



SÜRDÜRÜLEBİLİR ELEKTRONİK TİCARETİN EKONOMİK, SOSYAL VE ÇEVRESEL BOYUTLARI ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

A STUDY ON THE ECONOMICAL, ENVIRONMENTAL AND SOCIAL DIMENSIONS OS SUSTAINABLE ELECTRONIC COMMERCE

Ömer Faruk ACAR¹, Mustafa Zihni TUNCA²

Öz

Sürdürülebilir elektronik ticaretin ekonomik, sosyal ve çevresel boyutları üzerine bir araştırma başlığıyla ortaya konulan çalışmada elektronik ticaretin sürdürülebilirliği üzerinde bir alan araştırması gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, sürdürülebilirlik kavramını ve bu kavramın boyutları ve sürdürülebilirlik gelişme incelenmiştir. Çevresel, ekonomik ve sosyal boyutlara sahip olan sürdürülebilirlik, bugünkü nesillerin ihtiyaçlarını karşılarken gelecekte nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama yeteneğini de ellerinden almamaktır. Çalışmanın elektronik ticaret ile ilgili bölümünde ise elektronik ticaret kavramı olarak değerlendirildikten sonra çalışmanın esasını oluşturan elektronik ticaretin sürdürülebilirliği ele alınarak çevresel, ekonomik ve sosyal boyutlarda sürdürülebilirlik incelenmiştir. Araştırmanın uygulama bölümünde ise İnternet kullanıcıları açısından algılanan elektronik ticaretin sürdürülebilirliği ampirik bir çalışmayla değerlendirilmiştir. Çalışmada elde edilen bulgular ışığında elektronik ticaret ile uğraşan işletmelerin uzun vadeli çalışmalarını sürdürebilmeleri için çevresel ve sosyal faktörlere önem vermeleri gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler; Sürdürülebilirlik, Elektronik Ticaret, Sürdürülebilir Elektronik Ticaret

Abstract

In this study, sustainable electronic commerce is examined. Sustainability, which covers the environmental, economic and social dimensions is the term regarding the rights of future generations that should not be taken away from them when supplying the needs of the present generations. E-commerce is a major form of trade which develops rapidly. In the related sections about e-commerce at the end of the literature sections, the sustainability of electronic commerce and environmental, economic and social dimensions were investigated by considering sustainability. In the empirical part of the research, perceptions of the Internet users about the sustainability of the e-commerce are evaluated through an questionnaire. In the light of the findings obtained in this study, it is seen that the sustainability of electronic commerce with the effects of environmental and social factors will be ensured. It is concluded that business

¹ Öğr. Gör., Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi, omeracar@isparta.edu.tr

² Prof. Dr., Süleyman Demirel Üniversitesi, mustafatunca@sdu.edu.tr

engaged in electronic commerce need to notice the environmental and social factors in order to sustain their long-term works.

Keywords; Sustainability, Electronic Commerce, Sustainable Electronic Commerce

1. GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki hızlı değişim yeni rekabet kurallarını da beraberinde getirmektedir. Ayakta kalmak isteyen firmalar bu değişimlere uyum sağlamak zorunda kalırken uyum sağlayamayan işletmeler zamanla yok olmakla karşı karşıya kalmaktadır. Bugün, online durumda yapılan alma ve verme işlemleri, bankacılık ve bilgi paylaşımı tarzı işlemler artık yaygın şekilde gerçekleştiriliyor ve sanal para, sanal kart, İnternet parası, kredi kartı gibi yeni kavramlar ortaya çıkmıştır (Soydal, 2009, s. 539). Literatürde sürdürülebilir elektronik ticaret alanında gerçekleştirilmiş pek fazla çalışmanın bulunmayışı bu çalışmanın gerçekleştirilmesine motive eden en önemli faktör olarak nitelendirilebilir.

Bu çalışmada sürdürülebilirliğin boyutları temel alınarak geliştirilen bir anket çalışması yardımıyla e-ticaretin sürdürülebilirliği açısından hangi boyutların önemli olduğu istatistiksel analizler vasıtasıyla incelenmektedir. Çalışma dört temel kısımdan meydana gelmektedir. Çalışmanın ilk kısmında öncelikli olarak sürdürülebilirlik kavramının ne olduğu açıklandıktan sonra tarihçesi, önemi, boyutları ve belli başlı sektörlerdeki uygulamaları hakkında bilgi verilmektedir. İkinci bölümde ise elektronik ticaret kavramı ile tarihçesi, türleri, araçları ve uygulamaları hakkında bilgi verilmektedir. Çalışmanın üçüncü bölümünde, sürdürülebilir elektronik ticaret kavramının tanımı ile boyutları hakkında bilgi verildikten sonra son bölüm olan dördüncü bölümde ise yapılan uygulama detaylı olarak sunulmaktadır. Bölümde, araştırmanın amacı ve araştırmanın yöntemine dair bilgiler verilir sonrasında ise anket yoluyla elde edilen verilerin analizi ile elektronik ticaretin sürdürülebilirliği hakkında ortaya çıkan sonuçların açıklanması gerçekleştirilmektedir.

2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK KAVRAMI

2.1. Sürdürülebilirliğin Boyutları

Sürdürülebilir gelişimin, bir kavram olarak konuşulmaya ve kullanılmaya başlandığı günden bu yana genel olarak kabul gören üç boyutu mevcuttur (Harris, 2011, s. 8):

Ekonomik: Ekonomik bakımdan sürdürülebilir bir sistem, ürün ve hizmetleri belli başlı esaslara bağlı olarak üretebilmeli; hükümet ve dış borçların idaresini sürdürebilmeli, tarımsal ve endüstriyel üretime zarar veren sektörel dengesizliklerden korunmalıdır.

Çevresel: Çevresel olarak sürdürülebilir bir sistem, kaynak temelini sabit tutmalı, yenilenebilir kaynak sistemlerinin ya da çevresel yatırım fonksiyonlarının istismarından kaçınmalı ve yenilenemeyen kaynaklardan yalnızca yatırımlarla yerine yeterince konulmuş olanları tüketmelidir.

Sosyal: Sosyal bakımdan sürdürülebilir bir sistem eşitlik dağılımını; sağlık ve eğitim, politik sorumluluk, cinsiyet eşitliği ile katılımı içeren sosyal hizmetlerin yeterli seviyede gerçekleştirilmesini sağlamalıdır.

