



Türkiye’de E-Ticaret’in Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetiminden Beklentileri

Expectations of E-Commerce in Turkey from Logistics and Supply Chain Management

ÖZET

İnternet kullanımındaki artış, ticari faaliyetlerin dijital ortamlarda gerçekleşmesine ortam hazırlamış ve e-ticaret kavramını gündeme getirmiştir. E-ticaret, Türkiye’de Kovid-19 pandemisi döneminde alınan tedbirler nedeniyle, işletmelerin ürünlerini/hizmetlerini dijital ortamlarda sunmasına ve müşterileriyle buluşturmasına yardımcı olmuştur. Buda müşterilerin satın alma alışkanlıklarını değiştirmiş ve e-ticareten satın almaları arttırmıştır. Fakat işletmeler; e-ticaret kullanımındaki artışa hazırlıksız yakalanmış, lojistik ve tedarik zinciri yönetiminde sorunlar yaşanmıştır. Bu durum müşteri memnuniyetsizliği/kayıbı olarak işletmelere yansımıştır. Bu çalışmanın amacı; Türkiye’deki e-ticarete, lojistik ve tedarik zinciri yönetiminde müşteri memnuniyetsizliği oluşturan sorunlar gruplandırılarak çıkarımlar yapmaktır. Bu amaçla, Türkiye’de; pandemi öncesi, pandemi dönemi ve pandemi sonrası kapsayacak şekilde, TÜİK’in 2019-2023 yılları arasındaki “Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması” verilerinden yararlanılmış olup, e-ticaret ’teki gelişmeler incelenerek sorunlar gruplandırılmış ve çıkarımlar yapılmıştır. Bu çıkarımlar, söz konusu sektöre katkı sağlayacağı düşüncesiyle sektör paydaşlarının dikkatine sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: E-Ticaret, Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetimi, Pandemi

ABSTRACT

The increase in internet usage has paved the way for commercial activities to take place in digital environments and brought the concept of e-commerce to the agenda. Due to the measures taken during the Covid-19 pandemic in Turkey, e-commerce has helped businesses present their products/services in digital environments and bring them together with their customers. This has changed customers' purchasing habits and increased purchases from e-commerce. But businesses; It was caught unprepared for the increase in e-commerce usage and problems were experienced in logistics and supply chain management. This situation was reflected in businesses as customer dissatisfaction/loss. The purpose of this study; To make inferences by grouping the problems that cause customer dissatisfaction in e-commerce, logistics and supply chain management in Turkey. For this purpose, in Turkey; TÜİK's "Household Information Technologies Usage Survey" data between 2019-2023, covering the pre-pandemic, pandemic period and post-pandemic periods, were used, and the developments in e-commerce were examined, the problems were grouped and inferences were made. These inferences were brought to the attention of sector stakeholders with the idea that they will contribute to the sector in question.

Keywords: E-Commerce, Logistics and Supply Chain Management, Pandemic

GİRİŞ

İnternet, 1950’li yıllarda Amerika’da temeli atılmış ve 1989 yılında günümüzdeki halini almıştır. İnternet kullanımının artması geleneksel ticari işlemlerin dijital ortamlarda taşınmasına yol açmıştır. Bu durum elektronik ticaret veya kısaca e-ticaret olarak bilinen kavramı gündeme getirmiştir. Dolayısıyla işletmeler ve kişiler arasındaki ticari işlemler dijital ortamda yapılmaya başlamıştır. Bu anlamda en çok kullanılan e-ticaret türleri; işletmeden işletmeye(B2B), işletmeden tüketiciye (B2C), tüketiciden tüketiciye (C2C) e-ticarettir (Laudon & Laudon, 2011; Aktaran Acılar, 2016, s.282).

Tedarik Zinciri Yönetimi, ürünlerin kaynağından tedarik edilmesiyle başlayıp, kaynağından tedarik edilen ürünlerin işlenmesi sonucunda müşterilerin beklentilerini karşılayacak hale getirilmesi ve nihai müşterinin memnuniyetini sağlayacak şekilde tüm süreçlerin etkin bir şekilde yönetilmesidir. Lojistik yönetimi, tedarik zinciri yönetiminde yer alan bir süreçtir. Dolayısıyla tedarik zincirinin etkin bir şekilde yönetilebilmesi için lojistik yönetim faaliyetlerinin de etkin bir şekilde yönetilmeye ihtiyacı vardır.

