

- policy, Long Rang planning, Volume 11, No4, August, 1978.
- KOTLER, Philip: "Phasing Out Weak Producis", Strategic Management, Ed. Richard G.HAMERSMESH, Harvard Business Review Executive Book Series, John Wiley and Sons, Inc., U.S.A.
- DİNÇER, Ömer : Starejik Yönetim ve İşletme Politikası, 5.Baskı, Beta Basım Dağıtım A.Ş., İstanbul, 1998.s.258.
- HATİPOĞLU, Zeyyat; İşletmelerde Stratejik Yönetim, Temci Araştırma Yayınları A.Ş., No.4, İstanbul, 1986.
- MACMILLAN, Ian C: Seizing Competitive, The toumal of Business Strategy. Vol.2, No4, Spring, 1982.
- MCCARTHY, J.Daniel, ROBERT J.Mminichiello and JOSEPH R.Curran; Business policy and strategy Richard D.Irvin İne; Homewood Illinois, 1975, s.41., J.L., Massie, İşletme Yönetimi, Çev., Şan Öz-Alp ve diğ. (Bayteş Yayıncılık, Eskişehir, 1983.
- MONTANASİ, John R, MORGAN Cyril P. and BRACKER Jeffrey S.; Strategic Management: A choice Approach, The Dryden press, chicago, 1990, s.143-152; Robert Albanesc; Management, South-westem publishing Campany, cincinatti, ohio, 1998.
- MİLLER Alex: Strategic Management, 3 rd. Ed., Irwin / Graw Hill, Bostan, 1998, s. 128.
- ROBBINS Stephen P: Organization Theory; Structure Desing and Applications,3th. Ed., prentice-Hall International Inc., London, 1990.
- STANTON, William J: Fundamental of Marketing, McGraw Hill Book Comp.; Toronto, 1984.
- SUSMAN, Gerald I: "Product Life Cycle Management, Emergenig Praticce in Cost Management, Ed. Barry J.BRINKER,Warren,Gorham and Lamont, Inc., Boston, 1990.
- THAMPSON Arthur A.and STRICKLAND, A.J. : Strategic Management: Concepts and Cases, 5.Ed., Lrwin, Homevood 111., 1990.
- MUCUK, İsmet: Pazarlama İlkeleri, 5. Baskı, Der Yayınları No:39, İstanbul 1991.
- NV.HOFER, Charles: "Toward a Contingency theory of Business Strategy", Academy of Management Journal, Vol.18,December-1975.
- WILSON, Ian H.: Environmental Seanning and Strategic Planning, "Arthur A.Thompson, Tr.and A.J. Strickland and William E-Fulmel, Readings in Strategic Management, Business publication Inc., plano, Texas, 1984.
- WVORTCEL Heidi Vernon and WORCEL H.Lawrence: Strategic Management of Multinational Corporations: The Essentials, John Wiley and Sosns Inc., New York, 1985.
- WOOLEY, Kenneth M.: "Experience Curves and Their Use in Planning" unpublsh ed doctoral disertation, Stanford Universty, Palo Alto, California, 1972, S. 139.

BİLGİ TEKNOLOJİSİNİN BİR ARACI OLARAK İNTERNETİN İŞLETME YÖNETİMİNE ETKİLERİ KOBİ'LER İÇİN ÇÖZÜM NOKTALARI

Doç.Dr. Bülent TOKAT*
Öğr.Gr. Mesut ÖNCEL**

ÖZET

Bilgi teknolojilerinin gelişimi ile ortaya çıkan internet kısa bir geçmişte sahip olmasına rağmen, ekonomik faaliyetlerin doğasını köklü bir biçimde değiştirmiştir. Geçmişte yüz yüze ya da yazılı kayıt/form sistemine dayalı iş yapma şekli günümüzde internet üzerinden elektronik ortamda gerçekleştirilmektedir. Bunun sonucu olarak işletme yönetimini etkilemektedir.

internetin gelişmesiyle ortaya çıkan elektronik ticaret kavramı, internet teknolojisinin tüm boyutları ile işletme işlevlerinde kullanılmasını gerektirmektedir. Dolayısıyla internetin işletme, yönetimini etkilemesi, iş yapma usullerinin web ortamına dayandırılması ile gerçekleşmektedir.

İnternet aynı zamanda, işletmeler arası rekabetin artmasında en önemlisi de, Küçük ve Orta Ölçekli işletmelerin büyük işletmelerle rekabet şansına erişebilmesinde ve yaşadığı sorunlarının çözümünde kullanabileceği en önemli araç olma özelliğindedir. Hâlâ bu teknolojiyi kullanmayan ya da verimli kullanamayan Küçük ve Orta Ölçekli işletmeler bilgi teknolojilerinde gelişmeleri gözönüne alarak kendi işletmelerine bu teknolojileri kazandırmaları, işletme işlevlerinde bir araç olarak kullanmaları ve yakın gelecekte, yeni ekonomi düzeni içerisinde yer almaları için kaçınılmazdır.

