) ihlal edemez.
- İftiracı, hakaret edici, kanunsuz bir şekilde tehdit veya taciz edici içerikte olamaz.
- Müstehcen veya, yetişkinlere özel bölümünde değilse, pornografik içerikli olamaz.
- KULLANICILAR'ın ve/veya ŞİRKET'in sistemine ve kişisel bilgilerine hasar verebilecek herhangi virüs veya program içeremez.
- İnternet servis sağlayıcılarını veya diğer internet bağlantı hizmetlerini, kısmen veya tamamen etkileyerek ŞİRKET'e herhangi bir hukuki ve/veya mali mesuliyet getiremez.
- Doğrudan veya dolaylı olarak aşağı da belirtilen ürün veya hizmetlere link veremez;

- iş bu sözleşme kapsamında yasaklanmış ürünler (SİTE'de sergilenmesi yasaklanmış ürünleri yasaklı ürünler bölümünde bulabilirsiniz),
 - KULLANICI'nın başka bir açık artırma sitesinde sergilediği ürüne,
 - KULLANICI'nın hukuken link vermeye veya sergilemeye hakkı olmadığı ürünler.

Ayrıca yukarıda tanımlanan kısıtlamalar haricinde, KULLANICI, SİTE'de bir ürününün sergilenmesi ve satışından doğan ücret ve komisyonları ŞİRKET'e ödeyerek, ŞİRKET'in yürürlükteki herhangi bir kanun veya yönetmeliği ihlal etmesine neden olacak bir ürün sergileyemez.

3.2.9. Gizlilik

ŞİRKET, Kullanıcı Profili dahilindeki tüm bilgileri ancak gizlilik politikası bölümünde belirtilen koşullara uygun olarak kullanabilir veya dağıtabilir. SİTE'nin Gizlilik Politikası' nı bu linke basarak inceleyebilirsiniz.

3.2.10. Erişim ve Müdahale

SİTE'de yer alan sayfaların veya içeriğin, ŞİRKET'in yazılı izni olmadan, herhangi bir otomatik aygıtla ya da manuel metotla kopya edilmesi yasaktır. SİTE'nin sisteminin normal çalışmasına herhangi bir aygıt veya yazılım kullanarak müdahale etmek yasaktır. Ayrıca teknik altyapımıza izin verileden fazla yükleme yapılamaz. SİTE'deki bilgiler gerçek zamanda güncelleştirilir ve KULLANICILAR veya üçüncü şahıslar tarafından sadece ŞİRKET'e verilmiştir. Daha önce belirtildiği gibi, sistemdeki üçüncü şahısların veya ŞİRKET'in yazılı izni olmadan SİTE'deki içeriğin (KULLANICI bilgileri hariç) kopyalanması, çoğaltılması, değiştirilmesi, tadil edilmesi veya halka açıkça sergilenmesi yasaktır.

3.2.11. Kullanıcı Profili Değerlendirme Sistemi

KULLANICILAR hiçbir gerekçe altında, herhangi bir yöntem kullanarak, Kullanıcı Profili değerlendirme sistemini manipüle edecek bir davranışta bulunamazlar. KULLANICI'nın Kullanıcı Profilindeki puanının 2 (iki) puanın altına düşmesi durumunda üyeliği otomatik olarak iptal edilir. Üyeliği iptal edilen KULLANICI, SİTE'nin hizmetlerinden faydalanamaz.

KULLANICILAR, Kullanıcı Profilindeki puanlarını, diğer üyeler tarafından derlenmiş yorumlardan oluştuğunu peşinen kabul ederler. Kullanıcı Profilinde yer alan karma yorumlar ve değerlendirmeler bütün ve tam olarak KULLANICI profilini yansıtmayabilir, Kullanıcı Profili sistemi, sadece SİTE'deki ticareti kolaylaştırmak amacıyla oluşturulmuştur. KULLANICILAR, başka hiçbir internet sitesinde ve/veya alışveriş esnasında, yani başka amaçlara yönelik olarak Kullanıcı Profili puanlarını kullanamazlar.

Bu bağlamda, yukarıda belirtilen kullanım kısıtlamasına paralel olarak, başka internet sitelerindeki KULLANICI ile ilgili yorumlar SİTE'de yayınlanamaz veya referans olarak hiçbir yazılı açıklama içerisinde kullanılamaz. Bu tür yöntemlerle SİTE'deki değerlendirme sistemini manipüle etmek isteyen KULLANICILAR, sınırsız süre ile üyelikten çıkarılır ve listelemiş oldukları ürünler açık artırmadan kaldırılır. Bu işlemler sonucu hiçbir komisyon veya ücret iadesi yapılmaz.

3.2.12. Üyelikten İhraç

Aşağıda belirtilen durumlarda, herhangi bir uyarıya gerek olmaksızın KULLANICILAR'ın üyeliği, ŞİRKET'in takdirinde olmak üzere geçici olarak veya tamamen iptal edilebilir. Üyeliğin ŞİRKET tarafından sona erdirilmesi halinde KULLANICILAR hizmetlerimizden yararlanamayacaklardır.

- Bu Sözleşmeye veya bu Sözleşme'nin içerdiği belgelere aykırı davranışlar halinde,
- KULLANICILAR tarafından verilen bilgilerin tahkik ve tasdik edilememesi halinde,
- KULLANICILAR'ın SİTE içerisindeki davranışlarının ŞİRKET ve/veya diğer KULLANICILAR da dahi, olmak üzere üçüncü kişiler bakımından bir hukuki sorumluluk doğurması veya doğuracak olması halinde.

3.2.13. Tazminat

KULLANICI, bu sözleşme veya bu sözleşmenin içerdiği belgelere uymaması halinde, (yapmanız durumunda) üçüncü şahısların iddialarından veya taleplerinden doğabilecek (ve ŞİRKET'in memurları, koordinatörleri müdürleri, aracıları, vekilleri, bağımlı ortakları, tali şirketleri ve tüm çalışanları aleyhine oluşabilecek) bütün maddi ve manevi zararları (avukatlık ücretleri dahil) tazmin etmeyi, peşinen kabul ve taahhüt eder.

3.2.14. Tarafların Bağımsızlığı

KULLANICI ve ŞİRKET, hukuken bağımsız taraflardır. Aralarında bir ortaklık veya işçi-işveren ilişkisi yoktur. Buna göre, bu SÖZLEŞME sonucunda bir işçi-işveren ilişkisi, ortaklık, veya herhangi bir malı özel olarak pazarlama hakkı doğmaz.

3.2.1.5. Diğer Hususlar

ŞİRKET'in tamamen kontrolü dışında oluşabilecek, internet kullanımında kaynaklanabilecek birçok faktöre bağlı olarak SİTE'nin işleminde farklı biçimlerde sorunlar yaşanabilir (SİTE'nin süresiz faaliyet gösterememesi dahil). Bu nedenle, ŞİRKET hiçbir şart altında, SİTE'deki hizmetlerin sürekli, güvenli veya kesintisiz devam edeceğine dair garanti veya taahhüt vermez. İş bu SÖZLEŞME'nin maddelerinden biri veya birkaçı geçersiz veya mevcut kanunlara aykırı hale düşerse dahi diğerleri aynen geçerlidir.

KULLANICILARIN işbu SÖZLEŞME'ye aykırı hareketleri, ŞİRKET'in tüm yasal hakları mahfuz kalmak kaydı ile hukuki işleme konacaktır. ŞİRKET'in, SÖZLEŞME'ye aykırı hareketlere anında karşılık vermemesi hali, daha sonra aynı davranışlar tekrarlandığı takdirde hukuksal haklardan feragat edileceği ve konunun takip edilmeyeceği anlamını taşımaz.