3. ELEKTRONİK TİCARET KAVRAMI

İletişim ve Bilgi teknolojilerinde meydana gelen ilerlemeler, sayısal şekle evrilmiş yazılı metin, ses ve video görüntülerinin süratli bir biçimde işlem görmesini, iletilmesini ve depolanmasına imkan sağlamıştır. Bundan ayrı olarak toplumun bütün kesimlerinde, günlük hayatın her tarafında bilgisayar kullanımının çağın ihtiyacı olduğu bilinci meydana gelmektedir (Ene, 2002, s. 1). İçinde bulunduğumuz asrın son çeyreği teknolojik, ekonomik ve sosyal alanda devrim özelliğine sahip önemli değişmelerle çevrilidir. Bu değişmelerin temelinde hiç kuşku götürmeksizin üstün teknolojik gelişmeler ve küresel ekonominin yeniden dizayn edilmesi vardır. Bu değişme içinde önemli olarak görülen göstergelerden birisi de mesleklerin ve istihdamın yapısında meydana gelmiştir: “Endüstri-Ötesi” ve “Bilgi Çağı” kavramları, bu konuda ortaya çıkan yeni sosyal yapıları işaret etmektedir (Cox, 2002, s. 1). Bu gelişmelerin en önemlilerinden birisi olan elektronik ticaret (e-ticaret), günümüzde oldukça önemli bir öneme sahip olmayı başaran kavramlar arasında yer almaktadır. Elektronik ticaret, yaşadığımız asrın son kısmında iletişim ve bilgi teknolojilerinde ortaya çıkan süratli bir ilerleme neticesinde gittikçe yayılmaktadır.

Dünya Ticaret Örgütü (WTO)’ne göre; E-ticaret, ürün ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımlarının telekomünikasyon ağları üzerinden yerine getirilmesidir (Esteve ve Ludger, 1999, s. 2). İktisadi İşbirliği ve Kalkınma Teşkilatı (OECD)'nin tanıma göre ise, “E-ticaret, genel mmanada insan ve örgütlerin ses, metin ve görsel tarzlarını da içine alan dijital verilerin aktarımına dayalı olarak ticari işleri hayata geçirmeleridir (Ekin, 1998, s. 76).

4. SÜRDÜRÜLEBİLİR ELEKTRONİK TİCARET

Elektronik ticaretin, sürdürülebilirliği ve gelişme trendini yakalayabilmesi için ekonomik, sosyal ve çevresel etkisi önem arz etmektedir. Genel anlamda sürdürülebilir bir elektronik ticaret, bu üç kavrama olan etkisi ile ölçülebilir. Elektronik ticaretin, ekonomik, sosyal ve çevresel açıdan etki alanını değerlendirip gelişim trendini yakalayarak sürdürülebilir hale gelmesi için bu üç kavram ile olan ilişkisini üst düzeye çıkarması gerekmektedir.

Sürdürülebilirlik, herhangi bir süre belirtmeksizin belli bir seviyede devam ettirilebilecek bir olayın veya bir sürecin niteliğini ifade eder (Tokgöz ve Önce, 2009, s. 250) . E-ticaret ise bilgisayar ağları yardımıyla üretilen malların satılması, tutundurma faaliyetlerinin yapılması, satıştan sonra teknik destek sağlanması ve ödemelerin gerçekleşmesi faaliyetleridir (Özel, 2006, s. 4). Önceki cümlelerde tanımlanan "sürdürülebilirlik" ve "e-ticaret" kavramlarının tanımlarından yola çıkarak sürdürülebilir e-ticareti şöyle tanımlanabilir; Sürdürülebilir e-ticaret; bilgisayar ağları yardımıyla üretilen malların satılması, tutundurma işlerinin yerine getirilmesi, satıştan sonra teknik destek sağlanması ve ödemelerin gerçekleşmesi işlemlerini ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarıyla değerlendirerek belli bir seviyede devam ettirebilme durumu veya sürecidir.

4.1. Sürdürülebilir E-Ticaretin Boyutları

Sürdürülebilir kalkınma; çevre, ekonomi ve toplum, ya da çevresel, ekonomik ve toplumsal (sosyal) etkiler / boyutlar olarak üç kategoride söylenebilmektedir (Akgül, 2010, s. 151-152). Bu sebeple elektronik ticaretin sürdürülebilirliği de bu üç boyut üzerinden ifade edilebilir.

4.1.1. Ekonomik Boyut

Genel manada, e-ticaretin ekonomik yaşamı aşağıdaki nitelikleri etkileyeceği öne sürülmektedir (İnce, 1999, s. 17-18):

a) Açık ağ sistemi tarafından hayata geçirilen elektronik ticaret işleri, ekonomik iletişimi büyük miktarda yükseltecektir. Bunun neticesinde, öncelikli olarak küçük ve orta büyüklükteki sanayici ve müşteriler, diğer pazarlama yöntemlerine istinaden daha ucuz maliyetle ve kolaylıkla ticari işlerini yapabileceklerdir.

b) E-ticaretin gün geçtikçe daha çok kişi tarafından kullanılmasında; toplumun tümünün temin edip kullanabilmesine imkan sağlayan ve aynı zamanda da hiçbir kurum ya da kişinin tekelinde olmayan İnternet'in kullanılmasının büyük etkisi vardır. Her yeni teknoloji gibi, İnternet ve e-ticaret ne kadar çok kişi tarafından kullanılırsa, kullanımı da daha süratli ve büyük ölçüde yaygınlaşacaktır.

c) E-ticaret; ürün ve hizmetlerin üretimi, dağıtımı ve pazarlanmasının yanı sıra her türlü bilgi alışverişinde zaman faktörünün kullanımına yeni imkanlar sağlamaktadır. Ticari faaliyetlerin elektronik ortamda yürütülmesi zamandan tasarruf bakımından bilinen en iyi yöntemdir.

d) Ürün ve hizmet pazarının bünyesi e-ticaret ile farklılaşacaktır. Yeni mallar, yeni dağıtım ve pazarlama yöntemleri, yeni "tüketici memnuniyeti" olgusu, yeni araçlar ve yeni işgücü profilleri e-ticaretin imkan sağladığı yeniliklere misal olarak söylenebilir.

4.1.2. Sosyal Boyut

Elektronik ticaretin ekonomik ve sosyo-kültürel yaşama kattıkları önemlidir. Girişimciliğin yükseldiği ve kişilerin yeni kariyerleri için teknolojik donanımlarını yükselttikleri görülmektedir. Ancak bu olumlu taraflara karşılık, dalgalanmalar ve işletmelerin kâr ve performanslarındaki belirsizlik sebebi ile, çalışanların sonraki yıldaki durumlarının ne olacağı hakkında tam bilgiye sahip olmadıkları görülmektedir. Yeni işler ve bunlar için farklı beceri ihtiyacını, sosyal sınıflar arasındaki bölünmüşlüğü yükseltmektedir. E-ticaret, bir yandan yeni iş imkanları sunarken, diğer yandan yeni çalışma standartlarına uygun bilgi, beceri ve motivasyona sahip olmayan bireylerin işsiz kalmalarına sebebiyet vermektedir (Bayraç, 2003, s. 59-60).