* Dumlupınar Üniversitesi İİ.B.F. Öğretim Üyesi

** Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya Meslek Yüksekokulu

ABSTRACT

The development in Information technologies developed internet. This new technology has very short history, but it changed the nature of economic transactions. In the past, contracts needed people and some paper works, however today these transactions can be done electronically over internet. This clearly affects the managing of a firm.

The term of "electronic trading" which exists with the development of internet and all dimensions of internet technologies should be used in the internet functions of firms. The effect of business ways to the web world.

Internet creates more competition among firms. In addition to this, internet created environment for little and middle size firms to compete against to big firms. These little and middle size firms that are not using this new technology yet, should take this technology into their firms and use as a tool in their functions in order to take place in new economic environment of near future.

1. İNTERNET KAVRAMI VE İNTERNETİN İŞLETMECİLİK BOYUTLARINDA KULLANIMI

1.1. İnternetin İki Alt Sistemi Olarak intranet ve Ekstranet Teknolojileri

İnsanoğlunun yaşamını biçimlendiren bilişim teknolojilerini, üreten ülkeler ya da kurumlar için lider, kullanabilenler için üreten ve etkin, kullanamayanlar için çağın gerisinde bırakmaktadır.

Bilgisayar teknolojisinin işletmelerde kullanımının artması bilgi kavramının gün geçtikçe artan önemi, bilişim kavramının ortaya çıkmasında ve şekillenmesinde önemli bir rol oynamıştır. Günümüzde bilişim unsurlarının temel taşlarından birisi internet olarak kabul edilmektedir.

Ancak internet yeni bir kavram olması nedeniyle bu konuda değişik tanımlamalar yapılmıştır;

Internet, dünya çapında bilgi kaynaklarından oluşmuş bir gruba verilen addır.¹

Internet, insanların her geçen gün gittikçe artan üretilen bilgiyi saklama/paylaşma ve ona kolayca ulaşma istekleri sonrasında ortaya çıkmış bir

¹ Erol BALEVİ, İnternet, Seçkin Kitabevi, Ankara, 1995, s. 15.

teknolojidir. Bu teknoloji yardımıyla pek çok alandaki bilgilere insanlar kolay, ucuz, hızlı ve güvenli bir şekilde erişebilmektedir."² Büyük bir bilgi hazinesi, büyük bir kütüphane, günümüzde eşsiz bir bilgi denizi olarak benzetilmesi doğaldır.

İnsanlığın ortak değeri haline gelen bilgi birikimi günümüzde internet yolu ile tüm dünya insanları arasında paylaşılan bir öğe haline gelmiştir. Matbaanın icadından bugüne kadar hiç bir dönemde bilgi, böylesine hızlı böylesine kolay bir şekilde yayılmamıştır. Diğer yandan bilgiyi işleyen donanım boyutunu incelediğimizde gün geçtikçe fiyatları düşen bilgi işleme teknolojileri ve birim başına maliyetlerin azalması bu gelişimin hızlanmasında katkıda bulunmaktadır.³

İnternet teknolojisinin yaygınlaşması ile birlikte üretilen yeni çözümler beraberinde farklı uygulamaları da getirmiştir. Özellikle intranet ve ekstranet uygulamaları ile organizasyonlar kendi çözümlerini geliştirmişlerdir.⁴

1.1.1. intranet

İnternet ile yeni tanışan bir kurum acaba bu teknoloji de şimdiden eskidi, modası geçti mi? diye sorabilir. Esas itibarıyla intranet internet tabanlı bir uygulamadır. Sadece belirli bir kuruluş içindeki bilgisayarları, yerel ağları (LAN; Local Area Network) ve geniş ağları (WAN; Wide Area Network) birbirine bağlayan, çoğunlukla TCP/IP (Transmission Communication Protocol/Internet Protocol) tabanlı ağlar olarak tanımlanmaktadır⁵ Artık işletmeler dahili ağ yapılarına daha ekonomik ve etkin çözümler aramaktadır. Günümüzde bilgi en önemli rekabet araçları arasında yer aldığı düşünülürse işletmeler bilgi paylaşımını artırıcı ve ekonomik yöntemler sağlayan intranet kullanma nedeni ortaya çıkacaktır.