UYGULAMA FAALİYETİ

İşlem Basamakları	Öneriler
<ul style="list-style-type: none">➤ E-ticarete tüketici haklarına uymayı yazınız.	<ul style="list-style-type: none">➤ E-ticarete tüketicilerin sahip oldukları haklar nelerdir? Araştırınız.➤ E-ticarete tüketici haklarının korunması için yapılan yasal çalışmalar hakkında bilgi ediniz.➤ E-ticarete tüketici haklarına uymak niçin önemlidir. Kişisel ve toplumsal olarak değerlendiriniz.
<ul style="list-style-type: none">➤ Sözleşmeyi tanımlayınız.	<ul style="list-style-type: none">➤ Sözleşmelerin niçin ve hangi olaylar sonucu yapıldığını araştırınız.➤ Sözleşme kim ya da kimler tarafından yapılır? Araştırınız.➤ Yukarıdaki soruları cevapladıktan sonra konuyla ilgili bilgileri de bir kere daha okuyup sözleşmenin tanımını yapmaya çalışın.
<ul style="list-style-type: none">➤ Sözleşmenin iki tarafa borç yükleme özelliğini yazınız.	<ul style="list-style-type: none">➤ Tek tarafa borç yükleyen sözleşmeleri araştırınız.➤ İki tarafa borç yükleyen sözleşmeleri araştırınız.➤ İki tarafa borç yükleyen sözleşmelerde tarafların hak ve yükümlülüklerini yazınız.
<ul style="list-style-type: none">➤ Sözleşmeyi internet ortamında onaylamayı yazınız.	<ul style="list-style-type: none">➤ İnternet üzerinde sözleşme nasıl oluşturulur? Yukarıda, dersle ilgili bilgileri de göz önünde bulundurarak yazınız.➤ Sözleşme ile ilgili bilgileri kontrol etmeyi unutmayınız.➤ Tüm bilgilerin doğru olduğundan emin olunuz. Ve daha sonra onay tuşuna basarak sözleşmeyi onaylayınız.
<ul style="list-style-type: none">➤ Dijital imza atmayı açıklayınız.	<ul style="list-style-type: none">➤ Dijital imzayı tanımlayınız.➤ Dijital imzanın hangi şekillerde atıldığını yazınız.➤ Dijital imzanın nasıl atıldığını yazınız.➤ Dijital imza ile ilgili güvenlik kurallarını araştırınız.

<p>➤ Sözleşme oluştururken uyulması gereken kural ve koşulları yazınız.</p>	<p>➤ Kural ve koşullarla ilgili bilgileri birkez daha okuyunuz.</p> <p>➤ Kural ve koşullara uymanın tüketici ve firmalar tarafından önemini yazınız.</p> <p>➤ Sözleşme oluştururken uyulması gereken kural ve koşulları yazınız.</p>
---	--

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

ÖLÇME SORULARI

1. Hukuki bir sonuç meydana gelmesi için iki veya daha çok kişinin karşılıklı ve birbirleriyle uygun irade beyanları ile gerçekleşen işlemdir.Yukarda ki cümle, aşağıdakilerden hangisinin tanımıdır?
A) Borç
B) Alacak
C) Sözleşme
D) Elektronik ticaret
2. Aşağıdakilerden hangisi e-ticarete kullanıcı sözleşmesi taraflarıdır.
A) İnternete sağlayıcısı – müşteriler
B) İnternet sağlayıcısı – firmalar
C) Alıcı - devlet
D) Alıcı- satıcı
3. Aşağıdakilerden hangisi yanlıştır?
A) Kullanıcı ve şirket hukuken bağımsız taraflardır.
B) Şirketler siteye kayıtlı kullanıcılarının temin ettikleri bilgilerin doğruluğu konusunda garanti vermek zorundadır.
C) Kullanıcılar arası gerçekleşecek ticaretin nihai her türlü hukuki ve mali yükümlülüğü sadece ve sadece ticarete taraf kullanıcılara aittir.
D) Sitede yer alan sayfaların veya içeriğin, şirketin yazılı izni olmadan, herhangi bir otomatik aygıtla ya da manüel metotla kopya edilmesi yasaktır.
4. E-ticarete ilgili sitelere üyelik için yaş sınırı yoktur.
Doğru () Yanlış ()
5. E-ticarete kullanıcı ve şirket hukuken bağımsız taraflardır. Aralarında bir ortaklık veya işçi-işveren ilişkisi yoktur.
Doğru () Yanlış ()
6. Şirketler siteye kayıtlı kullanıcılarının temin ettikleri bilgilerin doğruluğu konusunda teminat veya garanti vermez.
Doğru () Yanlış ()

Performans Değerlendirme

Öğrenme faaliyeti ile kazandığınız yeterlilikleri aşağıdaki kriterlere göre değerlendiriniz.

Değerlendirme Kriterleri	Evet	Hayır
➤ Sözleşmenin tanımını yapabilir misiniz?		
➤ Sözleşmelerin taraflara ne tür borçlar yüklediğini açıklayabilir misiniz?		
➤ Elektronik imza ile ilgili şekilleri ve kuralları biliyor musunuz?		
➤ E-ticarete üyelikle ilgili koşulları biliyor musunuz?		
➤ E-ticaretin kullanım ve üyelik şartlarını biliyor musunuz?		
➤ E-ticarete güvenlik konularına hakim misiniz?		
➤ E-ticarete teklif verme işlemlerini yapabilir misiniz?		
➤ E-ticarete kullanıcıların hak ve yükümlülüklerini biliyor musunuz?		
➤ E-ticarete sözleşmelerin hukuki fonksiyonlarını biliyor musunuz?		

Değerlendirme

Sorulara verdiğiniz yanıtları modül sonundaki cevap anahtarıyla karşılaştırınız.

Bu faaliyet kapsamında hangi bilgileri kazandığınızı belirleyiniz.

Yanlış cevaplandırdığınız sorularla ilgili konuları tekrar inceleyip öğrenmeye çalışınız.

Öğrenme faaliyetiyle ilgili olarak öğretmenlerinizden yardım alınız.

Tüm sorulara doğru cevap verdiyseniz diğer öğrenme faaliyetine geçebilirsiniz.

ÖĞRENME FAALİYETİ- 4

AMAÇ

Bu öğrenme faaliyeti ile e-ticarette mal ve hizmet alıp satabileceksiniz.

ARAŞTIRMA

- Elektronik ticaret yapabilmek için hangi öğelere ve hangi kurumlara ihtiyaç fardır? Bu kurum ve öğeleri fonksiyonları ile beraber araştırınız.

E- ticaretin öğelerinin internetten araştırınız. E-ticaret yapan kurumları internetten bulup bu kurumları ziyaret ediniz ve fonksiyonları hakkında bilgi alınız. Topladığınız bilgileri sınıftaki arkadaşlarınızla paylaşınız.