2019 yılında Çin’in Hubei bölgesinde ortaya çıkan kovid-19 pandemisi, Türkiye’de ilk olarak 2020 yılında görülmüştür (Sağlık Bakanlığı, 2021). Türkiye’de kovid-19 salgınının görülmesiyle birlikte hastalığın yayılmaması adına; dışarı çıkma yasağı, restoranların kapatılması, marketlere girebilecek müşteri sayısında kısıtlama, alışveriş

Hakan Özkan¹

How to Cite This Article

Özkan, H. (2024). “Türkiye’de E-Ticaret’in Lojistik ve Tedarik Zinciri Yönetiminden Beklentileri” International Social Sciences Studies Journal, (e-ISSN:2587-1587) Vol:10, Issue:2; pp:314-321. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.10708444>

Arrival: 14 January 2024

Published: 27 February 2024

Social Sciences Studies Journal is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.

¹ Öğretim Görevlisi Dr., Akdeniz Üniversitesi, Finike MYO, Ulaştırma Hizmetleri Bölümü, Antalya, Türkiye. ORCID: 0000-0001-7948-8333. ROR ID: <https://ror.org/01m59r132>

merkezlerinin kapatılması gibi tedbirler alınmıştır (Güngör, 2020, s. 831; Parlak, 2020). Alınan bu tarz tedbirler üreticilerin, ürünlerini hedef müşterilerine sunmasında ve ulaştırmasında; müşterilerin de talep ettikleri ürünleri tedarik etmesinde ve satın almasında birtakım sıkıntıların yaşanmasına neden olmuştur.

Türkiye’de Kovid-19 pandemisiyle iki yıllık bir mücadele dönemi yaşanmıştır (Çalık Göçümlü & Usul, 2022). Bu mücadele döneminde alınan tedbirler tüketicilerin satın alma alışkanlıklarını değiştirmiş ve e-ticarete olan ilgisini arttırmıştır. Çünkü pandemi öncesi dönemde, internetten yerli kartla yurt içi ödemelerin tutarı 2018 yılında 122.845,70 ve 2019 yılında 166.265,15 Milyon TL (Türk Lirası) olmuştur. Bu miktar pandemi sürecinin yaşandığı yıllarda; 2020 yılında 246.037,24 milyon, 2021 yılında 422.086,86 ve 2022 yılında 952.637,43 Milyon TL seviyelerine ulaşmıştır (BKM, 2023).

Pandemi döneminde alınan tedbirler nedeniyle müşterilerin e-ticaret yöntemiyle ürün edinmesinde talep yoğunluğu yaşanmıştır. Yaşanan bu yoğunluk, müşterilerin satın alacakları veya aldıkları ürünlerin; stoklarda bulunmaması, stokta görünen ürünün satın alınmamasının ardından stokta ürünün olmamasının fark edilmesi sonucu satış işleminin iptal edilmesi, satın aldıkları ürünlerin yanlış veya hasarlı bir şekilde teslim edilmesi, teslimatların geç yapılması gibi sorunların yaşanmasına ve müşterilerde memnuniyetsizliğe yol açmıştır. Yaşanan bu memnuniyetsizliğin lojistik yönetiminde yaşanan aksaklıklardan kaynaklandığı düşünülmektedir. Lojistik yönetiminde yaşanan bu tür aksaklıkların tüm tedarik zincirini olumsuz bir şekilde etkileyeceği de bir gerçektir. Bu çalışma, lojistik ve tedarik zinciri yönetiminde yaşanan aksaklıklar nedeniyle müşteri memnuniyetsizliğine yol açan sorunlar gruplandırılarak e-ticaretin, lojistik ve tedarik zinciri yönetiminden beklentilerine yönelik çıkarımlar yapmayı amaçlamıştır. Bu amaçla hazırlanan çalışma, 5 bölümden oluşmuştur. Birinci bölüm, çalışmanın giriş bölümünü oluşturmaktadır. İkinci bölümde 2019 ve 2023 yılları arasında e-ticaret’e yönelik yapılan çalışmalar incelenmiştir. Üçüncü bölümde, çalışmanın metodolojisi hakkında bilgiler yer almaktadır. Dördüncü bölümde, veriler değerlendirilmiştir. Beşinci bölümde ise sonuç ve değerlendirmeler yer almaktadır. Bu bölümde, ilgili alanda müşteri memnuniyetsizliğine neden olan sorunlar; “son kilometre lojistiği”, “Taşıma, Paketleme ve Ambalajlama”, “Yetersizlik” ve “Güven Ortamı” şeklinde gruplandırılmış ve bu gruplandırmalara yönelik çıkarımlar yapılmış ve gelecek dönemlerde yapılabilecek çalışmalardan bahsedilmiştir.

LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

“E-Ticaret ve Lojistik”, “E-Ticaret + Tedarik” ve “E-Ticaret + İstatistik” anahtar kelimeleri girilerek pandemi öncesi, pandemi dönemi ve pandemi sonrası dönemini kapsayacak şekilde 2019-2023 yılları arasındaki çalışmalar incelenmiştir. Yapılan literatür taraması sonucunda e-ticaret’e yönelik çok sayıda çalışmaya rastlanmıştır. Literatürde dikkat çeken çalışmaların bazıları kronolojik sıraya göre Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Literatür Araştırması

No	Yazar/Yazarlar	Çalışmanın İçeriği
1	(İndap, 2019)	Yazar, müşteri memnuniyetini ve kargo şirketlerinin rekabette avantaj sağlayacak, kentsel lojistik ilkeleriyle örtüşen öneriler sunmayı amaçlamıştır. Çalışmada, kargo sektörünün Türkiye’deki durumu incelenerek teknolojik gelişmelerin sektörü nasıl etkilediği literatür taraması yöntemiyle incelenmiştir.
2	(Toygar & Nart, 2019)	Yazarlar, çevrimiçi satış yapan perakendecilerin lojistik hizmetinden sonra algıladıkları kalite ve memnuniyet üzerinde, e-lojistik’in etkisini belirlemeyi amaçlamışlar ve üç farklı ölçek kullanılarak çalışmanın amacı doğrultusunda oluşturulan hipotezleri “ <i>Aracı Değişken ile Regresyon Analizi</i> ” yöntemiyle test etmişlerdir.
3	(Aksoy, 2020)	Yazar, Türkiye’nin yakın ticari ilişkilere sahip olduğu bazı ülkelerin pandemi dönemindeki ekonomik durumları hakkında genel bilgilere değinmiştir. Çalışmada, pandemi döneminde lojistik sektöründe yaşanan sorunlar birkaç ülke açısından ele alınmış ve Türkiye’nin söz konusu dönemdeki lojistik sektöründeki durumuna değinilmiştir. Ayrıca Türkiye’de yapılan mevzuat değişikliklerinin yanı sıra pandemi döneminde taşımacılık alanında nelerin yapılabileceğine dair görüşlere yer verilmiştir.
4	(Alkaş, Gür, & Eren, 2020)	Yazarlar, e-tedarik zincirinin kabullenilmesinde etkili olan unsurları belirlemiş ve analitik ağ süreci yönetimiyle bu unsurların ağırlıklarına ulaşmıştır. Bu şekilde e-tedarik zincirine entegre olmayı planlayan işletmelerin hangi faktörleri göz önünde bulundurması gerektiği şirketlerin dikkatine sunulmuştur.
5	(Çebi & Yıldırım, 2020)	Yazarlar; İstanbul’daki e-ticaret sitelerinden temin edilen kargoların ve talep edilen noktaya teslimatını sağlayan bir aracı firmanın araç rotalama sorununun çözümüne yönelik öneriler getirmeyi amaçlamış olup, farklı algoritmalar uygulayarak en iyi sonuca ulaşmaya çalışmıştır.
6	(Çelik, 2020)	Yazar, Endüstri 4.0 ile lojistik sektöründe meydana gelen değişimleri yeni bilişim sistemleri temelinde değerlendirmiş ve firmaların gelişen internet sistemlerini, yapay zekayı, büyük veriyi ve diğer etkenleri kullanarak Lojistik 4.0’ı nasıl gerçekleştirebilecekleri konusunu araştırmıştır.
7	(Güven, 2020)	Yazar, pandemi sürecinde e-ticaret sitelerine yönlendirilen şikayetleri incelemiştir. Çalışmada, “şikayetvar.com” platformundan alınan veriler, içerik analizi yöntem ile düzenlenmiş ve MAXQDA nitel araştırma programı aracılığıyla analiz edilmiştir.
8	(Yıldız, 2020)	Yazar, anket yöntemi kullanarak veri toplamış, toplanan veriler e-ticaret uygulamasının lojistik hizmet