İnternet, bir şekilde bağlanan herkese açık bir medya iken, intranet sadece işletme çalışanlarının girip bilgi alabileceği bir medyadır.⁶ Ancak internet ile intranet birbiriyile ilgisiz olduğu düşünülemez. İşletmeler için intranet internetin bir tamamlayıcısı ve daha somut sonuçlar veren bir yapıdır.⁷

² Mustafa Alkışıl ve Orhan Gökçöl, "İnternet ve İlgili Konularda Çokça Sorulan Sorular: İNET-TR.CSS", Sürüm 2.5, <http://www.bilkeni.edu.tr/turkoc/cse/inet-tr.rnm>, 30 Ekim 1997

³ İ.Sabri BARUTÇUĞİL, "Bilgi Yönetimi", Bankacılık ve Finans Dergisi, Nisan-Mayıs, 2000, s.22

⁴ Mesul ÖNCEL, "Bilgi Teknolojisinin Bir Aracı Olarak İnternet, Intranet, Ekstranet'in İşletme Yönetimi Üzerinde Etkileri ve Kobi'ler İçin Çözüm Noktaları", Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü., Yüksek Lisans Tezi, Kütahya, 2001, s.7

⁵ Mustafa Alkışıl ve Orhan Gökçöl, a.g.e.

⁶ Ümit GÜNEY, "İnternet, Intranet, Extranet", Byte Türkiye, Mayıs, 1998, s. 116

⁷ A.g.e

Ülkemizde ise bu teknoloji henüz gelişmemiştir. Bunda en büyük etken alt yapı yetersizliği ile işletmelerin bu konuda yeterli bilgiye sahip olmamalarıdır.

1.1.2. Ekstranet

Ekstranet, bir işletmeyi, kendi tedarikçileri, müşteri ya da ortak hedefleri paylaştığı diğer işletmelerle bağlayan; bunu yaparken de internet teknolojilerini kullanan ve işbirliğine açık bir ağ olarak tanımlanabilir.⁸ Diğer şirketlerin de kullanımına açık ya da diğer şirketlerle işbirliğine olanak tanıyan bir intranet olarak da kabul edilebilir.

İnternette her ne kadar bilgiler herkese açık olsa da işletmeler için bazı özel bilgiler olabilir. Bayiler, çözüm ortakları, taşeron işletmeler gibi işbirliği halinde olunan firmalarla mutlak surette bilgi alışverişi olacaktır. Eğer bu firma sayısı fazla ise, daha fazla çaba gerektirecektir. Bunun için ekstranet kullanımı gerekmektedir.

Dikkat edilecek olursa yukarıda sözü edilen intranet ve ekstranet kavramları internetin alt sistemi olarak kabul edilebilir. Dolayısıyla bunlar yeni bir teknoloji değil, değişen sadece işleyişi ve adıdır. Ancak bunlar bir birinin tamamlayıcısı olan bilişim teknolojileridir. Günümüzde dünyamız her yerindeki bilgilere anında ulaşmak mümkündür, ne var ki (hemen yanımızdaki, hatta içimizdeki) kurumsal bilgilere ulaşmada sorunlar yaşanmaktadır. 10 Bunun içindir ki bu teknolojilerin kullanımı kurumsal bilgilerin paylaşılması ve örgütsel bilgi birikiminin artırılması açısından gereksinim vardır.

2. İŞLETMELERDE ELEKTRONİK TİCARET VE İŞLETME FONKSİYONLARINA ETKİSİ

İnternet' teki ticari faaliyetleri, telefon üzerinden yapılan ticaretin bir uzantısı olarak düşünülebiliriz. Ekonomik işlerin elektronik iletişim araçlarıyla ya da bilgisayar aracılığıyla gerçekleştirilmesi anlamına gelmektedir."

Elektronik ticaret, birey ve kurumların açık ağ ortamında, (internet) veya sınırlı sayıda kullanıcı tarafından ulaşılabilen kapalı ağ ortamında

⁸ Sibel ALGAN , "Bilgi Yolunda Bükük Yeni Bir Durak: Ekstranet", BT Haber, Sayı: İki, 31Mar-6 Nisan, 1997, ss.54-55

⁹ A.g.e.

¹⁰ Ümit GÜNEY, a.g.e., s. 114

¹¹ Yakup KEPENEK , Ekonomik Yönleriyle Elektronik Ticaret, Alın Yayınları, 2000, s. 19

(intranet) yazı, ses, ve görüntü şeklindeki sayısal bilginin iletimi temeline dayanan ticari işlemlerin tümüdür.¹²

Elektronik ticaret sadece kurum ve firmalarla müşteriler (B2C: Business to Consumer) arasında geçen bir ticari faaliyet olarak düşünülmemelidir. Aynı zamanda işletmeler arasında (B2B; Business to Business) ticari faaliyetleri içermektedir.¹³

İnternetin kullanım gerekçelerini özetle şu başlıklar altında toplamak mümkündür;¹⁴

- İletişim maliyetlerini azaltması
- İletişim ve koordinasyonu artırması
- Bilgi paylaşımının artması
- Pazarlama işlevini kolaylaştırması

Sonuç olarak bir iş yapma aracı olarak kullanılacak internet işletmenin verimliliğini ve etkinliğini artıran önemli bir unsur olacaktır.