4. E-TİCARETTE MAL VE HİZMET ALIP SATMAK

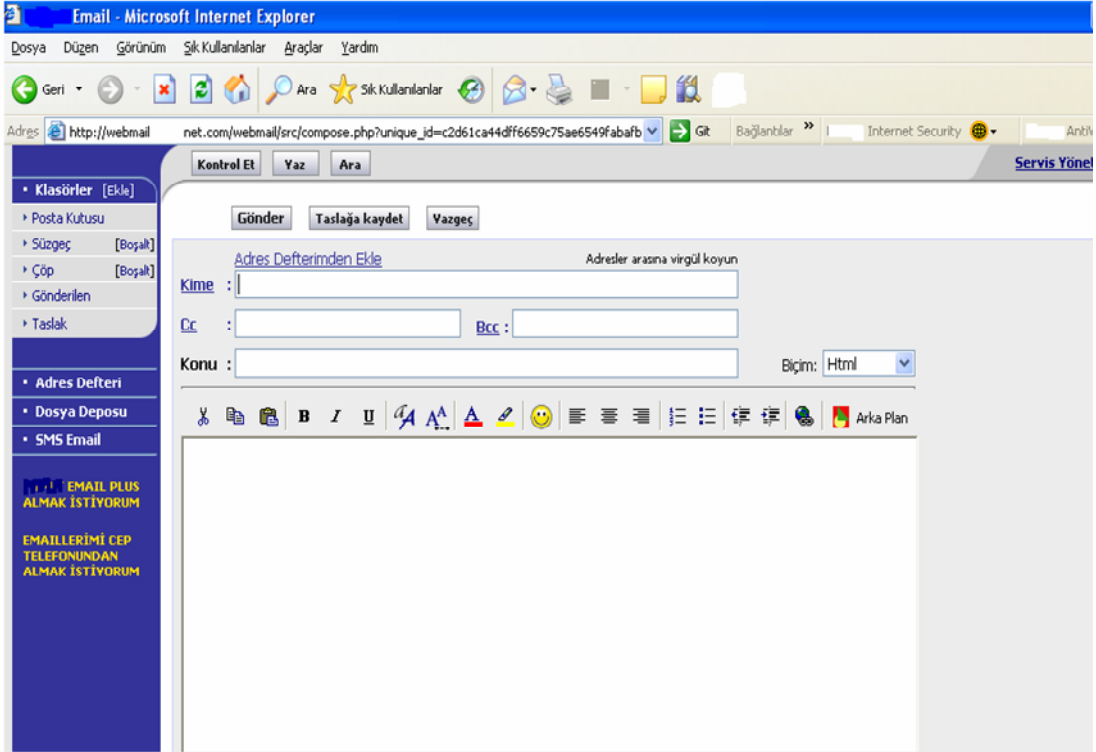
4.1. E- Ticaretin Öğeleri

4.1.1. E-Posta

Elektronik posta, bir bilgisayardan diğerine/diğerlerine veya bir kişiden diğer kişiye/kişilere gönderilen elektronik mesajdır. E-posta ile başlayan elektronik iletişim, günümüzde kağıda dayalı klasik yöntemlerin yerini almaktadır. İnternet ile elektronik mesajlar, birkaç dakika içinde e-posta adresi olan dünyanın herhangi bir yerindeki alıcısına şehir içi telefon tarifesinden daha düşük ücret ile hızlı ve güvenli olarak ulaştırılmaktadır.

Müşterilerinizin veya diğer firmaların size her zaman ve her durumda ulaşması, e-posta ile mümkün olabilmektedir. Firmanızın telefon ve faks numaralarının değişmesi, taşınmanız, tatilde veya seyahatte olmanız e-postalarımızın size ulaşmasına engel olmamaktadır.

Elektronik ticarete e-posta kullanılarak sipariş verilebilir. Satıcı firma ve müşteriler arasında haberleşme yapılabilir. E-posta adresleri ücretle alınabileceği gibi bu işi ücretsiz yapan yüzlerce internet sunucusu bulunmaktadır. Günümüzde kişi veya kurumların e-posta adreslerine en az telefon kadar ihtiyaç vardır.



Şekil 4.1: İnternette e-posta gönderme sayfası

Alıcılar ile e-firmalar e-mail yolu ile haberleşmekte, e-ticaret yapan kuruluşlar üyelerine bu yollar yeni ürünlerini tanıtmakta ve etkinliklerini e-posta aracılığıyla yapmaktadır.

4.1.2. Elektronik Firma (e-firma)

İnternet üzerinde mal ve hizmet alım satımı yapan tüm kuruluşlara e-firma denir. Bu genel bir kavramdır. İnternet üzerinde e-ticaret yapan işletmelere e-firma denir. Bu genel bir kavramdır. İnternet üzerinde e-ticaret yapan işletmelere e-firma, e-dükkan, e-işletme, e-mağaza, e-şirket de denmektedir.

İnternet üzerinde her türlü ürünün satıldığı özel tasarlanmış web sitelerine e-dükkan denir. Bu sitelerin ilk giriş sayfaları, e-dükkanın vitrini gibi düşünülebilir. E-dükkanlarda; ürünlere ait bilgiler (resimleri, fiyatları, özellikleri), yeni ürünler, promosyonlar ve tabii ki kredi kartı ödeme sistemleri (kasa) bulunur. Elektronik firmaların internet ortamında daha kolay bulunması ve aynı hizmeti sunan şirketlerin toplu halde bulunması için portal siteler mevcuttur.



Şekil 4.2: E-firmaların toplu halde bulunduğu bir web sitesi

E-firmalar sadece internet ortamında mal ve hizmetlerini sunmaz. Bu işletmelerin dış ortamda da mağaza veya büroları bulunur. Elektronik ortamda pazarladıkları ürünlerini depoladıkları, ürettikleri, siparişleri değerlendirdikleri, nakliye gibi işlemleri yaptıkları yerleri vardır.

E-firmalar alıcılara, diğer firmalara ve devlete karşı sorumludur. Yaptıkları kazanca karşılık vergi ödemek zorundadırlar. E-iş ve E-ticaret internet üzerinde olduğu için en genel internet kullanım kurallarına uymak gerekir. E- ticaretle ilgili bu kurallar kısaca şunlardır:

- Birçok kişi ve şirket, insanların e-posta adreslerine kendi şirket tanıtımlarını göndererek reklam yaparlar. E-posta adresi, internet kullanıcısının kendine ait bir özelliğidir ve izinsiz kullanılmamalıdır. İnsanların e-postalarına gereksiz şeyleri postalamak “spam” diye tabir edilen ve internet kullanım etik kurallarına uymayan bir davranıştır.
- E-firmalar kendi alıcılarının e-posta adreslerini hiçbir şekilde başkalarının kullanımına sunmaması gerekir. Eğer bu e-posta adreslerine promosyon amaçlı herhangi bir ürün reklama ya da benzeri şey gönderilmek istenirse, ilk e-posta kaydı sırasında bunu kullanıcının onaylanması gerekir. Onaylanmayan e-postaların tekrar edilerek alıcıların veya kullanıcıların rahatsız edilmemesi gerekir.

- Elektronik iletişim, “sanal” olsa da sonuçta insanlar arasında olan bir faaliyettir. Bu sebeple, normal hayatta hoş görülmeyen hiçbir şey bu ortamda da yapılmamalıdır.
- Ticari etik kurallarına elektronik ortamda da uyulması zorunludur. Ürün ve hizmetlerin fiyatları, ürün teslim sürelerine riayet, müşteri bilgilerinin mahremiyeti gibi konulara çok dikkat edilmelidir.

4.1.3. Alıcı

İnternet ortamı ve diğer elektronik aygıtları kullanarak mal ve hizmet talep eden kişi ve kurumlardır. Alıcılar E-ticarette genellikle kredi kartlarını kullanarak alışveriş yaparlar. Sanal ortamda kredi kartı kullanırken ve web sitelerini gezerken dikkat edilmesi gereken kurallar şunlardır:

- Alışveriş yapılan sayfanın güvenilir olduğunu anlamanın en kesin yolu, kredi kartıyla ilgili bilgileri gireceği sayfanın internet adresindeki http'nin https'ye dönüşmesidir. Bu dönüşüm firmanın sanal mağazasının bulunduğu sitenin SSL güvenlik protokolünün kullandığını gösterir.
- İnternet üzerinde sanal alışveriş hizmeti veren firmalar, sanal alışverişin güvenliğini sağlayan standartlar ve teknolojiler kullanmaktadır. İnternet tarayıcısının Explorer ve Netscape olmasına bağlı olarak kilit ikonu kilitlenmiş ve anahtar ikonunun kırık olmadığı sayfalar güvenli sayfalardır.
- Güvenilir ve isim sahibi sitelerden yapılan alışverişlerde güvenlik açısından bir problem çıkması ihtimali çok düşüktür. Tanınmayan veya güvenliğinden emin olunmayan bir siteden alışveriş yapılması gerekiyorsa limiti düşük bir kredi kartı kullanılmalıdır.
- Satın alınan ürün ile ilgili teslim tarihi, ilave ücretler, garanti koşulları gibi detaylara çok dikkat edilmelidir.
- Satın alma işleminin bittiğini belirten mesaj yazıcıdan çıkartılarak saklanmalıdır.
- Kredi kartı ekstreleri dikkatle incelenmeli, şüphe duyulan bir harcama bankaya bildirilmeli ve takip edilmelidir.

Elektronik satış yapan bir mağazanın web sitesine girerek örnek bir mal alımı aşağıdaki şekilde yapılır:

- Müşteri e-ticaret sitesine girer.

ne aramistınız? Aradığınız Ürün ya da Hizmet [→ Üye Giriş](#) [→ Üye olmak istiyorum](#)

tüm kategoriler
(Bir kategori seçin)
Almak istediğiniz ürünün kategorisini belirleyiniz.