4.1.3. Çevresel Boyut

Dünya iklim şartlarındaki farklılık, kaynakların azalış göstermesi ve canlı çeşitlerinin gittikçe ortadan kalkması, bireyleri her yerde çevre ile barışık çareler bulmaya yöneltmektedir. Tasarruflu ampuller, organik gıdalar ve giysiler, petrol haricinde enerji kullanabilen taşıtlar bu durumlara misal olarak maddelenebilir. E-ticaret de bu yönelimin bir parçasıdır. Perakende sektörünün %10'luk payını içine alan e-ticaret, hızla kalkınan bir alandır. Buna rağmen tüketicilerin sürdürülebilir bir çevreye destekte bulunma özlemi, e-ticaret yapan işletmelerce henüz bir pazarlama fırsatı olarak kullanılmamaktadır (Garanti, 2009).

E-ticaretin çevresel etkileri üç konuda odaklanır : enerji, kaynaklar ve kirlenme. Bugün bilim insanlarının veya kural koyucuların hala ticaret ve çevre ilişkileri hakkında yaygın olarak kabul görmüş görüşleri bulunmamaktadır (Singh ve Tiwari, 2011, s. 204).

5. YÖNTEM

5.1. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Gelişen teknoloji ile birlikte değişen ve her geçen gün ilerleyen iletişim olanakları, özellikle İnternet'in ticari alanda yaygınlaşması ile e-ticaret dönemini de beraberinde getirmiştir. Günümüzde pek çok firma ürünlerini sadece İnternet üzerinde tanıtmakla kalmayıp, aynı zamanda İnternet üzerinden alışveriş imkânı da sunmaktadır. Üzerinde pek çok araştırmanın yapılan e-ticaret, sorunları da beraberinde getirmektedir. Bunlardan birisi olan e-ticaretin sürdürülebilirliği bu araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. İnternet teknolojisi ve bu teknolojide yaşanan gelişmeler ve değişimler e-ticaretin de sürekli kendisini yenilemesini gerekli kılmıştır. Bu bağlamda bakıldığında e-ticaretin, sürdürülebilir olması için hangi boyutlara önem verilmesi gerektiğinin bilinmesi gerekliliği ortaya çıkmaktadır. Bu yüzden de e-ticaretin sürdürülebilirliğinin nasıl açıklanacağı ve nasıl ölçüleceği konusu önem kazanmaktadır. Bu çalışmada, Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi'nde (SDÜ) çalışan öğretim üyelerinin e-ticaret ile ilgili tutumlarından elde edilen veriler sürdürülebilirlik bağlamında değerlendirilecektir. Bu bağlamda, araştırma e-ticaretin sürdürülebilirliği açısından hangi boyutların daha önemi olduğunun tüketici beklentilerini temel alarak tespit edilmesi sonraki çalışmalara yol göstermesi açısından önemlidir.

Araştırma iki evrede hayata geçirilmiştir. İlk evrede, literatür taraması ile kavramsal tablo meydana gelmiştir. Bu aşamada İnternet, kütüphaneler, süreli yayınlar, tezler, kitaplar ve diğer veri tabanları ele alınmıştır. Sonraki evrede, hipotezler ortaya konulup, alan araştırması ile veriler elde edilerek uygulama bölümü meydana gelmiştir. Saha araştırması kısmında veri toplama yöntemi olarak, anket yönteminin kullanılmasına karar verilmiştir. Isparta Süleyman Demirel Üniversitesi'nde bulunan İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Hukuk Fakültesi, İlahiyat Fakültesi, Orman Fakültesi, Mimarlık Fakültesi ve Mühendislik Fakültesi öğretim üyeleri tarafından elektronik ticaret hakkında tüketicilerin değerlendirmelerine yönelik anket yoluyla elde edilen veriler SPSS 15.0 istatistik programı ile analiz edilmiştir. Elde edilen veriler normal dağılıma uygun olmadığından çalışmanın analizinde Non-Parametric analizler uygulanmıştır. Elde edilen verilere güvenilirlik (cronbach's alpha) analizi, frekans analizi ve Mann-Whitney U testi uygulanmış ve sonuçlar yorumlanmıştır.

5.2. Araştırmanın Kapsamı

Araştırma, Isparta ili sınırları içerisinde bulunan Süleyman Demirel Üniversitesi'nde sosyal bilimler alanında eğitim veren üç adet fakülte (İktisadi ve İdari Bilimler, Hukuk ve İlahiyat) ile fen bilimleri alanında eğitim veren üç fakültede (Orman, Mimarlık ve Mühendislik) görev yapan profesör, doçent, yardımcı doçent ve araştırma görevlisi unvanları ile çalışan akademisyenlere anket uygulamak suretiyle gerçekleştirilmiştir. Bulguların kalitesi açısından, İnternet'i daha sık ve verimli kullanabileceklerinin yanı sıra öğrencilere göre İnternet'te daha sık alışveriş yaptıkları varsayılarak öğretim üyeleri tercih edilmiştir.

Süleyman Demirel Üniversitesi resmi İnternet sitesi incelenmiş ve fakültelerin akademik kadrolarına bakılarak görüşülecek öğretim üyelerinin sayısı ve isimleri basit rastgele örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. İnternet sitesinden elde edilen bilgiler doğrultusunda araştırmanın yürütüldüğü Ekim 2014 itibarıyla mimarlık fakültesi 33, iktisadi ve idari bilimler fakültesi 118, mühendislik fakültesi 216, hukuk fakültesi 24, orman fakültesi 59 ve ilahiyat fakültesi 94 kadrolu öğretim üyesi ve araştırma görevlisine sahip olduğu belirlenmiştir. Bu belirlemeden sonra anket uygulaması için her fakültenin toplam

öğretim üyesi ve araştırma görevlisi sayısının %50'sinin araştırma kapsamına alınması kararlaştırılmıştır. Dolayısıyla araştırmanın evreni 272 olarak belirlenmiştir.

6. BULGULAR VE YORUM

6.1.1. Güvenilirlik Analizi

Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini ölçmeye yönelik olarak oluşturulan 31 adet sorudan oluşan ölçeğin güvenilirlik analizi Cronbach's Alpha ile hesaplanmıştır.