2.1. İnternet' in Pazarlama İşlevinde Etkisi

Bundan on yıl önce başlayan ve hızla yaygınlaşan internet kullanımını son bir kaç yılda daha da artarak büyük bir gelişime girmiştir. Burada en büyük elken ticari faaliyetlerin web ortamında geliştirilmesi ve uygulanmasıdır. Bunun ilk adımı işletmeden müşteriye (B2C: Business to Consumer) uygulamaları ile gerçekleşmiştir. Sürekli artan kullanıcı sayısı ile pek çok kişi veya kuruluşu kendine çeken internet, zaman içerisinde alıcı ve satıcıların direkt ilişki kurduğu bir "elektronik pazar yeri" olmuş ve "alışveriş" kavramı da "on line" hale gelmiştir.¹⁵

On line alışveriş, sağladığı bir takım olanaklar nedeniyle tercih edilmektedir. Alıcı açısından, 7 gün, 24 saat sipariş olanağı, ödeme kolaylığı, geniş bir ürün yelpazesinden seçim yapma olanağı, birim maliyetlerin düşmesinin bir sonucu ile birlikte daha cazip bir fiyatla satın alınabilmesi olmaktadır.

Satıcı açısından ise, pazar ve pazarlama analizleri için veri toplamak, test ürünleriyle ilgili geri besleme almak ve ürünlerin iyileştirilmesi mümkündür. Yeni ürünlerin satışı için internet ortamında tanıtım yapmak ve

¹² Mustafa TOPALOĞLU, "Elektronik Ticaretin Hukuksal Yönü", Pc Life, (Mayıs 2000), s. 156

¹³ A.g.e.

¹⁴ Aynıntılar için bkz. (Mesut ÖNCEL, a.g.e., ss.38-43)

¹⁵ Mert BÖRÜ , "Aktif mi? İnteraktif mi?". BT Haber, 23-29 Haziran, 1997, s.18

ilgi duyan müşterilere doğrudan doğruya elektronik posta ile ulaşılarak görüşlerin alınması gibi bir çok pazarlama işlevinin gerçekleştirilmesinde yardımcı olmaktadır.

İktisatçılara göre internet, serbest pazarın en son örneği olarak kabul edilmektedir.¹⁴ Buna göre internetin pazarlama sürecine etkisi pazara giriş kolaylaştırması olmaktadır.¹⁷ Büyük küçük her işletmeye açık ve evrensel bir yapıya sahip bir pazar ortamıdır.

Diğer yandan pazarlama stratejilerinde elc alınan pazarlama karmasının, mal faktörüne dayandırılmasına karşı çıkan, çağımız pazarlama stratejilerinde pazarlama karmasının müşteri faktörüne dayandırılmasını savunan ve henüz tartışma aşamasında olan 4C kavramı ortaya atılmıştır.¹⁴

Yeni formülde mamulün yerini, müşteriye sunulan değer, fiyatın yerini, ürünün müşteriye maliyeti; dağıtımın yerini, müşteriye uygunluk, rahatlık; satış çabasının yerini ise müşteri ile ilişki alacaktır. Sonuç olarak internet mevcut iş yapma usullerini değiştirdiği gibi bir gelenek-selleşen birçok kavramın yeniden sorgulanmasına neden olmaktadır.¹⁴

2.2. İnternet' in Finans İşlevinde Etkisi

Finans sektöründeki gelişmeleri dikkate aldığımızda bunun bilişim teknolojileri ile şekillendiğini görmekteyiz. Günümüz bankaları, aracı kurumlar, borsacılığın temeli ve işlemleri tamamıyla bilgi teknolojileri ile yürütülmektedir. Dolayısıyla işlem hızları yüksektir.

Ekonomik dalgalanmaların an bir an değiştiği günümüzde finans sektörünün bilgi teknolojileri ile takip edilmesi yaşamsal bir önem taşımaktadır. Dolayısıyla zaman ve işlem hızı önemli bir faktör olarak finans kuruluşlarının karşısına çıkmaktadır. Ülkemizde ekonomik koşullar gözönüne alındığında ani bir ekonomik dalgalanma piyasaları etkilemekte bundan en çok işletmeler zararlı çıkmaktadır. Ani bir ekonomik kriz özellikle küçük işletmelerin varlıklarını tehlikeye düşürmekte hatta etkin finansal politikaları izleyemeyen işletmeler ise yok olmaktadır. Bu nedenle büyük işletmelerde olduğu gibi küçük işletmelerde bilgi teknolojisi araçlarını kullanmalıdır.

¹⁴ Zeynep ERSOY, "Elektronik Ticaretin Ekonomik ve Sosyal Etkileri", GÖRÜŞ, TÜSİAD Yayınları, Mart-Nisan 2000. s.26

¹⁷Ag. e.

¹⁸ TOKAT Bülent. ŞERBETÇİ Derya, İşletmecilik Bilgisi, 4. Basım, İstanbul,2000, s.240. İ.A.g.e.