Taksitli mağazalar
Yetkili Satıcıları
Yazılım Sanal Market
BİLGİSAYAR
.com Oyun
Oyuncak Puzzle Dünyası
Ey-Oto Sinema ve Müzik Sistemleri Mağazası

inanılmaz fırsatlar
● İNDİRİMLİ ÜRÜNLER
● PROMOSYONLU ÜRÜNLER
● KUPON VEREN MAĞAZA
● TAKSİTLİ ÜRÜNLER

sanal kart'a indirim

Merhaba sayın ziyaretçimiz

Bizim Seçtiklerimiz

Cok Çeşitli Ürünler

Sport Kauçuk Paspas ISO 9002 Belgeli
29.00 YTL (29,000,000 TL) (KDV Dahil)
Marka :

KONSERVE KESTANE PÜRESİ 5 kg.
73.07 YTL (73,070,000 TL) (KDV Dahil)
Marka : KARDELEN

Ofis/Kırtasiye

3116 Laser Yazıcı 139 \$ + KDV
189.87 YTL (189,870,000 TL) (+ KDV)
Marka :

Ofis/Kırtasiye

5s Fizik VCD Seti (16 CD)
6.76 YTL (6,760,000 TL) (KDV Dahil)
Marka :

Telefonlar
Çiçekler
DVD Filmler
National Geographic
Puzzleler
Televizyonlar

Şekil 4.3: İnternette yer alan bir sanal mağazanın ürünlerinin tanıtım sayfası

Site ilk defa ziyaret ediliyorsa üye olma işlemleri yapılır. Daha önce üye olunmuşsa kullanıcı adı ve şifresi girilir. Bilgiler doğrulandıktan sonra ürünler hakkında sayfada gezinti yapılarak bilgiler alınır.

Adres ve Üyelik Bilgileriniz

* Ad:

* Soyad:

* Email:

* Telefon:

* Mobil Telefon:

* Şifre:

* Tekrar Şifre:

* Adres:

Adresin devamı:

(Bir şehir seçin)
* Şehir: Şehri seçtikten sonra ilçelerin gözükmesi için bekleyin.

Posta Kodu:

Fatura Bilgileriniz

Şirket Adı:

Vergi Dairesi:

Vergi No:

Şekil 4.4: Üyelik bilgilerinin girileceği sayfa

→ Ana Sayfa → Müşteri Hizmetleri → Bize Yazın

Arama

Ürünlerimiz

- AYAKKABI
- KOZMETİK
- KESTANE SEKERI
- GÖZLÜK
- İNTERNET
- KİTAP
- ELEKTRONİK
- ELİŞİ
- MUTFAK
- EV ALETLERİ
- TELEFON
- MOBİLYA
- BİLGİSAYAR
- Tüm Ürünler...

Hesabınız

Sepetiniz

Siparişleriniz

Yardım Masası

[Teslim Şartları](#)

[İade Şartları](#)

PRATİK FRANZIZCA KONUŞMA KILAVUZU

Marka: [Basım Yayım](#)

SERİ: EĞİTİM
YAYINEVİ: YAYINEVİ
YAZAR: I
FİYAT: 9,50 YTL
SAYFA SAYISI: 390
TEMİN SÜRESİ: 5 İŞ GÜNÜ

...VE KİTAPTAN
İletişimin hızla önem kazandığı günümüz koşullarında dil bilmemek, bir yabancıyla iletişim kuramayan bireyleri önemli ölçüde rahatsız eder hale gelmiştir. Dil öğrenmenin çeşitli yol ve yöntemleri vardır. Kitap dil öğretmek amacıyla hazırlanmamıştır. Amaçlardan birisi Fransızca'yı bilen; ancak konuşma istediği bir biçimde yönlendiremeyenlere yardımcı olmaktır. İkincisiyse; Fransızca öğrenmeye zams olmamış kimselere, pratikten de olsa bazı konuşma türleriyle yol göstermektir, dil öğretmek değil.

Fiyatı : 9.50 YTL (9,500,000 TL) (KDV Dahil)

adet

Sayın ziyaretçimiz,
[Bu ürünü arkadaşlarınıza önerebilirsiniz.](#)
[Ürün ile ilgili sorularınızı bize yazın...](#)
[Bu ürünü ilk yorumlayan siz olun!](#)
Bu üründen sizde var mı? [Değerlendirin...](#)

Şekil 4.5: İlgili ürüne ait bilgileri gösteren sayfa

- Sanal mağazayı ziyaret eden müşteri istediği ürünü seçer ve “textbox” adedini de girerek alışveriş sepetine atar. Alışveriş sepetinin amacı, müşterinin seçer seçmez satın alma zorunluluğunun ortadan kaldırarak kolaylık sağlamaktır.
- Müşteri ürünle ilgili fiyat ve diğer bilgileri görebilir. Ayrıca, alışveriş sepetinin içeriğini, adet ve fiyatları, alışveriş toplamı, nakliye tutarı ve toplam tutar ile birlikte görebilir.
- Bu aşamada siparişi bitirir veya alışverişe devam edebilir.

→ Ana Sayfa → Müşteri Hizmetleri → Bize Yazın

Arama

Ürünlerimiz

- ▶ AYAKKABI
- ▶ KOZMETİK
- ▶ KESTANE ŞEKERİ
- ▶ GÖZLÜK
- ▶ İNTERNET
- ▶ KİTAP
- ▶ ELEKTRONİK
- ▶ ELİŞİ
- ▶ MUTFAK
- ▶ EV ALETLERİ
- ▶ TELEFON
- ▶ MOBİLYA
- ▶ BİLGİSAYAR
- ▶ Tüm Ürünler...

Hesabımız

Alışveriş Sepetiniz

- Her ürünün sağ tarafında bulunan "SİL" butonlarına tıklayarak istemediğiniz ürünleri sepetinizden çıkarabilirsiniz.
- Ürün miktarını değiştirdikten sonra "Güncelle" butonuna tıklamayı unutmayın..
- Alışverişinizi sonuçlandırmak için "Satın Al" butonuna tıklayınız. Bu butona tıkladığınızda, teslimat ve ödeme bilgilerinizin alınacağı ekran gelecektir. Dilediğiniz zaman satın alma işleminden vazgeçebilirsiniz.
- Fiyatlara KDV dahildir.

Ürün Adı	Birim Fiyat	Miktar	Toplam Fiyat
PRATİK FRANSIZCA KONUŞMA KILAVUZU	9.50 YTL	<input type="text" value="1"/> adet	9.50 YTL <input type="button" value="sil"/>
BAŞARININ PSİKOLOJİSİ	13.00 YTL	<input type="text" value="1"/> adet	13.00 YTL <input type="button" value="sil"/>
EKMEK KIZARTMA MAKİNASI SL-1210	34.45 YTL	<input type="text" value="1"/> adet	40.65 YTL <input type="button" value="sil"/>
SAÇ KURUTMA MAKİNASI SL-1510	35.62 YTL	<input type="text" value="1"/> adet	42.03 YTL <input type="button" value="sil"/>
Toplam :			105.18 YTL

Şekil 4.6: İstenen ürünlerin alışveriş sepetine atılmış halde görüntüsü

- Seçilen ürünlerin toplam bilgileri görüldükten sonra almaktan vazgeçilen ürünler sil butonuyla silinir. Geriye kalan ürünleri almak için satın al butonuna tıklanır.

Kredi Kartı Bilgileri
 Kredi kartı bilgilerinizi girmek için aşağıdaki alanları doldurun. Bilgileri girdikten sonra "devam" tuşuna basmayı unutmayın.
 * İşareti alanların doldurulması zorunludur.