		kalitesinin güven, sadakat ve memnuniyet üzerine etkisini araştırılmıştır.
9	(Yılmaz & Bayram, 2020)	Yazarlar, Türkiye'nin e-ticaret ve e-ihracat verilerini değerlendirmiş ve Kovid-19 döneminde Türkiye'de e-ticaretin gidişatını ele almıştır.
10	(Deste & Gül Savaşkan, 2021)	Yazarlar, literatür taraması ve uzman görüşleri sonucunda belirledikleri kriterlerini VIKOR karar verme yöntemi kullanarak Türkiye'nin tüm kentlerinde şubesi olan beş kargo firmasının tercih sıralamasını yapmışlardır.
11	(Gedik, 2021)	Yazar, güncel istatistiksel verileri paylaşarak, e-ticaret kavramını geniş bir perspektife ele almış olup, e-ticaret yönelik bilgiler aktarmıştır.
12	(İlhan, 2021)	Yazar, internetten alışveriş yapan kişilerin elektronik hizmet kalitesi ve lojistik hizmet kalitesinin müşteri memnuniyeti ve sadakati üzerindeki etkisini araştırmıştır. Bu amaçla, anket yöntemiyle topladığı verileri SPSS 23.0 programında analiz etmiştir.
13	(Karadoğan & Karadayı Usta, 2021)	Yazarlar, farklı araştırma soruları kapsamında sistematik yayın araştırması yöntemiyle pandemi sürecinde yayınlanan sürdürülebilir tedarik zinciri çalışmalarından anlamlı çıkarımlar yapmayı amaçlamışlar ve çözüm önerileri sunmuşlardır.
14	(Akben & Çelebi, 2022)	Yazarlar, giyim sektörünün e-ticaret uygulamalarına yönelik hazırlanan çalışmada, kot pantolon ürünü baz alınarak işletmeden müşteriye satış yapan web sayfalarını taramış ve çalışma kapsamında ele alınan markalar; ürünlerin gönderim süreleri, ödeme işlemlerine yönelik sundukları kolaylıklar, ürünleri gönderdikleri kargo şirketleri ve iade süreleri gibi hususlar değerlendirilmiş ve gruplandırılmıştır.
15	(Kazancı & Bayarçelik, 2022)	Yazarlar, e-ticaret kullanıcılarına anket uygulayarak elde edilen verilerle, e-ticaret yapan sitelerin müşterilerine sunduğu lojistik hizmetlerin müşteri memnuniyeti ve tekrar satın alma arzuları üzerinde etki yaratıp yaratmadığını araştırmışlardır.
16	(Avşar & Pelit, 2023)	Yazarlar, e-ticaret ve e-lojistik uygulamalarına yönelik sosyal medya duygu analizi yapmış ve toplumun e-ticaret ve e-lojistik konularına yönelik bakış açısını araştırmıştır.
17	(Irmak, 2023)	Yazar, son dönemde e-ticaretin gidişatını genel bir bakış açısı ile ele alarak, e-ihracatın işletmelere sunabileceği avantajları ifade etmiştir.
18	(Oğuz, 2023)	Yazar, çok kriterli karar verme yöntemlerini kullanarak kent içi dağıtım aracı seçimi analiz etmeyi amaçlamış olup, belirlenen scooter modellerini sekiz kritere bağlı olarak değerlendirmiştir. Değerlendirme sürecinde CRITIC ve EDAS yöntemlerini kullanmış ve alternatiflerin sırlamasını yapmıştır.
19	(Terzibaş, 2023)	Yazar, Türkiye'deki e-girişimciliği, 2015-2021 arasındaki Türkiye ve Dünya e-ticaret verilerine dayanarak değerlendirmiş ve Kovid-19 pandemisi döneminde ve öncesinde yaşanan etkileri yorumlayarak ileriye dönük önerilerde bulunmuştur.
20	(Türkoğlu & Duran, 2023)	Yazarlar, çalışmada; Antalya Serbest Bölgesinde faaliyet gösteren firmaların sahip oldukları lojistik altyapılarında e-lojistik faaliyetlerini kullanım seviyeleriyle rekabet avantajı elde etmelerinde sağladığı avantajlar ve dezavantajları değerlendirmeyi amaçlamıştır. Anket yoluyla toplamış oldukları veriler Ki Kare Homojenlik testi, Anova, Tukey ve Scheffe testleri ile değerlendirilmiştir.