2.3. İnternet' in Üretim İşlevinde Etkisi

İnternetin bir etkisi de artan rekabet koşulları, elde edilen buluşların yeni teknolojilere dönüşmesi ile birlikte mamullerin yaşam seyrini kısaltmıştır. İşletmeler ise ürünlerini uzun vadeli stratejiler ile değil kısa vadede yeni pazarın oluşumuna göre değerlendirmektedirler.²⁰ Daha önceleri bir malın seri üretim ile büyük ölçülerde üretim yapılması söz konusu iken günümüzde bilgi teknolojilerinin üretime kazandırdığı esneklik ile daha kısa zamanda üretim süreçleri değişmektedir.²¹

Rekabet şartlarının internet ortamıyla birlikte saydamlaşması aynı zamanda işletmeler arasında araştırma geliştirme faaliyetleri için fırsat oluşturabilmektedir. Öyle ki, internet ortamında bir ürünün tüm teknik özelliklerini bulabilmektesiniz. Böyle bir durum rakibiniz için bir araştırma geliştirme faaliyetlerinde ilham kaynağı olabilir. Günümüzde bilgisayar destekli tasarım (CAD: Computer Aided Design), bilgisayar destekli üretim (CAM: Computer Aided Manufacturing) uygulamaları ile bir buluş kısa zamanda yeniliğe dönüştürülmektedir.

2.4. İnternet' in İnsan Kaynakları İşlevi Üzerine Etkisi

İnsan kaynaklarının temel işlev ve faaliyetleri, personel bulmak, seçmek, ödüllendirmek, geliştirme faaliyetlerinde bulunmak, işçi sendikalarıyla ilişkileri yürütmektir.²²

Günümüz işletmelerinin en önemli sermayesi insan kaynakları olarak kabul edilmekte aynı zamanda işletmelerin sahip olduğu bu değer entellektüel sermaye olarak ifade edilmektedir. İşletmelerin sahip olduğu teknolojiler ne olursa olsun tek başına bir şey ifade edemeyecektir. Önemli olan söz konusu teknolojileri kullanacak ve geliştirecek insan kaynaklarına sahip olmaktır.²³

Günümüz bilişim teknolojileri sürekli gelişme göstermektedir. Bu noktada çalışanların sahip olması gereken nitelikler gün geçtikçe artmaktadır. Bu anlamda işletmeler için önem taşıyan bir başka konu eğitim faaliyetleri ya da bu niteliklere sahip yeni işgörenlerin temin edilmesidir.

²⁰ Robert THAMES, "Pursue E-Business or Die", Strategic Finance, March, 2000, s.30.

²¹ Yurdakul CEYHAN, Utık CAĞLAYAN, Bilgi Teknolojileri Türkiye İçin Nasıl Bir Gelecek Hazırlamakta, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, No:361. Ankara, 1997. s.52

²² Ceylan ALDEMİR ve Diğerleri, "Personel Yönetimi", Barış Yayınları, II.Basım, İzmir, 1996, s.5

²³ Bu konuda ayrıntılar için bkz. (A. Thomas STEWART, "Entellektüel Sermaye Kuruluşları Yeni Zenginliği", (Çev:Nurettin ELHUSEYİNİ). MESS Yay., 1997)

İşletmelerin bugününü ve geleceğe açılan yolda amaçlarını gerçekleştirmeye adanmış insan kaynaklarını bulmak zorundadır. Yanlış personel zımnasal ve parasal maliyetlerin artması demektir.

Yeni teknolojilerin kullanımı belirli bir bilgi birikimi gerektirdiğinden işletmeler insan kaynakları temininde çeşitli zorluklarla karşılaşmaktadırlar. İstenilen niteliklere sahip işgörenlerin gazele veya diğer iletişim araçları ile temin edilmesi hem maliyeti artırmakta hem de uzun zaman alabilmektedir.

Günümüz işletmelerinin bu gereksinimi internetin sunduğu olanaklarla karşılanabilmektedir. İstenilen zaman, istenilen niteliklerde hatta bunlar arasında elektronik ortamda karşılaştırmak suretiyle gerçekleştirilebilir. İnternetin sunduğu olanaklar bugün sadece teknolojik gelişmelerin bir sonucu olmasının ötesinde, rekabet ortamında varolabilmenin bir gereği olarak kullanılmaktadır. Zamansal ve mekansal boyutlarda sınırsızlığın da bir ifadesi olan internet, kullanıldığı alanlar ve ortamlar dikkate alındığında yaşamın her alanında olmaz ayrırlığını hissettirmektedir.²⁴ Teknolojiyi geliştiren ve kullanmanın da insan olduğu düşünülduğünde, insana dönük ama geleceği yakalayan uygulamaların yeri ve ayrırlığı giderek artmaktadır.²⁵

2.5. İnternet'in Araştırma- Geliştirme İşlevi Üzerindeki Etkileri

İşletmenin değıştirici ve geliştirci işlevlerinden bir olarak kabul edilen Araştırma-Geliştirme (Ar-Ge) işlevi günümüz işletmelerinin başarısında önemli bir faktör olarak kabul edilmektedir. Değişmeyen tek şeyin değışim olduğu günümüz dünyasında, faaliyetlerini sürekli kılmak ve büyümek amacıyla olan işletmelerin yenilik yapmayı zorunluluk haline getirmeleri gerekmektedir.