* Kartın Bankası:

* Karttaki İsim:

* Kart Numarası:

* Kart Tipi:

* CVV: [CVV Nedir?](#)

* Son Kullanım Tarihi:

Bu kredi kartımı kaydet [Bu Neden Güvenli?](#)

Şekil 4.7: Kredi kartı bilgilerinin girileceği sayfa görüntüsü

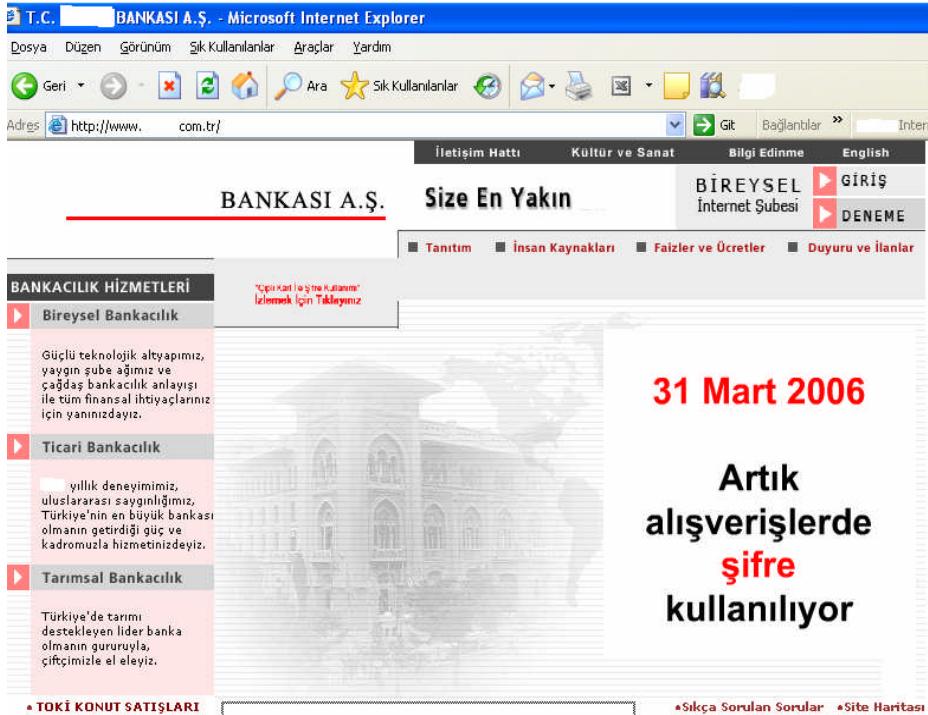
- Sipariş formunda siparişi veren kişi ve siparişi teslim alacak kişinin bilgileriyle birlikte kredi kartı fatura bilgilerini doldurur.
- Müşteri, siparişi onaylar.
- Onayladığı anda, bilgiler net üzerinden özel bir geçiş yoluyla ödemeyi yapan veya ödemeyi teslim alan bankaların bu işlemi onayladıkları veya reddettikleri network işleme mekanizmasına (SSL) ulaşır.
- Kredi kartı bilgileri geçerli ise sipariş kabul edilir.
- Aldığı ürünün ücreti banka yoluyla satıcıya ulaşır.

- Sipariş olumlu bir şekilde tamamlandığı takdirde, müşteriye siparişiyle ilgili bilgilerin yer aldığı bir e-mail gönderilir.
- Satın alınan ürün, önceden anlaşılmış olan güvenilir bir kargo şirketi tarafından, siparişi teslim alacak kişiye kimlik gösterilmesi karşılığında teslim edilir.

4.1.4. Bankalar

Bankalar işlemlerini yıllarca bankoların arkasında klasik yöntemlerle yaptılar. Daktilo makineleriyle uzun yazışmalar, teleks mesajlarıyla provizyon işlemleri çok zaman alıcı işlemlerdi. Aynı zamanda tüm bu işlemler için çok fazla personel istihdamı gerekiyordu. Zaman içinde teknolojik ve elektronik gelişmelere paralel olarak bankacılık ortam ve araçları değişti. Günümüzde artık elektronik bankacılık geçerlidir.

Bankalar, gerçek anlamda elektronik bankacılığa geçtikten sonra, kişisel bankacılık hizmetlerine (herkesin kendi bankacılık işlemlerini kendisi yapması) ATM para çekme makineleri ile 1980'lerin sonlarına doğru geçtiler. ATM'lerde, banka müşterisine verilen bir elektronik banka kartı yardımıyla, hemen hemen bütün temel bankacılık işlemleri yapılır. Bunun bir uzantısı olarak, kişisel bankacılık hizmetleri, 1995'te "telefon" bankacılığı ile tanıştı. Hesaplara "telefon" yardımıyla otomatik erişmek ve işlemler yapmak mümkün hale geldi.



Şekil 4.8: Türkiye Ziraat Bankasına ait web sitesinin ana sayfası

Bunun sonraki aşamasında ise, özellikle 1998'den sonra, internet bankacılığı ortaya çıktı. SSL gibi güvenlik sistemleri kullanan web sunucularında servis veren bankalar, müşterilerine kendi hesaplarına web tarayıcıları (netscape, internet explorer gibi) kullanarak erişme imkanı sunmaya başladı. SSL sayesinde banka müşterisi kendine ait müşteri numarası ve şifresini kullanarak kendi hesaplarına güvenli bir şekilde erişip kendisi ile banka arasında kurulan "güvenli web oturumunda", para çekme dışındaki bütün bankacılık hizmetlerini kendi başına yapabilmektedir.

PC müşterileri de güvenli bir Web sitesi yoluyla hesap detaylarına erişebiliyorlar. Onlar işlemlerini yaparlarken ekrandaki çeşitli bölümlerde ek servisler hakkında bilgi veriliyor. Örneğin tatil rezervasyonları sırasında, seyahat çeklerinin alınacağı bir sayfaya doğrudan bağlantı için bir link sunuluyor.

Müşterilerin servisi kullanması ile daha fazla seçenek sunulmaya başlanıyor, çağrı merkezi ve web sitesinin trafiği de hızla artıyor. Aynı zamanda, bankanın şubelerindeki kuyruklar azalırken, rutin işlemlerin merkezi olarak halledilmesi çalışanlar üzerindeki baskıyı da azaltıyor.

Banka ile doğrudan çalışmak isteyen müşteriler ve daha fazla klasik servisi tercih edenler için, e-ticaret çözümü, bankacılık deneyiminde de önemli gelişmeler sağlanmasını sağlıyor. İnternet erişimine sahip bir 2000'li yıllardan itibaren ise, WAP protokolü kullanarak "cep telefonları" kullanılarak WAP bankacılığı başlamıştır. Bu sistemde, yukarıda tanımlanan tüm bankacılık hizmetlerine "WAP destekleyen cep telefonlarından" menüler yardımıyla erişmek mümkündür.

T.C. ZIRAAT BANKASI Internet Şubesi

Sanal klavyenizi kullanarak müşteri numaranızı, şifrenizi giriniz ve girişi tıklayınız.

Müşteri Numarası:

Şifre:

Giriş

Sıkça Sorulan Sorular

T.C. Ziraat Bankası A.Ş. İnternet Şubesi'ne sadece www.bank.com.tr adresindeki "İnternet Şubesi" linkine tıklayarak ulaşınız.

T.C. Ziraat Bankası A.Ş. İnternet Şubesi'nde karşınıza çıkacak tüm sayfalarda, İnternet Explorer için Netscape için olduğundan emin olunuz. Bu işaretleri sayfaların sağ alt köşesinde **göremez iseniz işlemlere devam etmeyiniz.**

Müşteri Hizmetlerimizize numaralı telefondan ulaşabilirsiniz.

Ödemelerinizi internet şubemizden yapabilirsiniz.

Ödemelerinizi internet şubemizden yapabilirsiniz.

Şekil 4.9: Türkiye Bankası bireysel internet şubesine giriş ekranı

Banka normal kredi kartlarının yanı sıra, müşterilerinin internet ortamında daha güvenli alışveriş yapmaları için limiti düşük sanal kredi kartı, sanal banka kartı gibi hizmetler sunmaktadır. Sanal mağazaların kredi kartlarından ödeme alabilmeleri için sanal pos yazılımlarını hizmete geçirmişlerdir. Temel işlevi kredi kartı işlemlerini yerine getirmek olan sanal POS, aynı zamanda üye mağazaların tüm siparişlerini takip edebildikleri, satış raporlarını görebildikleri bir sanal ortamdır.