Yapılan literatür taraması sonucunda e-ticaretin lojistik ve tedarik zinciri yönetiminde müşteri memnuniyetsizliği yaratan ve bu konuda çözüm bekleyen faktörlerin belirlenmesine yönelik bir çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışma, e-ticaret kullanımında müşteri memnuniyetsizliği yaratan faktörlerin lojistik ve tedarik zinciri yönetimi bakış açısıyla ele alması nedeniyle diğer çalışmalardan ayrılmakta ve özgün bir nitelik taşımaktadır. Ayrıca bu çalışma, literatürdeki boşluğu kapatması ve e-ticaret alanındaki faktörlerin söz konusu alanda faaliyet gösteren sektör paydaşlarının dikkatine çekerek, lojistik ve tedarik zinciri yönetimindeki sorunların giderilmesi ve müşteri memnuniyetsizlik yaratan unsurların azaltılması veya tamamen ortadan kaldırılması açısından önem arz etmektedir.

YÖNTEM VE BULGULAR

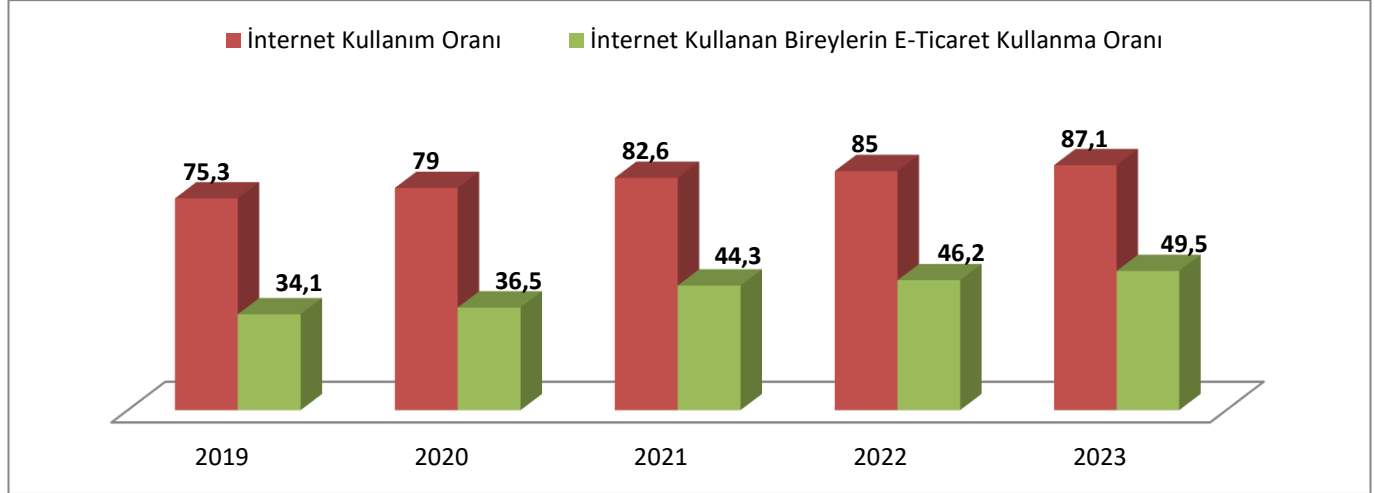
Bu çalışmada pandemi öncesi, pandemi dönemi ve pandemi sonrası Türkiye'de e-ticaret'in geldiği noktayı gözlemleyebilmek için TÜİK'in 2019-2023 yılları arasındaki "Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması" verilerinden yararlanılmıştır. Bu şekilde e-ticarette lojistik ve tedarik zinciri yönetimi açısından müşteri memnuniyetsizliğine neden olan sorunlar gruplandırılmış ve çıkarımlar yapılmış. Ulaşılan sonuçlar, e-ticarete yönelik lojistik ve tedarik zinciri yönetimi alanının geliştirilmesi gereken hususlar sektör paydaşlarının dikkatine sunulmuştur. Çalışmanın yöntemi Şekil 1'de görülmektedir.