Araştırma ve Geliştirme "bilimsel ve teknik bilgi birikimini artırmak amacıyla sistematik bir temele dayalı olarak yürütülen yaratıcı çaba ve bu bilgi birikiminin yeni uygulamalarda kullanım" olarak tanımlanabilmektedir.²⁶ İşletmeler açısından bu kavram dar kapsamda ele alınarak, teknik bilgi birikiminin artırılması ve bunların üretim süreçlerinde kullanılması amacıyla sistematik bilgi toplama ve uygulama süreci olarak değerlendirilmektedir. Oysa ki internetin Ar-Ge işlevine etkisi sadece üretim sürecinde bilgi toplama olmamaktadır. Bunun yanında tüm işletme işlevlerinde kullanılabilecek bir işlev olarak baktığımızda; işletmenin pazarlama işlevi için, pazara ilişkin

²⁴ Cemile GÜRÇAY . Barış SEÇER, "İnuerctin İnsan Kaynakları Sürecinde Aday Toplama Amacıyla Kullanımı". Mercek, Nisan, 2000, Y:5, S:18, s. 111

²⁵ A.g.e.

²⁶ TOKAT Bülent, a.g.e. ,s.366

bilgilerin toplanması; finans işlevine ilişkin, yeni fon kaynaklarının araştırılması; insan kaynakları işlevi için, işletmeye alınacak yeni personelin araştırılması; halkla ilişkiler için, hedef kitlesinin düşüncelerini ölçmek ve bilgi toplamak anlamında kullanılabilmektedir. Sonuç olarak internet, bilgi birikiminin artırılması yönünde işletmenin Ar-Ge anlamında gereksinim duyduğu bilgilerin toplanması yönünde kullanılabilecek bir araç olma Özelliğindedir.

2.6. İnternet ve Halkla İlişkiler

Halkla ilişkiler, halkla iyi ilişkiler geliştirebilmek için yapılan her türlü işbirliği olarak tanımlanmaktadır. Bir başka tanımlama ile halkla ilişkiler; bir örgüt ile bu örgütün yöneldiği kitle arasında, iyi ilişkiler ve karşılıklı anlayış oluşturmak ve bunu süreklileştirmek için girişilen sürekli çabalaradır.²⁷

Ticari örgütlerde halkla ilişkiler belirli bir kitleye yönelik eylemlerdir. Bu kitleler;

1. İşletmede çalışanlar
2. Hükümet (Siyasal Otorite)
3. Örgütlerin bulunduğu çevre
4. Tüketiciler
5. Yatırımcılar
6. Dağıtıcılar
7. Tedarikçilerdir.²⁸

İşletmelerin yöneldiği bu kitlelerle sürekli işbirliği ve iletişimin sağlanması işletme içinde kurulan veya kurulacak olan halkla ilişkiler bölümünün işlevini kolaylaştırır. Günümüzde interneti yoğun olarak kullanan ülkelerde faaliyet gösteren işletmeler halkla ilişkilerde bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır.²⁹

İşletme temel amaçlarını göz önüne alındığında toplumsal sorumluluğunu göz önüne almalıdır. İşletme müşterilerine, tedarikçilerine, çevresine, devlete kusacası yöneldiği kitleye yapmış olduğu çalışmaları, kendi görüş ve düşüncelerini benimsetmelidir. Bu noktada halkla ilişkilerin temel amaçlarıyla bütünleştirilmiş internet uygulamaları işletmeye yarar sağlayacaktır.

Rudvan KARALAR, Halkla İlişkiler, Birik Ofset, Eskişehir, 5. Basım, 2000, s.9 A.g.e., s.80

Filiz B.PELTEKOĞLU, Halkla İlişkiler Nedir?, Beta Basım, İstanbul, 1998, s.212

SONUÇ

Bilgi teknolojisindeki gelişmelerin sonucu olarak ortaya çıkan internet ve ilintili teknolojileri ekonomik alanda önemi gittikçe artmakta ve iş yapma usullerini radikal bir şekilde değiştirmektedir. Bu değişim işletmelerin mevcut yapı ve işlevlerini de etkilemektedir.

İnternet teknolojisinin bugün geldiği noktada elektronik bir broşür olmaktan öte işlemlerinizi tamamiyle elektronik ortama aktarabileceğiniz, bu ortamdan yürütebileceğiniz ve mekan farkı olmaksızın denetleyebileceğiniz bir iş yapma aracı haline gelmiştir. Bu tarzla işlemlerini gerçekleştiren, interneti reklam aracı olarak görmeyen ötesinde intranet ve ekstranet teknolojileriyle işletmenin verimliliğini artırırken bir yandan maliyetlerini düşüren ve elektronik ticarete geçen işletmeler daha başarılı olmaktadır. Bunun en somut örneği, her yıl yapılan ve dünyanın en büyük 500 kuruluşu arasına yer alan firmaların bu teknolojileri ya üreten ya da etkin kullanan bir niteliğe sahip olduğu gerçeğidir.