Tablo 1. Güvenilirlik Analizi Sonucu

Cronbach's Alpha
,783

Cronbach's Alpha ile yapılan hesaplama sonucunda “ α ” katsayısı “.783” olarak hesaplanmıştır. (bkz: Tablo 1) Bu “.783” alpha değeri ölçeğin *oldukça güvenilir* bir ölçek olduğunu göstermiştir.

6.1.2. Demografik Bulgular

6.1.2.1. Araştırmaya Katılanların Yaş Aralıklarına Göre Dağılımları

Anketi cevaplayanların yaşları, gruplandırılmış yaş aralıkları şeklinde düzenlenerek belirlenmeye çalışılmıştır. Tablo 2'de görüldüğü üzere bu soruya cevap veren 255 kişinin büyük bölümü %36,9 ile 36–43 yaş arasındaki orta yaş kesimden oluşmaktadır. 44-51 yaş arasındaki %18 ve 52 yaş üstü %2,4'lük bölümü de toplam %57,3'lük büyük bir katılımcı grubunun orta yaş ve üstü olduğu söylenebilir. Geri kalan %42,7'lik kısım ise genç kesimi temsil etmektedir.

Tablo 2: Yaş Dağılımı

Yaş	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
18-27 Yaş	43	16,9	16,9
28-35 Yaş	66	25,9	42,7
36-43 Yaş	94	36,9	79,6
44-51 Yaş	46	18,0	97,6
52 Yaş ve Üstü	6	2,4	100,0
Toplam	255	100,0	

6.1.2.2. Araştırmaya Katılanların Cinsiyete Göre Dağılımı

Anketi cevaplayanların cinsiyetlerine göre dağılımına bakıldığında % 65,9'unun erkek, %34,1'inin kadın olduğu görülmektedir (Tablo 3).

Tablo 3: Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Kadın	87	34,1	34,1

	Erkek	168	65,9	100,0
	Toplam	255	100,0	

6.1.2.3. Araştırmaya Katılanların Gelir Durumlarına Göre Dağılımı

Anketi cevaplayanların % 17,3 'ü 2.500 TL ve altı gelire sahip iken % 22,4'ü 2.501 TL ile 4.000 TL arası bir gelire sahiptir. 4.001 TL ile 5.500 TL arası gelire sahip olanların oranı ise % 23,1'dir. %26,7'lik kesim 5.501 TL ile 7.000 TL arası gelire sahip kişilerden oluşmaktadır. Gelire ilişkin verilere göre ankete cevap verenler ağırlıklı olarak orta ve yüksek gelirli kişilerden oluşmaktadır.

Tablo 4: Gelir Dağılımı

		Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Gelir	0 - 2.500TL	44	17,3	17,3
	2.501 - 4.000 TL	57	22,4	39,6
	4.001 - 5.500 TL	59	23,1	62,7
	5.501 - 7.000 TL	68	26,7	89,4
	7.001 TL ve Üstü	27	10,6	100,0
	Toplam	255	100,0	

6.1.2.4. Araştırmaya Katılanların Akademik Derecelerine Göre Dağılımı

Tablo 5'de görüldüğü üzere araştırmaya katılanların % 28,2'si Araştırma Görevlisi, % 25,9'u Yardımcı Doçent, % 24,3'ü Doçent ve % 21,6'sı ise Profesördür. Toplamda % 71,8 oranında üst düzey akademisyene anket uygulanmıştır. Ayrıca %28,2 oranında Araştırma Görevlisi ankete katılmıştır.

Tablo 5: Akademik Derece Dağılımı

		Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Akademik Derece	Araştırma Görevlisi	72	28,2	28,2
	Yardımcı Doçent Dr.	66	25,9	54,1
	Doçent Dr.	62	24,3	78,4
	Profesör Dr.	55	21,6	100,0
	Toplam	255	100,0	

6.1.2.5. Araştırmaya Katılanların Medeni Durumlarına Göre Dağılımı

Anketi cevaplayanların cinsiyetlerine göre dağılımına bakıldığında % 69,4'ünün evli, %30,6'sının bekar olduğu görülmektedir (Tablo 6). Medeni duruma ilişkin verilere göre araştırmaya cevap verenler ağırlıklı olarak evli kişilerden oluşmaktadır.

Tablo 6: Medeni Durum Dağılımı

		Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Medeni Durum	Evli	177	69,4	69,4
	Bekar	78	30,6	100,0
	Toplam	255	100,0	

6.1.2.6. Araştırmaya Katılanların İnternet Kullanma Sıklığına Göre Dağılımları

Tablo 7'ye göre araştırmaya katılanların % 3,9'u İnterneti haftada birkaç kez kullanmakta iken ankete katılanların %96,1'lik kesimi ise İnterneti her gün kullandığını belirtmiştir. Bu sonuçlara katılımcıların büyük çoğunluğu her gün İnternet kullanmaktadır.

Tablo 7: İnternet Kullanım Sıklığı Dağılımı

		Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Kullanım Sıklığı	Her gün	245	96,1	96,1
	Haftada Birkaç Kez	10	3,9	100,0
	Toplam	255	100,0	

6.1.2.7. Araştırmaya Katılanların İnterneti Kullanma Yılına Göre Dağılımları

Tablo 8'e bakıldığında araştırmaya katılanların % 2'si İnterneti 5 yıl veya daha az bir süredir kullanmakta. %12,2'si ise 6 ila 10 yıl arası kullanmaktadır. Katılımcıların % 60,4'lük büyük kesimi ise en az 11 en fazla ise 15 yıldır İnternet kullanmaktadır. Geriye kalan %25,5'lik kesim ise 16 ila 20 yıl arası bir zamandan beri İnternet kullanmaktadır. Sonuçlar katılımcıların büyük çoğunluğunun en az 11 yıldır İnternet kullanmakta olduğunu göstermektedir.

Tablo 8: İnternet Kullanım Dağılımı

		Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Yıl	0-5 Yıl	5	2,0	2,0
	6-10 Yıl	31	12,2	14,1
	11-15 Yıl	154	60,4	74,5
	16-20 Yıl	65	25,5	100,0
	Toplam	255	100,0	

6.1.2.8. Araştırmaya Katılanların Fakülteleere Göre Dağılımları

Tablo 9'a göre araştırmaya katılan akademisyenlerin % 22,7'si İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, % 4,7'si Hukuk Fakültesi, % 16,1'i ise İlahiyat Fakültesi bünyesinde çalışmaktadır. % 5,9'u Mimarlık, % 39,2'si Mühendislik ve % 11,4'ü ise Orman Fakültesinde çalışmaktadır. Bu sonuçlara göre araştırmaya katılan akademisyenlerin % 43,5'i sosyal bilimler, % 56,5'i ise fen bilimleri alanında

çalışmaktadır.