Şekil 1: Çalışmanın Yöntemi

Şekil 2'de Türkiye'de internet kullanım oranı ve internet kullanan bireylerin e-ticaret kullanma oranları yer almaktadır. Söz konusu şekilde, pandemi öncesi dönem olan 2019 yılında internet kullanım oranı %75,3 iken, bu

oran pandemi sürecinin yaşandığı yıllarda; 2020 yılında %79'a, 2021 yılında %82,6'ya ve 2022 yılında %85'e ulaşmıştır. Söz konusu şekilde pandemi sürecinde artış gösteren internet kullanımı, pandemi sonrası dönem olan 2023 yılında da artış göstermiş ve %87,1 seviyesine ulaşmıştır. Bu oranlar dikkate alındığında 2019 yılından normalleşme sürecinin yaşandığı 2022 yılına kadar % 9,7'lik, 2019 yılından günümüze kadar (2023 yılı) %11,8'lik artış olduğu gözlemlenmiştir. Yine Şekil 2'de internet kullanan bireylerin e-ticaretten yararlanma oranı 2019 yılında %34,1 iken, bu oran 2020 yılında % 36,5, 2021 yılında %44,3, 2022 yılında %46,2 ve 2023 yılında %49,5 seviyelerine ulaşmıştır. Bu veriler ışığında pandemi döneminde e-ticarete olan ilginin arttığı ve bu oranın günümüzde %50'lere yaklaştığı görülmektedir.



Şekil 2: Türkiye'de İnternet Kullanımı ve İnternet Kullananların E-Ticaret Kullanma Oranı

Kaynak: TÜİK

Türkiye'de e-ticaret yoluyla satın alınan mal türleri Tablo 2'de görülmektedir. Konunun daha iyi anlaşılabilir olması adına Şekil-3 ve Şekil-4'te, Tablo 2'de yer alan mal türleri hizasında yer alan seri numaraları ifade edilmektedirler.

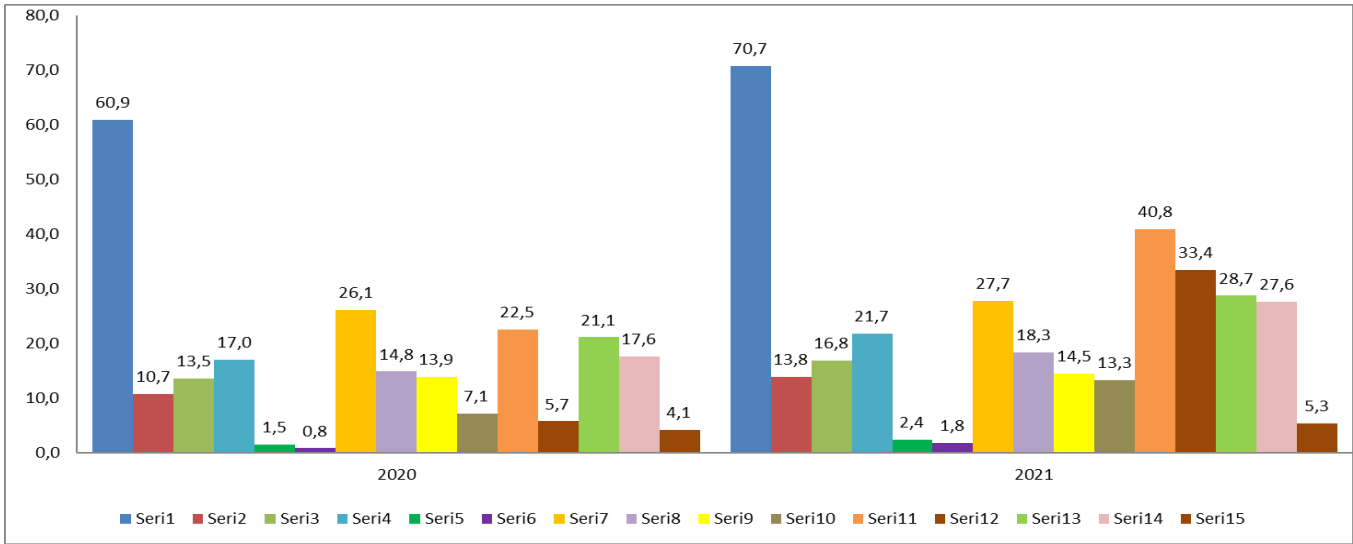
Tablo 2: Türkiye'de E-Ticaret Yoluyla Satın Alınan Mal Türleri