İnternet kullanımı her geçen gün arttığı gibi bu teknolojiyi erişimi olanak sağlayan teknolojilerde hızla gelişmektedir. Sadece bilgisayarla değil aynı zamanda internet televizyonları, kesintisiz internet erişimi sağlayan mobil telefonlar ve yeni nesil avuç içi bilgisayarlarla, "her zaman her yerden internet erişimi" sloganı yeni ürünler piyasaya sunulmaktadır. İşletmeler bu teknolojilerdeki gelişmeleri göz önüne almalıdır. Bu nedenledir ki, son bir yıl içerisinde e-ticaret'e ek olarak mobil ticaret (m-ticaret) kavramı eklendi.

Ekonomik anlamda internetin sağladığı olanaklardan en önemlisi Kobi'ler için rekabet şansını artırmada bir fırsat niteliğinde olmasıdır. Büyük işletmelerin sahip olduğu bilgi birikimini yakalayabilme, geliştirebilme, pazar analizini yapabilme, maliyetlerin azaltılması sonuç olarak işletmedeki verimliliğin artırılmasında büyük rol oynamaktadır. Bu kadar geniş olanaklar sunan bu araç işletme için büyük yararlar sağlamanın yanında tehlikeleri de beraberinde barındırmaktadır. Günümüz işletmelerini tehdit eden en önemli unsurlardan biri bilgi hırsızlığı ve bilginin güvenliğini sağlayabilmektedir. Her ne kadar yazılım ve donanımla bu önlemler alınsa bile işletme içinde bu anlamda bir etik yerleştiremediğiniz sürece istenilen verimi alamayabilirsiniz.

İnterneti bir iş yapma aracı olarak kullanmayı düşünen işletmeler ya da bunu kullanan işletmeler için internetin getireceği fırsatlar, üstünlükler, tehlikeli ve zayıf yönleri çok iyi analiz edilmelidir. Bu açıdan mevcut imkanlar ile geleceğe ilişkin stratejik hedefler belirlenmelidir. İnternet, moda anlamında kullanılan bir teknoloji olarak değil, 21.yy. için dijital çağın reka-

bet ve yenilik yapma unsuru olarak görülmelidir.

Bütün bunları gerçekleştirmek için işletmede olası etkilerin gözönüne alınmalı ve iş tanımları yeniden gözden geçirilmelidir. Ne beklediğinizi bilmediğiniz bir teknolojinin faydası zararından daha az olabilir.

Günümüzde rekabetin koşulları yenilenmeyi bir zorunluluk haline getirmektedir. Bu koşullara ayak uyduramayanlar yok olma ile karşı karşıya kalmaktadırlar. Bu açıdan internet bundan on yıl önce bir çok insan için ve işletme için bir yenilik olmuştur.,Bu yenilenmeyi yakalayabilen işletmeler için bundan on yıl önce internet için bir reklam aracı olmuştur. Bugün geldiğimizi?, noktada internet işin' kendisi olmuş yine aynı işletmeler bu yenilenmeyi bizzat kendi işletmeleri için geliştirmişlerdir.

Ülkemizde ise bu yenilenme süreci çok ağır işlemektedir. Ülkemiz işletmelerinin %98,8' i gibi büyük bir kısmını oluşturan bir başka ifade ile ekonominin nabızı olan Kobi'lere baktığımızda bir çoğu interneti kullanmamakta, kullanan işletmeler ise bundan on yıl öncesi gibi reklam boyutunda yaşamaktadır.

Ülkemizde Kobi'lerin sorunları ile ilgili yapılan araştırmalarda elde edilen sonuçlar genellikle aynıdır. Bu sorunlar temel olarak finans ve yönetimsel sorunlar başlığı altında toplanmaktadır. Oysa ki internet bu işletmeler için bir iş yapma aracı olarak kullanıldığında Kobi'ler için getireceği çözümler şunlar olabilir;

- İnternet ile birlikte iletişim maliyetlerinin azaltılması, finansal işlemlerin daha kısa zamanda sonuçlandırılması,ürçtimde, pazarlamada, bilgi toplama ve satın alma sürecinde kullanılması ile maliyetlerin düşürülmesi ile finansal sorunların çözümünde bir araç olabilir,

- Pazarlama araştırmasının elektronik ortamda gerçekleştirilerek müşterilerin beklentileri bu yolla sağlanabilir diğer yandan pazar payının artırılması, yeni pazarlara ulaşabilme en önemlisi dışa açılmamanın önemli araçlarından birisi olmaktadır. Bu anlamda internet pazarlama sorunlarının çözümü için bir araç olabilir.