Tablo 9: Fakülte Dağılımı

		Frekans	Yüzde (%)	Kümülatif Yüzde (%)
Fakülte	İİBF	58	22,7	22,7
	Hukuk	12	4,7	27,5
	İlahiyat	41	16,1	43,5
	Mimarlık	15	5,9	49,4
	Mühendislik	100	39,2	88,6
	Orman	29	11,4	100,0
	Toplam	255	100,0	

6.2.3. Elektronik Ticaretin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Ekonomik, Sosyal Ve Çevresel Boyutların Demografik Özelliklere Göre Değerlendirilmesi

Bu bölümde, elektronik ticaret tercih edilme sebepleri demografik değişkenler açısından değerlendirilmiş ve bu amaçla yaş, cinsiyet, medeni durumu, gelir durumu ve akademik derece değişkenleri ile ankette yer alan sorulara verilen cevaplar Kruskal Wallis ve Mann Whitney Testlerine tabi tutulmuştur. Araştırmada ölçmek istenilen elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarla ilgili sorulara verilen cevaplar ortalamaları alınarak ekonomik, sosyal ve çevresel olarak 3 gruba ayrılmıştır. Dolayısıyla analize tek tek sorulara verilen cevaplardan elde edilen veriler yerine bu ortalamalardan elde edilen veriler tabi tutulmuştur.

6.2.3.1. Yaş Değişkenine Göre Elektronik Ticaretin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Ekonomik, Sosyal Ve Çevresel Boyutların Değerlendirilmesi

Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen ekonomik, sosyal ve çevresel boyutların yaş değişkeni ile ilişkilendirilmesine yönelik yapılan Kruskal Wallis Testi sonuçları aşağıda Tablo 10'da gösterilmiştir.

Tablo 10: Elektronik Ticaretin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Boyutların Yaş Değişkenine Göre Değerlendirilmesi

		N	Mean Rank	X ²	P
Ekonomik Boyut	18-27 Yaş	43	117,66	4,765	0,312
	28-35 Yaş	66	137,92		
	36-43 Yaş	94	133,85		
	44-51 Yaş	46	114,23		
	52 Yaş ve Üzeri	6	106,83		
Çevresel Boyut	18-27 Yaş	43	91,02	17,208	0,002
	28-35 Yaş	66	120,76		
	36-43 Yaş	94	141,54		
	44-51 Yaş	46	141,42		
	52 Yaş ve Üzeri	6	157,58		

Sosyal Boyut	18-27 Yaş	43	101,38	12,408	0,015
	28-35 Yaş	66	116,39		
	36-43 Yaş	94	141,71		
	44-51 Yaş	46	137,38		
	52 Yaş ve Üzeri	6	159,75		

H1: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel boyut açısından yaş grupları arasında anlamlı fark vardır.

H2: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen sosyal boyut açısından yaş grupları arasında anlamlı fark vardır.

H3: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen ekonomik boyut açısından yaş grupları arasında anlamlı fark vardır.

Tablo 10'a göre elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel ve sosyal boyutlar açısından %95 güven aralığında yaş grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulgusu elde edilmiştir. İstatistiksel olarak gruplar arasında anlamlı farkın çıktığı boyutların sıra değerlerinin yaşa bağlı olarak arttığı görülmektedir. Sonuçlara göre gençlerin yani 18-27 yaş arası grubun çevresel duyarlılığının zayıf olduğu yaş ilerledikçe ise çevresel duyarlılığın arttığı görülmektedir. Tablodan anlaşılacağı üzere 36 yaş ve üstü grupların elektronik ticarete sosyal etkenlere önem verdikleri gözlemlenmektedir. Elektronik ticaret Ekonomik boyut da ise sıra ortalamalarında küçük değişimler gözlenirse de anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Sonuçlara göre her yaş grubu için ekonomik etkenler önemlidir. Hesaplı olmasını ve kaliteyi ucuza almayı istemektedirler. Tablo 10'da da görüldüğü üzere yaş grupları açısından elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel ve sosyal boyutlarda anlamlı farkın olması sebebiyle H1 ve H2 hipotezleri kabul edilmiştir. Ekonomik boyut açısından ise anlamlı bir farkın olmaması sebebiyle H3 hipotezi reddedilir.

6.2.3.2. Cinsiyet Değişkenine Göre Elektronik Ticaretin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Ekonomik, Sosyal Ve Çevresel Boyutların Değerlendirilmesi

Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen ekonomik, sosyal ve çevresel boyutların cinsiyet değişkeni ile ilişkilendirilmesine yönelik yapılan Mann Whitney Testi sonuçları aşağıda Tablo 11'de gösterilmiştir.

Tablo 11: Elektronik Ticaretin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Boyutların Cinsiyete Göre Değerlendirilmesi

		N	Mean Rank	Z	P
Ekonomik Boyut	Kadın	87	130,92	-0,457	0,648
	Erkek	168	126,49		
Çevresel Boyut	Kadın	87	120,87	-1,115	0,265
	Erkek	168	131,69		
Sosyal Boyut	Kadın	87	117,13	-1,699	0,089
	Erkek	168	133,63		

H4: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel boyut açısından cinsiyet grupları arasında anlamlı fark vardır.

H5: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen sosyal boyut açısından cinsiyet grupları arasında anlamlı fark vardır.

H6: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen ekonomik boyut açısından cinsiyet grupları arasında anlamlı fark vardır.

Tablo 11'e göre elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel ve ekonomik boyutlar açısından %95 güven aralığında cinsiyet grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulgusu elde edilmemiştir. Ekonomik ve çevresel açıdan hem erkeklerin hem kadınların duyarlı oldukları gözlenmektedir. Sosyal boyutta sıra ortalamalarında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamasına rağmen erkeklerin, elektronik ticarete sosyal açıdan kadınlara göre daha duyarlı olduğu gözlemlenmektedir. Tablo 11'de de görüldüğü üzere cinsiyet grupları açısından elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel, ekonomik ve sosyal boyutlarda anlamlı farkın olmaması sebebiyle H4, H5 ve H6 hipotezleri reddedilmiştir.

6.2.3.3. Medeni Durum Değişkenine Göre Elektronik Ticaretin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Ekonomik, Sosyal Ve Çevresel Boyutların Değerlendirilmesi

Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen ekonomik, sosyal ve çevresel boyutların medeni durum değişkeni ile ilişkilendirilmesine yönelik yapılan Mann Whitney Testi sonuçları aşağıda Tablo 12'de gösterilmiştir.