Mal Türleri	Seriler*
Giyim	Seri 1
Spor malzemeleri (spor giyim hariç)	Seri 2
Çocuk oyuncakları veya çocuk bakım ürünleri	Seri 3
Mobilya, ev aksesuarları ve bahçe malzemeleri	Seri 4
CD, plak gibi müzik ürünleri	Seri 5
DVD, Blu-ray vb. film izleme ürünleri	Seri 6
Basılı kitap, dergi, gazete	Seri 7
Bilgisayar, tablet, cep telefonu veya aksesuarları	Seri 8
Elektronik araçlar veya beyaz ev eşyaları	Seri 9
İlaç veya gıda takviyeleri	Seri 10
Lokantalardan, fast food zincirlerinden, catering şirketlerinden yapılan teslimatlar	Seri 11
Gıda ürünleri (öğün kiti sağlayıcılarından alınanlar da dahildir.)	Seri 12
Kozmetik, güzellik ve sağlık ürünleri	Seri 13
Temizlik ürünleri, kişisel bakım malzemeleri	Seri 14
Bisiklet, motosiklet (moped), araba veya diğer araçlar ile bu araçların yedek parçaları	Seri 15

* Mal türleri, hizasında yer alan seri numaraları ile Şekil 3 ve Şekil 4'te temsil edilmiştir.

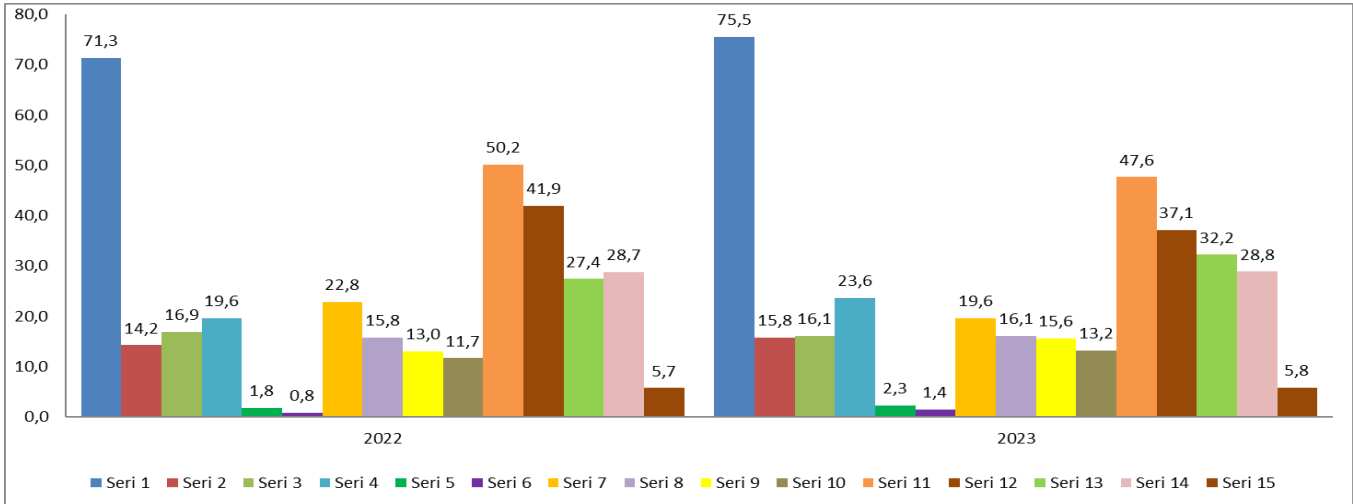
Kaynak: TÜİK

Satın alınan mal türlerinin 2020 ve 2021 oranları Şekil 3'te, 2022 ve 2023 oranları da Şekil 4'te yer almaktadır. Buna göre, Şekil 3 ve Şekil 4'te görüldüğü üzere her dört yılda da e-ticaret yöntemiyle en çok satın alınan ürün türünün giyim (Seri 1) olduğu görülmektedir. Giyim mal türünü, 2020 yılında basılı kitap, dergi, gazete (Seri 7); 2021, 2022 ve 2023 yıllarında lokantalardan, fast food zincirlerinden, catering şirketlerinden yapılan teslimatlar (Seri 11) mal türü takip etmiştir.



Şekil 3: Türkiye’de E-Ticaret Yoluyla Satın Alınan Mal Türlerinin 2020 ve 2021 Oranları
Kaynak: TÜİK

Şekil 3 ve Şekil 4’te, pandeminin başlangıç yılı olan 2020 yılı ile normal yaşama dönülen 2023 yılı arasındaki zaman diliminde satın alınan ürün türlerinin e-ticaret yoluyla, basılı kitap, dergi, gazete (Seri 7) hariç, satın alımlarında artış yaşandığı görülmektedir.