- Kobi'ler için bir başka sorun nitelikli elemanın temin edilmesinde yaşanmaktadır. Bir yandan aradığımız nitelikli eleman diğer pencerede kendi niteliklerine uygun bir iş arayan bir kişi için internet buluşma noktası olmaktadır. İşletmenizi cazip yönleriyle açıklayabileceğiniz bu yolla işgören adaylarını çekebileceğiniz ve bunları gerçekleştirirken elektronik ortamda özgeçmiş veritabanıtutarak istediğiniz işgören adayları için seçim yapabileceğiniz bir yapı kazandırmaktadır. Bu anlamda nitelikli eleman bulma sorununun çözümünde internet bir araç olabilir.

- Müşteri hizmetlerinizi gerçekleştirebileceğiniz bir araç olabilir.

- Halkla ilişkiler işlevi için bir araç olabilir.
- Araştırma ve geliştirme faaliyetleriniz için kullanacağınız bilgi toplama aracı olabilir.
- Bütün bunların sonucu olarak kârlılığımızın artırımınızda etken bir araç olabilmektedir.

Yukarıdaki başarı faktörlerinin ülkemiz Kobi'leri açısından yakalanabilmesi bir anlamda internetin ülkedeki daha geniş kitleler tarafından kullanılmasına, işletme tarafından müşterilerine benimsetilmesine ve işletmenin iş yaptığı tedarikçileri ile ortak bir yapının geliştirilmesine, güvenliğin artırılmasına, yasalarla tüketici ve işletme haklarının korunmasına, iletişim alt yapısının geliştirilmesi gibi bir çok faktöre bağlanabilir.

Ancak şartlar ne olursa olsun ,Kobi'ler bugünden geleceği yakalayabilmelidir. Bunu en azından değiştirebilmek, geliştirebilmek ve küresel boyutta bir konu olarak ele alıp küresel normlu bir işletme olarak davranmak zorundadır.

KAYNAKÇA

- AKGÜL Mustafa, GÖKÇÖL Orhan. , "İnternet ve İlgili Konularda Çokça Sorulan Sorular : İNET-TR CSS",Sürüm 2.5.
<http://www.bilkent.edu.tr/turkce/css/incl-tr.html>, 30 Ekim, 1997
- ALDEMİR Ceylan ve Diğerleri, "Personel Yönetimi", Barış Yayınları, 2.Basım, İzmir, 1996
- ALGAN Sibel, "Bilgi Yolunda Bildik Yeni Bir Durak: Ekstranet", BT Haber, Sayı: 111, 31Mart-6 Nisan, 1997
- BALEVİ Erol, İnternet, Seçkin Kitabevi, Ankara, 1995
- BARUTÇUGİL İ.Sabri, "Bilgi Yönetimi", Bankacılık ve Finans Yıl:2, Sayı: 12 ,Nisan-Mayıs, 2000
- BÖRÜ Mert, "Aktif mi? İnteraktif mi?", BT Haber, 23-29 Haziran, 1997
- CEYHUN Yurdakul, ÇAĞLAYAN Ufuk, Bilgi Teknolojileri Türkiye İçin Nasıl Bir Gelecek Hazırlamakta, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, No:361, Ankara, 1997
- ERSOY Zeynep, "Elektronik Ticaretin Ekonomik ve Sosyal Etkileri", GÖRÜŞ,TÜSİAD Yayınları, Mart-Nisan, 2000
- GÜNEY Ümit, "İnternet, Intranet, Extranet", Byte Türkiye, Mayıs, 1998
- GÜRÇAY Cemile, SEÇER Barış, "İnternetin İnsan Kaynakları Sürecinde Aday Toplama Amacıyla Kullanımı", Mercek, Y:5, S: 18, Nisan, 2000,
- KARALAR Rıdvan, Halkla İlişkiler, Birlik Ofset, Eskişehir, 5. Basım,2000
- KEPENEK Yakup, Ekonomik Yönleriyle Elektronik Ticaret, Alfa Yayınları, 2000

ÖNCEL Mesut, Bilgi Teknolojisinin Bir Aracı Olarak İnternet, intranet, Ekstranetin İşletme Yönetimine Etkileri ve Kobi ler İçin Çözüm Noktaları, Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü,, Yüksek Lisans Tezi, Kütahya, 2001

PELTEKOĞLU B.Filiz, Halkla İlişkiler Nedir?, Beta Basım, İstanbul, 1998

STEVVART A. Thomas, "Entellektüel Sermaye Kuruluşların Yeni Zenginliği", (Çev:Nuretin ELHÜSEYİNİ), MESS Yay., 1997)

THAMES Robert, "Pursue E- Business or Die", Strategic Finance, March, 2000

TOKAT Bülent, ŞERBETÇİ Derya, İşletmecilik Bilgisi, 4. Basım, İstanbul, 2000

TOPALOĞLU Mustafa, "Elektronik Ticaretin Hukuksal Yönü", Pc Life, Mayıs,2000