Tablo 12: Elektronik Ticaretin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Boyutların Medeni Duruma Göre Değerlendirilmesi

		N	Mean Rank	Z	P
Ekonomik Boyut	Evli	177	129,84	-0,604	0,546
	Bekar	78	123,81		
Çevresel Boyut	Evli	177	138,72	-3,507	0,000
	Bekar	78	103,67		
Sosyal Boyut	Evli	177	135,23	-2,363	0,018
	Bekar	78	111,60		

H7: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel boyut açısından medeni durum grupları arasında anlamlı fark vardır.

H8: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen sosyal boyut açısından medeni durum grupları arasında anlamlı fark vardır.

H9: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen ekonomik boyut açısından medeni durum grupları arasında anlamlı fark vardır.

Tablo 12'ye göre elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel ve sosyal boyutlar açısından %95 güven aralığında medeni durum grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulgusu elde edilmiştir. Çevresel ve sosyal açıdan bekarların evli olanlara göre daha az duyarlı oldukları gözlemlenmektedir. Bu fark aile kurmanın hassasiyetleri arttırdığını gösterebilir. Ekonomik boyutta sıra

ortalamalarında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamasına rağmen evli olanların aile sorumluluğu sebebiyle bekarlara göre ekonomik hassasiyetinin fazla olduğu görülmektedir. Tablo 12'de de görüldüğü üzere medeni durum grupları açısından elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel ve sosyal boyutlarda anlamlı farkın olması sebebiyle H7 ve H8 hipotezleri kabul edilmiştir. Ekonomik boyut açısından ise anlamlı bir farkın olmaması sebebiyle H9 hipotezi reddedilir.

6.2.3.4. Gelir Durumu Değişkenine Göre Elektronik Ticaretin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Ekonomik, Sosyal Ve Çevresel Boyutların Değerlendirilmesi

Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen ekonomik, sosyal ve çevresel boyutların gelir durumu değişkeni ile ilişkilendirilmesine yönelik yapılan Kruskal Wallis Testi sonuçları aşağıda Tablo 13'de gösterilmiştir.

Tablo 13: Elektronik Ticaretin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Boyutların Gelir Durumlarına Göre Değerlendirilmesi

		N	Mean Rank	X ²	P
Ekonomik Boyut	2.500 TL ve daha az	44	104,08	6,587	0,159
	2.501 - 4.000 TL	57	139,18		
	4.001 - 5.500 TL	59	126,12		
	5.501 - 7.000 TL	68	134,30		
	7.001 TL ve üzeri	27	131,63		
Çevresel Boyut	2.500 TL ve daha az	44	80,49	24,959	0,000
	2.501 - 4.000 TL	57	134,18		
	4.001 - 5.500 TL	59	129,21		
	5.501 - 7.000 TL	68	149,69		
	7.001 TL ve üzeri	27	135,09		
Sosyal Boyut	2.500 TL ve daha az	44	93,32	18,486	0,001
	2.501 - 4.000 TL	57	116,38		
	4.001 - 5.500 TL	59	141,98		
	5.501 - 7.000 TL	68	148,23		
	7.001 TL ve üzeri	27	127,56		

H10: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel boyut açısından gelir durumu grupları arasında anlamlı fark vardır.

H11: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen sosyal boyut açısından gelir durumu grupları arasında anlamlı fark vardır.

H12: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen ekonomik boyut açısından gelir durumu grupları arasında anlamlı fark vardır.

Tablo 13'e göre elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel ve sosyal boyutlar açısından %95 güven aralığında gelir grupları arasında anlamlı farklılık olduğu sonucu elde edilmiştir. Çevresel açıdan en düşük gelir grubunun duyarlılığının az olduğunu görülmektedir. Ekonomik açıdan durumu çok iyi olmayanların önceliklerini ekonomiye verdikleri için çevresel duyarlılıklarının düşük

olması olağan bir sonuç olarak görülmektedir. Diğer gelir gruplarında ise çevresel açıdan hassasiyet mevcuttur. Sosyal boyut olarak da yine düşük gelir grubunun duyarlılığını düşük görmekteyiz. Bu sonuçlar tüketicilerin önceliklerinin daima ekonomi olduğunu göstermektedir. Ekonomik boyut da ise doğal olarak en az gelir grubu ile diğer gruplar arasında bir farklılık görülse de genel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Tablo 13'de de görüldüğü üzere gelir durumu grupları açısından elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel ve sosyal boyutlarda anlamlı farkın olması sebebiyle H10 ve H11 hipotezleri kabul edilmiştir. Ekonomik boyut açısından ise anlamlı bir farkın olmaması sebebiyle H12 hipotezi reddedilir.

6.2.3.5. Akademik Derece Değişkenine Göre Elektronik Ticaretin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Ekonomik, Sosyal Ve Çevresel Boyutların Değerlendirilmesi

Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen ekonomik, sosyal ve çevresel boyutların akademik derece değişkeni ile ilişkilendirilmesine yönelik ortaya koyulan Kruskal Wallis Testi neticeleri aşağıda Tablo 14'de gösterilmiştir.

Tablo 14: Elektronik Ticaretin Sürdürülebilirliğini Etkileyen boyutların Akademik Derecelere Göre Değerlendirilmesi

		N	Mean Rank	X ²	P
Ekonomik Boyut	Araştırma Görevlisi	72	122,91	2,433	0,488
	Yardımcı Doçent Dr.	66	136,03		
	Doçent Dr.	62	133,77		
	Profesör Dr.	55	118,52		
Çevresel Boyut	Araştırma Görevlisi	72	97,15	18,755	0,000
	Yardımcı Doçent Dr.	66	132,59		
	Doçent Dr.	62	144,11		
	Profesör Dr.	55	144,72		
Sosyal Boyut	Araştırma Görevlisi	72	95,90	26,354	0,000
	Yardımcı Doçent Dr.	66	153,94		
	Doçent Dr.	62	120,55		
	Profesör Dr.	55	147,30		

H13: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel boyut açısından akademik derece grupları arasında anlamlı fark vardır.

H14: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen sosyal boyut açısından akademik derece grupları arasında anlamlı fark vardır.

H15: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen ekonomik boyut açısından akademik derece grupları arasında anlamlı fark vardır.