Ülkemizdeki tüm bankaların internet ortamında web tanıtım sayfalarının yanı sıra internet şubeleri mevcuttur. Ülkemizdeki bankacılık sektörü açısından elektronik ticaretin yaygın ve güvenli bir şekilde kullanılabilmesi için gerekli ortamı sağlayıcı çalışmalar yapmak, bu konudaki eksiklikleri tespit ederek çözümlenmesi için ilgili makamlar nezdinde girişimlerde bulunmak ve ulusal düzeyde yürütülen çalışmalara aktif katkıda bulunmak amacıyla Türkiye bankalar birliğince ,Elektronik Ticaret Çalışma Grubu kurulmuştur.

4.1.5. Sigorta

Elektronik ticarete sigorta işlemi; satılan mal ve hizmetlerin müşteriye ulaştırıncaya kadar güvencesini kapsar. E-ticaret yapan firmalar ürünü sattıktan sonra ya kendi kuryeleri aracılığıyla veya anlaşma yaptıkları kargo firmaları vasıtasıyla ürünü alıcıya iletir. Yüklendiği yerden, ulaşacağı noktaya kadar her ürün ve eşya, taşıma sırasında çarpışma, devrilme, yol kusurları, doğal afetler ve benzeri risklerle karşı karşıyadır. Kara, deniz, hava gibi nakil araçlarının çeşitliliği farklı hasarların oluşmasına yol açar. Çeşitli nedenlerle, araçları kullanan kişilerin kusurları veya yükleme, boşaltma araçlarının sebep olduğu muhtelif hasarlar oluşabilir. Bu aşamada satılan ürün sigortalanır. Satılan malın alıcıya güvenli ve sağlam bir şekilde ulaştırılması alıcıda güven yaratacaktır.

Police karşılaştırma ve sigorta alımı adımlarını izlemek için [tıklayınız!](#) **YENİ**

1. Online

2. Telefonla

Müşteri Hizmetleri Birimizin yardımı ile anında [sigortalanabilirsiniz!](#)

Kurumsal Çözümler

Kurumsal Hizmetlerimiz

Kurumunuzun sigorta ihtiyaçlarını anlayan ve çözüm üreten uzman kadromuzla her an yanınızdayız. Detaylar için [tıklayınız...](#)

net

Kurumunuzun tüm sigortacılık işlerini Kurumsigortam.net ile takip ederek, zamandan ve paradan kazanın!... Detaylar için [tıklayınız...](#)

BİREYSEL EMEKLİLİK SİSTEMİ

Bireysel Emeklilik Sistemi ile ilgili Tüm Detaylar ve Çözümler İçin

.net

Onlar Bizi Tercih Etti

Kasko poliçesi sahibi, Mühendis, 1995 Range Rover.

Sigorta .net'i seçti,

4.450 YTL'lik hasar tazminatını eksiksiz ve zamanında aldı!

Her Zaman Yanınızdayız

Hasar Hizmetlerimiz

Hasar anında her zaman yanınızdayız [tıklayınız...](#)

7/24

Müşteri Hizmetlerimiz

Tüm soru ve sorunlarınıza çözüm bulmak için [tıklayınız...](#)

Ödül Sistemi

%5 kazandıran yenilikli

Yakınınızla bizi tavsiye edin, kazanacağınız ödülleri poliçenizi indirimi alın! Detaylar için [tıklayınız...](#)

Online Police Alabileceğiniz Sigorta Şirketleri

YENİ **HAYAT**

GENEL YAŞAM

Şekil 4.10: İnternet üzerinden sigortacılık hizmeti veren bir şirketin ana sayfası

Sigorta şirketleri elektronik ticaretten paylarını almak ve müşteri kitlesini çoğaltmak için sanal ortamdaki yerlerini almışlardır. Dünyada ve ülkemizde bir çok sigorta şirketi araç, sağlık, hayat, konut, ferdi kaza, deprem, seyahat ve işyeri gibi birçok sigorta işlemi internet üzerinden yapmaktadırlar. Kullanıcının kişisel bilgilerini alarak fiyat tercihleri sunmakta ve kabul edilmesi durumunda alıcı online kredi kartı, telefon ile kredi kartı veya havale yoluyla sigorta ücretinin tamamını veya taksitini ödemektedir.

Sigorta poliçeleri daha sonra alıcıya kuryeler aracılığıyla adresinde teslim edilmektedir.

4.1.6. Nakliye

E-ticaret yöntemiyle satılan malların alıcıya iletilmesi işlemidir. Genellikle taşıma ve ulaştırma işlemi nakliye firmaları üstlenmiştir. On-line bir satış merkezinin güvenilirliği ve ürünün teslimatı güvenli olarak ve zamanında yapmasıyla orantılıdır. E-ticaret yoluyla satılan ürünlerin satışı yapan firmadan alınması, etiketleme barkodlama, hediye notu ekleme dağıtım ve teslimatı e-lojistik firmaları aracılığı ile yapılmaktadır.

e-ticaret firmaları tüm siparişleri sipariş numarası ile takip eder. Tedarikçiler de müşteriler de sipariş numarasını bilirler. Böylece hem son kullanıcılar hem de e-ticaret firmaları sipariş numarasını yazarak siparişin durumunu internet üzerinden öğrenebilirler.

Nakliye firmaları taşıdıkları ürünlere radyo frekanslı barkodlar verirler.



Şekil 4.11: İnternet üzerinden satılan ürünlerin nakliyesini yapan bir firmanın web sayfası

4.1.7. Elektronik Noter

Bir işlem içinde yer alan taraflara ait bilgilerin doğruluğunu kanıtlamak için güvenilir bir üçüncü şahıs olarak hareket edecek bir yetkiliye ihtiyaç vardır. Bir doğrulama yetkilisi, gerçeklere dayanan bir bilginin teyit edilebilir olup olmadığını tespit etmek için bağımsız, güvenilir bir araç olarak rol oynayabilir. Eğer bu işlemler internet ortamında gerçekleşecekse bu oluşumlara elektronik noter denir.

Elektronik ticarete, onay kurumlarının yanı sıra gerçekleştirilen ticari işlemi geleneksel noterlik sistemine benzer şekilde onaylayan, işlemin zaman boyutuna geçerlilik kazandıran elektronik noterlik gibi bir mekanizmanın oluşturulması söz konusu olabilecektir. Zira, elektronik ortamdaki bilgilerin doğruluğunun kanıtlanması için belgeleme yetkililerine de gereksinim vardır.

Güvenli teknolojiler, şifreleme ve bunları destekleyecek düzenleyici ortam, elektronik işlemlerde firma ve müşterilerin güvenini kazanmak için temel teşkil edecektir. Bireyleri ve kurumları elektronik ortamdaki işlemlere hukuken bağlayan elektronik imzalar ve elektronik simgeler, destekleyici belgeleme mekanizmaları olmadan fazla bir anlam ifade etmez.



Resim 4.1: Noterlerde internette

Ülkemizde noterlik mevzuatında elektronik işlemleri kapsayan bir düzenleme mevcut değildir. Ancak ilgili raporlarda buna değinilmekte ve elektronik noterlik kurumunun oluşturulması yetkilerinin sınırları konusunda yukarıda anılan uluslararası uygulama ve düzenlemelere atıfta bulunmaktadır. Henüz hazırlanmakta olan sayısal imzanın teknik ve idari yönleri kanun tasarısında bu konuda hüküm getirilmesi muhtemel olup böyle bir kurum geçerliği resmi şekle tabi kılınan sözleşmelerinde e-ortamda yapılabilmesine de olanak sağlayacak ve bu da e-ticaret alanını genişletici bir etki yapacaktır.

Elektronik noter; E-ticarette, onay kurumlarının yanı sıra gerçekleştirilen alışverişe ait hukuki işlemleri geleneksel noterlik sistemine benzer şekilde onaylayan ,örnek saklayan ve işlemin düzenleme zamanını tespit eden ve işleme resmiyet kazandıran elektronik noterlik gibi bir mekanizmanın da oluşturulması isabetli olarak önerilmektedir.