Tablo 14'e göre elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel ve sosyal boyutlar açısından %95 güven aralığında akademik derece grupları arasında anlamlı farklılık olduğu bulgusu elde edilmiştir. Akademik derecelerde en alt seviye olan araştırma görevlilerinin hem çevresel hem de sosyal

açından duyarlılıklarının düşük olduğu gözlemlenmektedir. Araştırma görevlilerinin gelirlerinin diğer akademik derecelere göre az olduğunu ve henüz akademiye yeni giriş yapanlar olduklarını düşünürsek bu durumu hem bilgi ve tecrübe durumuna hem de gelir seviyesine bağlayabiliriz. Ekonomik boyut da ise küçük değişimler görülse de genel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Tablo 14'de de görüldüğü üzere akademik derece grupları açısından elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel ve sosyal boyutlarda anlamlı farkın olması sebebiyle H13 ve H14 hipotezleri kabul edilmiştir. Ekonomik boyut açısından ise anlamlı bir farkın olmaması sebebiyle H15 hipotezi reddedilir.

6.3.1. Elektronik Ticaretin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Ekonomik, Sosyal Ve Çevresel Boyutların İnternet Kullanımına Göre Değerlendirilmesi

Bu kısımda, elektronik ticaretin öncelikli olarak kullanılma nedenleri İnternet kullanımı bakımından ele alınmış ve bu gaye ile "İnternet kullanma sıklığı" ve "ne kadar zamandır İnternet kullanıyorsunuz" değişkenleri ile ankette yer alan sorulara verilen cevaplar Kruskal Wallis Testine tabi tutulmuştur. Araştırmada ölçmek istenilen elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarla ilgili sorulara verilen cevapların ortalamaları alınarak ekonomik, sosyal ve çevresel olarak 3 gruba ayrılmıştır. Dolayısıyla analize tek tek sorulara verilen cevaplardan elde edilen veriler yerine bu ortalamalardan elde edilen veriler tabi tutulmuştur.

6.3.1.1. İnternet Kullanım Sıklığına Göre Elektronik Ticaretin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Ekonomik, Sosyal Ve Çevresel Boyutların Değerlendirilmesi

Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen ekonomik, sosyal ve çevresel boyutların İnternet kullanım sıklığı ile ilgili analizi ortaya koyulan Kruskal Wallis Testi neticeleri aşağıda Tablo 15'de gösterilmiştir.

Tablo 15: Elektronik Ticaretin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Boyutların İnternet Kullanım Sıklığı Açısından Değerlendirilmesi

		N	Mean Rank	X ²	P
Ekonomik Boyut	Her gün	245	125,74	5,896	0,015
	Haftada Birkaç Kez	10	183,30		
Çevresel Boyut	Her gün	245	125,52	7,116	0,008
	Haftada Birkaç Kez	10	188,80		
Sosyal Boyut	Her gün	245	125,48	7,326	0,007
	Haftada Birkaç Kez	10	189,70		

H16: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel boyut açısından İnternet kullanım sıklığına göre meydana gelen gruplar arasında anlamlı fark vardır.

H17: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen sosyal boyut açısından İnternet kullanım sıklığına göre meydana gelen gruplar arasında anlamlı fark vardır.

H18: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen ekonomik boyut açısından İnternet kullanım sıklığına göre meydana gelen gruplar arasında anlamlı fark vardır.

Tablo 15'e göre elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel, sosyal ve ekonomik

boyutlar açısından %95 güven aralığında İnternet kullanım sıklığına göre oluşan gruplar arasında anlamlı farklılık olduğu bulgusu elde edilmiştir. Her gün İnternet’i kullananların haftada birkaç kez kullananlara göre daha az duyarlı oldukları görülmüştür. Bu durum her gün İnternet kullananlar için çoğu etkenin olağan hale geldiğini söyleyebiliriz. Tablo 15’de de görüldüğü üzere İnternet kullanım sıklığına göre oluşan gruplar açısından elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel, ekonomik ve sosyal boyutlarda anlamlı farkın olması sebebiyle H16, H17 ve H18 hipotezleri kabul edilmiştir. Diğer bir ifade ile elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel, ekonomik ve sosyal boyutlarda İnternet kullanım sıklığına göre oluşan gruplar arasında anlamlı bir farklılık vardır.

6.3.1.2. Ne Kadar Zamandır İnternet Kullandığına Göre Elektronik Ticaretin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Ekonomik, Sosyal Ve Çevresel Boyutların Değerlendirilmesi

Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen ekonomik, sosyal ve çevresel boyutların ne kadar zamandır İnternet kullandığı ile ilgili analizi ortaya koyulan Kruskal Wallis Testi neticeleri aşağıda Tablo 16’da gösterilmiştir.

Tablo 16: Elektronik Ticaretin Sürdürülebilirliğini Etkileyen Boyutların Ne Kadar Zamandır İnternet Kullandıklarına Göre Değerlendirilmesi

		N	Mean Rank	X ²	P
Ekonomik Boyut	0 - 5 Yıl	5	96,90	4,068	0,254
	6 - 10 Yıl	31	128,32		
	11 - 15 Yıl	154	134,39		
	16 - 20 Yıl	65	115,09		
Çevresel Boyut	0 - 5 Yıl	5	104,70	18,255	0,000
	6 - 10 Yıl	31	78,02		
	11 - 15 Yıl	154	138,97		
	16 - 20 Yıl	65	127,65		
Sosyal Boyut	0 - 5 Yıl	5	129,20	2,041	0,564
	6 - 10 Yıl	31	110,32		
	11 - 15 Yıl	154	130,38		
	16 - 20 Yıl	65	130,70		

H19: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel boyut açısından ne kadar zamandır İnternet kullandığına göre meydana gelen gruplar arasında anlamlı fark vardır.

H20: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen sosyal boyut açısından ne kadar zamandır İnternet kullandığına göre meydana gelen gruplar arasında anlamlı fark vardır.

H21: Elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen ekonomik boyut ne kadar zamandır İnternet kullandığına göre oluşan meydana gelen arasında anlamlı fark vardır.

Tablo 16’ya bakıldığında elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel boyut açısından %95 güven aralığında ne kadar zamandır İnternet kullandığına göre oluşan gruplar arasında anlamlı farklılık olduğu bulgusu elde edilmiştir. 0-5 ve 6-10 yıl grupları açısından çevresel duyarlılıklarının az olduğu görülmektedir. Bu durumun İnterneti az kullananların çevresel bilgi eksikliklerinin

duyarlılıkların az olduğu şeklinde düşünülmektedir. Ekonomik boyutta 0-5 yıl grubu ile diğer gruplar arasında bir farklılık görülmektedir. Bu durumun sebebi olarak İnterneti az kullananların ekonomik açıdan sanal ortama hakim olamadıklarını gösterilebilir. Ancak genel olarak anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Sosyal boyutta da anlamlı bir farklılık mevcut değildir. Tablo 16'da da görüldüğü üzere ne kadar zamandır İnternet kullandığına göre oluşan gruplar açısından elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen çevresel boyutta anlamlı farkın olması sebebiyle H19 hipotezi kabul edilmiştir. Ekonomik ve sosyal boyutlar açısından ise anlamlı bir farkın olmaması sebebiyle H20 ve H21 hipotezleri reddedilmiştir.

7. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Elektronik ticaretin stratejik boyutta işletmeler tarafından kullanımının gitgide yaygınlık kazandığı günümüzde sürdürülebilir olması da yukarıda bahsedilen değişime uyum sağlamasıyla mümkün olabilecektir. Sosyal, ekonomik ve çevreyle alakalı risk durumlarının hem geldiği yer hem de engellenebilmesiyle alakalı taraflardan biri olarak belirlenen şirketler, bir çare bulma çabası olarak yeni değerler ve fikirlere doğru yönelmeye veya yönelmeleri gerekliliği konusunda baskılarla tanışmaya başlamıştır. Araştırmada ölçmek istediğimiz elektronik ticaretin sürdürülebilirliğini etkileyen ekonomik, sosyal ve çevresel boyutlarla ilgili sorulara verilen cevaplar ortalamaları alınarak ekonomik, sosyal ve çevresel olarak 3 gruba ayrılmıştır. İlk olarak araştırmaya katılan akademisyenlerin demografik bilgileri, interneti kullanma sıklıkları ve ne zamandan beri internet kullandıkları sorulmuş ve katılımcıların %85,9'luk kesiminin 11 ila 20 yıl aralığından internet kullandıkları ve %96,1'lik kesimin de her gün internete girdikleri tespit edilmiştir.

İnterneti kullanma sıklığının sürdürülebilirlik açısından önemli olduğu araştırma da elde edilen bulgulardan anlaşılmaktadır. Katılımcıların büyük çoğunluğunun neredeyse her gün internet kullanması ekonomik, çevresel ve sosyal açıdan önem arz etmektedir. Her gün kullananlar ile haftada birkaç kez kullananlar arasında her üç grup içinde anlamlı bir fark ortaya çıkmaktadır. Elektronik ticaretin sürdürülebilirliği öncelikle insanların internet kullanımlarının sürdürülebilir olmasına bağlı olduğu ve işletmelerin tüketicilerin internet kullanma şekillerine göre kendilerini düzenlemeleri gerektiği anlaşılmaktadır. Araştırmada elektronik ticaretin sürdürülebilirliği açısından çevresel faktörde uzun süredir internet kullananlar lehine bir fark olduğu saptanmıştır. Benzer durum tam olmasa da ekonomik faktör için de söylenebilir lakin sosyal faktör açısından herhangi bir farklılık bulunmamaktadır.

Demografik bulgulara göre incelendiğinde yaş, medeni durum, gelir seviyesi, ve akademik derece gruplarında çevresel ve sosyal boyutların hep farklılık arz ettiği görülmektedir. Yaş gruplarına bakıldığında ekonomik açıdan tüm yaş grupları arasında herhangi bir farklılık gözlemlenmemektedir. Lakin çevresel ve sosyal açıdan özellikle yaş büyüdükçe anlamlı farklılıklar ortaya çıkmaktadır. Aynı şekilde cinsiyet durumu açısından da çevresel ve sosyal boyutta anlamlı farklılıklar görülmektedir. Her ikisinde de bekar akademisyenler lehine anlamlı fark görülmektedir. Gelir durumunda ise çevresel ve sosyal boyutta gelir seviyesi arttıkça farklılık ortaya çıkmaktadır. Akademik derece gruplarında ise derece arttıkça benzer farklılık ortaya çıkmaktadır. Kısıtlı araştırma sonuçlarımıza göre elektronik ticaretin çevresel ve sosyal faktörlerin etkisiyle sürdürülebilirliğinin sağlanacağı görülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akgül U. (2010). Sürdürülebilir Kalkınma: Uygulamalı Antropolojinin Eylem Alanı, Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih Coğrafya Fakültesi Antropoloji Dergisi, 24, 133-164.
- Bayraç, H. N. (2003). Yeni Ekonomi'nin Toplumsal, Ekonomik Ve Teknolojik Boyutları, Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 4(1), 41-62.
- Cox, B. Ö. (2002). Avrupa Birliği Hukukunda Elektronik Ticaret ve Türkiye'deki Gelişmeler (1.baskı). Pusula Yayıncılık ve İletişim, İstanbul.
- Ekin, N. (1998). Bilgi Ekonomisinde Elektronik Ticaret, İstanbul Ticaret Odası Yayınları, Yayın No: 1998-61, İstanbul, 1998
- Ene, S. (2002). Elektronik Ticarete Tüketicinin Korunması ve Bir Uygulama (1.baskı). Pusula Yayıncılık ve İletişim, İstanbul.
- Esteve, R. P. ve Ludger, S. A. (1999). Quantitative Assessment of Electronic Commerce, WTO Economic Research and Analysis Division, Working Paper ERAD-99-01.
- Eş, A. (2008). Sürdürülebilirlik ve Firma Düzeyinde Sürdürülebilirlik Performans Ölçümü. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Garanti. (03.01.2009). E-Ticaret Neden Çevrecidir. Erişim 20 Haziran 2018, <http://eticaret.garanti.com.tr/E-Ticaret/E-Ticaret-Neden-Cevrecidir.aspx>
- Gülenç, İ. F. (2010). Yeniden Üretim, Umuttepe Yayınları, Kocaeli.
- Harris, J. M. (2011). Sürdürülebilir Kalkınmanın Temel Prensipleri, (Çev. Emine Özmete), Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar e- Dergisi, Erişim 20 Haziran 2018, <http://www.sdergi.hacettepe.edu.tr/makaleler/EmineOzmet2eviri.pdf>
- İnce, M. (1999). Elektronik Ticaret: Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar, Devlet Planlama Teşkilatı.
- Nemli, E. (2004). Sürdürülebilir Kalkınma: Şirketlerin Çevresel ve Sosyal Yaklaşımları, Filiz Kitabevi.
- Özel, H. A. (2006). E-ticaretin Türkiye Ekonomisi Üzerine Etkileri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Singh, P. ve Tiwari, S. (2011). Environmental Impacts of E-Commerce, 2011 International Conference on Environment Science and Engineering, 8, Erişim 20 Haziran 2018 <http://www.ipcbee.com/vol8/45-S10040.pdf>
- Soydal, H. (2006). Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerde E-Ticaret, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 15, 539-553.
- Tokgöz, N. ve Önce, S. (2009). Şirket Sürdürülebilirliği: Geleneksel Yönetim Anlayışına Alternatif, Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 11(1), 249-275.