Durumun özelliği, elektronik noterlerin uluslar arası karşılıklı çalışabilirliğini ve karşılıklı tanınmasını gerektirmektedir. Bilginin doğruluğunu onaylayan oluşumların sorumluluklarına açıklık getirirken gerekli dikkat gösterilmelidir. Doğrulama işlemi büyük miktarlarda veri oluşturabileceği için, gizlilik ve kişisel veriler ile ilgili önemli noktalar gözden geçirilmelidir

Elektronik noter sistemi; kurulacak olan onay kurumlarına noterlik yetkisi verilerek mevcut noterlik sistemi içinde düzenlenerek ya da yeni ve ayrı bir elektronik noterlik altyapısı hazırlanarak düzenlenebilir. Ülkemizde uygulanan mevcut noterlik mevzuatında elektronik işlemleri kapsayan bir düzenleme mevcut olmadığı gibi bu göreve seçilme şartlarını belirleyen kriterler de yeterli değildir. 1512 Sayılı Noterlik Kanununun 7/3 Maddesi'nde noterlik stajının başlaması için "Türk hukuk fakültelerinin birinden mezun olmak veya yabancı bir memleket hukuk fakültesinden mezun olup da, Türkiye hukuk fakülteleri programlarına göre noksan kalan derslerden başarılı sınav vermiş bulunmak" hükmü yer almaktadır. Bu itibarla kurulacak olan elektronik noterlik sisteminde, bu görevi yapacakların nitelikleri, hukuk fakültesi mezunu olmakla sınırlandırılmayacağı gibi teknik bilgi ve donanımın standardını da belirleyecek nitelikte olmalıdır. Ayrıca yabancı şirketlere de yetki verilmesi hususu ile elektronik noterlerin yetkilerinin sınırları bu konuda uluslar arası uygulama ve düzenlemeler de göz önünde bulundurulurken dikkatle değerlendirilmelidir.

Elektronik belgenin ispat işlevi görebilmesi açısından belgenin düzenlendiği zamanın kesin olarak belirlenebilmesi son derece önemlidir. Günlük hayattaki birçok işlemde; örneğin elektronik ortamda hisse senedi ve döviz alım satımında, işlem zamanını açıkça tespit edilmesi zorunludur. Bilgisayarların işletim sistemlerinde tarih ve saat ayarları kolaylıkla değiştirebildiğinden, elektronik ortamda içinde oynama yapılmamış ve değiştirilmemiş zaman bilgileri elde etmek oldukça önemlidir

UYGULAMA FAALİYETİ

İşlem Basamakları	Öneriler
➤ E-ticaret sitesini açınız.	➤ İnternet Explorer ya da diğer internet sağlayıcınıza tıklayarak bir internet sayfası açınız. ➤ Adres satırına gireceğiniz şirketin web adresini yazınız ve “enter” tuşuna basınız.
➤ Üye formunu doldurunuz,	➤ Siteye üye olabilmek için üye ol linkine tıklayınız. ➤ Karşınıza gelen üyelik penceresindeki formu eksiksiz doldurunuz.
➤ Sözleşmeyi onaylayınız, .	➤ Sözleşme ile ilgili kural ve koşulları dikkatlice okuyunuz. ➤ Onay tuşuna basarak sözleşmeyi onaylayınız.
➤ Ürün sayfasını açınız, .	➤ Ürünleri inceleyeceğiniz linki bulup tıklayarak ürün sayfasını açınız.
➤ Ürünü seçiniz,	➤ Ürün sayfasında incelemeyi düşündüğünüz veya satın almak istediğiniz ürünü bulunuz. ➤ İlgili ürünleri seçerek sepete atınız ve ürün sepetini oluşturunuz.
➤ Fiyat ve ödeme sayfasını açınız.	➤ Ürünleri seçtikten sonra ilgili linke tıklayarak fiyat ve ödeme sayfasını açınız.
➤ Ürün bilgilerini onaylayınız.	➤ Ürün bilgilerini kontrol ediniz ve onay tuşuna basarak onaylayınız.

<p>➤ Siparişin ulaşacağı bilgi formunu doldurunuz,</p>	<p>➤ Adres bilgilerini eksiksiz doldurunuz. ➤ Firmanın siparişle ilgili fiyat, zaman ve diğer unsurlarını okuyunuz. ➤ Siparişi bilgi formunun diğer bilgilerini doldurup onaylayınız.</p>
<p>➤ Fatura bilgilerini giriniz,</p>	<p>➤ Fatura ile ilgili adres, firma tam adı, vergi numarası ve fiyatla ilgili bilgileri eksiksiz giriniz.</p>
<p>➤ Ödeme şeklini belirleyiniz,</p>	<p>➤ Ödeme şeklini seçiniz. ➤ Ödeme şekline ve fiyata ait bilgileri giriniz.</p>
<p>➤ Siparişi onaylayınız</p>	<p>➤ Fiyat, fatura ve siparişle ilgili diğer tüm bilgileri kontrol ediniz. ➤ Onay tuşuna basarak siparişi onaylayınız ve satış işlemini gerçekleştiriniz.</p>

ÖLÇME VE DEĞERLENDİRME

ÖLÇME SORULARI

1. Bir bilgisayardan diğerine/diğerlerine veya bir kişiden diğer kişiye/kişilere gönderilen elektronik mesajdır. Yukarıdaki cümle aşağıdakilerden hangisinin tanımıdır?
A) E-ticaret
B) E-firma
C) Nakliye
D) E-posta
2. Aşağıdakilerden hangisi e-ticaretin öğelerinden biri değildir?
A) Hastaneler
B) Bankalar
C) Sigorta
D) Nakliye
3. E-firmalarla ilgili olarak aşağıdaki e-ticaret kurallarından hangisi yanlıştır?
A) E-firmalar kendi alıcılarının e-posta adreslerini hiçbir şekilde başkalarının kullanımına sunmaması gerekir.
B) E-posta adresi, internet kullanıcısının kendine ait bir özelliğidir ve izinsiz kullanılmamalıdır
C) Normal hayatta hoş görülmeyen şeyler sanal olduğu için elektronik ortamda hoş görülebilir.
D) Ticari etik kurallarına elektronik ortamda da uyulması zorunludur.
4. E-firmalar sadece internet ortamında mal ve hizmetlerini sunar.
Doğru () Yanlış ()
5. İnternet ortamı ve diğer elektronik aygıtları kullanarak mal ve hizmet talep eden kişi ve kurumlar alıcılardır.
Doğru () Yanlış ()
6. E-ticaret yöntemiyle satılan malların alıcıya iletilmesi işlemine nakliye denir.
Doğru () Yanlış ()

Performans Değerlendirme

Öğrenme faaliyeti ile kazandığınız yeterlilikleri aşağıdaki kriterlere göre değerlendiriniz.

Değerlendirme Kriterleri	Evet	Hayır
➤ İnternet sitelerine erişim sağlayabiliyor musunuz?		
➤ E-posta adresi alabiliyor musunuz?		
➤ E-posta gönderebiliyor musunuz?		
➤ E-ticaretin öğelerini biliyor musunuz?		
➤ E-ticaret öğelerinin görev ve fonksiyonlarını biliyor musunuz?		
➤ E-firma hakkında hukuksal ve teknik bilgilere sahip misiniz?		
➤ Elektronik noterlerin e-ticarete ki fonksiyonlarını biliyor musunuz?		
➤ E-ticarete nakliye ve sigorta işlemlerinin yapışını ve kapsamını biliyor musunuz?		
➤ E-ticarete alıcıları ilgilendiren güvenlik kurallarını biliyor musunuz?		

Değerlendirme

Sorulara verdiğiniz yanıtları modül sonundaki cevap anahtarıyla karşılaştırınız.

Bu faaliyet kapsamında hangi bilgileri kazandığınızı belirleyiniz.

Yanlış cevaplandırdığınız sorularla ilgili konuları tekrar inceleyip öğrenmeye çalışınız.

Tüm sorulara doğru cevap verdiyseniz diğer öğrenme faaliyetine geçebilirsiniz.

Değerlendirme Kriterleri		Değer Ölçeği			
		0	1	2	3
1	E-ticaret, e-iş, e-firma ve ilgili diğer tanımlarını yapabilme				
2	E-ticaretin önemini kavrayabilme				
3	E- ticaretin yararlarını özümseyebilme				
4	E-ticaret ödeme araçlarının fonksiyonlarını kavrayabilme				
5	İnterneti etkin kullanabilme				
6	Üyelik işlemleri, ürün inceleme, fiyat inceleme ve diğer kullanıcı işlemlerini yapabilme				
7	Sözleşme oluşturabilme				
8	Site kullanımını ve sözleşmelere dair hukuki bilgi, güvenlik ve sorumluluklara ilişkin yeterli bilgiye sahip olma				
9	E-ticaret öğelerinin fonksiyonlarını bilme				
10	Mal ve hizmet siparişini gerçekleştirme				
Toplam:					
Düşünceler:.....					

Değerlendirme

Öğrenci derecelendirme ölçeği listesindeki davranışları sırasıyla uygulayabilmelidir. Hangi davranıştan 0 ve 1 değer ölçeğini işaretlediyseniz o konuyla ilgili faaliyeti tekrar etmesini isteyiniz.

Ölçme Soruları

1. Aşağıdakilerin hangisi e-ticaretin geleneksel ticarete karşı avantajlarından biri değildir.
 - A) İstedığınız yere satış
 - B) Aracıların çoğalması
 - C) Rekabette üstünlük
 - D) Daha ucuz ürün ve hizmetler
2. Aşağıdakilerden hangisi elektronik ticaretin zorluklarından biri değildir?
 - A) İşletmelerin, değişen pazar koşullarına uyum sağlayamaması
 - B) Ayrılmış ürün teslimi sonucu şirketlerin ürünü yenilemede lojistik güçlüklerle karşılaşması
 - C) İşletmelerin hızlı gelişen teknolojik altyapıya uyum sağlayamaması
 - D) İşletmelerin ürünlerini tanıtmak için reklamlarını tüketiciye ulaştırmada güçlük çekmesi
3. E-ticaret tüketicilere alışverişte aşağıdaki avantajlardan hangisini sağlamaz?
 - A) Kolay ve rahattır.
 - B) Birkaç basit önlemi aldığımızda daha güvenlidir.
 - C) Daha hesaplıdır.
 - D) Lojistik destek yüksektir.
4. Aşağıdakilerden hangisi doğrudur?
 - A) E-firmalar internet ortamı dışında da mal ve hizmet sunar.
 - B) Satıcılar internet ortamı ve diğer elektronik aygıtları kullanarak mal ve hizmet talep eden kişi ve kurumlardır
 - C) Elektronik ticarete sigorta mal ve hizmetler müşteriye teslim edildikten sonrada devam eder.
 - D) Ülkemizde noterlik mevzuatında elektronik işlemleri kapsayan birçok düzenleme mevcuttur.
5. Kullanıcı profili ile ilgili aşağıdakilerden hangisi yanlıştır?
 - A) Kullanıcının, kullanıcı profilindeki puanının 2 puanın altına düşmesi durumunda üyeliği otomatik olarak iptal edilir.
 - B) Üyeliği iptal edilen kullanıcı, sitedeki hizmetlerinden faydalanamaz.
 - C) Kullanıcılar kullanıcı profili puanlarını diğer internet sitelerinde alışveriş için kullanabilirler.
 - D) Kullanıcı profilinde yer alan karma yorumlar ve değerlendirmeler bütün ve tam olarak kullanıcı profilini yansıtmayabilir.

Uygulamalı Test

Modül ile kazandığınız yeterlilikleri aşağıdaki kriterlere göre değerlendiriniz.

Değerlendirme Kriterleri	Evet	Hayır
E-ticaret sitesine girebiliyor musunuz?		
Üyelik işlemlerini yapıp müşteri nu ve parola aldınız mı ?		
Siparişin teslim edildiği ili seçip alışveriş sayfasına yönlendirildiniz mi?		
Sipariş numarasını kaydettiniz mi?		
İstediğiniz ürünleri seçip alışveriş sepetine attınız mı?		
Ürünlerle ilgili miktar, fiyat ve toplam miktar ve fiyatı gördünüz mü ?		
Müşteri nu ve parolayı girdiniz mi?		
Sipariş bilgileri, kredi kartı ve fatura bilgilerini doldurdunuz mu?		
Ürün kontrolü yapıp satın al komutunu verdiniz mi?		
Siparişi onayladınız mı?		
Siparişin alındığına dair mail aldınız mı?		

MODÜL DEĞERLENDİRME

Almış olduğunuz eğitimle elektronik ticareti öğrenmiş oldunuz. Edindiğiniz bu bilgi ve tecrübeleri sık sık uygularsanız öğreniminiz daha kalıcı olur.

Günlük hayatta ya da herhangi bir yerde çalışırken e-ticaret yapabilmelisiniz. Anlayamadığınız bir nokta olursa konuyla ilgili faaliyeti tekrar ediniz.

CEVAP ANAHTARLARI

Öğrenme Faaliyeti 1 Cevap Anahtarı

1	C
2	B
3	A
4	Doğru
5	Yanlış
6	Yanlış

Öğrenme Faaliyeti 2 Cevap Anahtarı

1	A
2	D
3	B
4	Doğru
5	Doğru
6	Doğru

Öğrenme Faaliyeti 3 Cevap Anahtarı

1	C
2	D
3	B
4	Doğru
5	Yanlış
6	Yanlış

Öğrenme Faaliyeti 4 Cevap Anahtarı

1	D
2	A
3	C
4	Yanlış
5	Doğru
6	Doğru

Modül Ölçme Soruları Cevap Anahtarı

1	B
2	D
3	D
4	A
5	C

ÖNERİLEN KAYNAKLAR

Elektronik ticaret için en önemli ve vazgeçilmez kaynak tabii ki internettir. Değişen teknolojiyle beraber e- ticaretteki değişiklikleri de internetten takip edebilirsiniz ve bilgilerinizi güncelleyebilirsiniz. Yeni bir kavram olsa da e-ticaretle ilgili kitaplar vb. dökümanlar piyasa da ve üniversite ve çeşitli kurumların kütüphanelerinde mevcuttur. Bu kaynaklardan da yararlanabilirsiniz. Bilgiyi kalıcı hale getirmek için uygulamak temel şarttır. O yüzden e-ticaret yapan kurum ve kuruluşları da ziyaret edip uygulamalı olarak e-ticareti görebilirsiniz.

KAYNAKÇA

- ERDAĞ Nevzat, Emel BATUMAN, **Elektronik Ticaret**, Arıkan Yayınları, Denizli, 2006.
- ÖZBAY Sabahat, Selma AKYAZI, **Elektronik Ticaret**, Detay Yayınları, Ankara, 2004.
- KABAKÇI Şenel, Gaffar TAŞKIN, **Elektronik Ticaret**, Yeni Çizgi Yayınları, Ankara 2005.
- KANAT Bülent, Murat BAŞYİĞİT ve Volkan ABAK, **Elektronik Ticaret**, Haziran, 2002.
- Sacide VURAL, **Değişim ve İletişim**, Amme İdaresi Dergisi, Cilt.25, Sayı:4, Ankara,1992.
- SIRMA İbrahim, **Elektronik Ticaret Stratejileri**, Askan Bülteni, İstanbul Üniversitesi 2002.
- YAZICI Ayla, **Elektronik Ticaretin Ekonomik Boyutu**, Eskişehir Anadolu Üniversitesi, İ.İ.B.F Dergisi Cilt No : 18 Sayı : 1-2, Eskişehir, 2002.
- www.e-ticaret.gov.tr
- www.kobinet.org.tr
- www.eticaret.garanti.com.tr
- www.e-ticaretmerkezi.net
- www.kobiline.com/
- www.marmaraweb.com
- www.yurticikargo.com.tr
- www.turkticaret.net
- www.garantiticaret.com.
- www.msn.estore.com.tr
- www.firmavitrini.com
- www.mynet.com
- www.sigortam.net
- www.ziraat.com.tr
- www.gençbilim.com
- www.bilgibirikimi.tripod.com.