Şekil 4: Türkiye’de E-Ticaret Yoluyla Satın Alınan Mal Türlerinin 2022 ve 2023 Oranları
Kaynak: TÜİK

Türkiye’de e-ticaret işlemlerinde müşterilerin karşılaştıkları sorunlar Tablo 3’te yer almaktadır. Konunun içeriğinin daha iyi anlaşılabilir olması adına Şekil-5’te, Tablo 3’teki müşterilerin karşılaştıkları sorunlar, hizasında yer alan “sorun numaraları” ile anılmakta ve bu şekilde ifade edilmektedir.

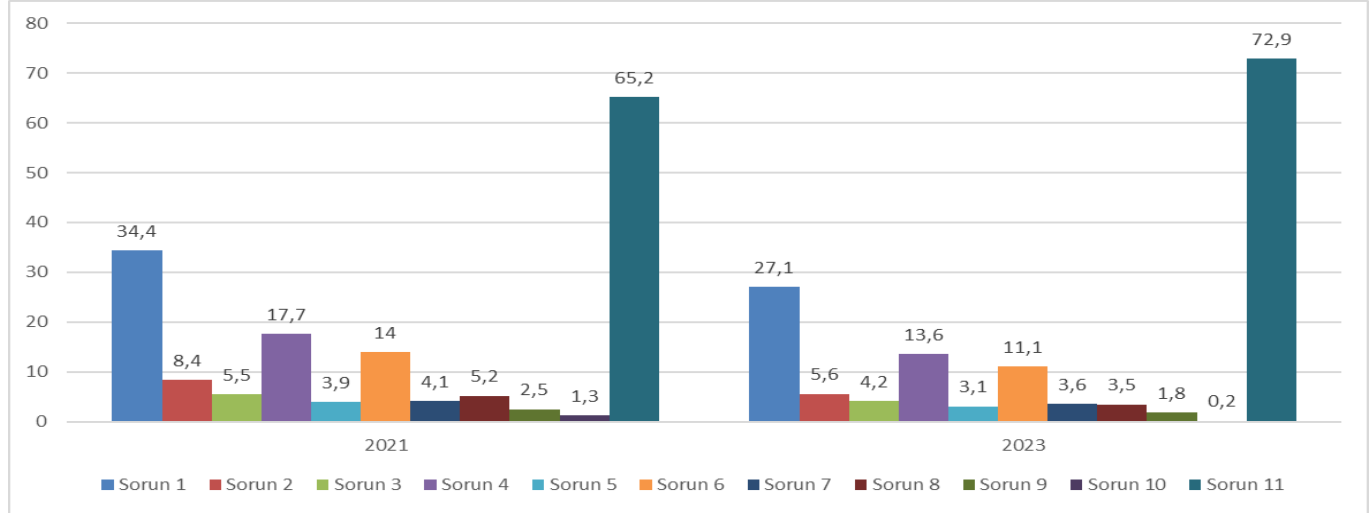
Tablo 3: E-Ticaret İşlemlerinde Müşterilerin Karşılaştıkları Sorunlar

Web sitesi veya mobil uygulama üzerinden yaptığı satın alma işleminde karşılaşılan sorunlar	Sorunlar**
Web sitesi veya mobil uygulama üzerinden yaptığı satın alma işleminde herhangi bir sorunla karşılaşanlar	Sorun 1
Web sitesinin kullanım zorluğu veya yetersiz çalışması (çok karmaşık, kafa karıştırıcı, teknik olarak kötü işlemesi vb.)	Sorun 2
Garanti koşulları veya diğer yasal haklarla ilgili bilgi bulmada zorluklar	Sorun 3
Teslimatın belirtilenden daha yavaş olması	Sorun 4
Belirtilenden daha yüksek nihai maliyetler (Beklenmedik işlem ücretleri veya gereksiz garanti ücretleri)	Sorun 5
Yanlış veya hasarlı mal/hizmet teslimi	Sorun 6
Dolandırıcılıkla ilgili sorunlar (mal/hizmet bulunmaması, kredi kartı bilgilerinin kötüye kullanılması vb.)	Sorun 7
Şikayet ve tazminat zorluğu veya geri dönüşlerin tatmin edici olmaması	Sorun 8
Yurt dışı menşeli web sitelerinden ülkeye mal ve hizmet satılmaması	Sorun 9
Diğer	Sorun 10
Herhangi bir sorunla karşılaşmayanlar	Sorun 11

** Karşılaşılan sorunlar, hizasında yer alan sorun numaraları ile Şekil 5’te temsil edilmiştir.

Kaynak: TÜİK

E-ticaret yöntemiyle mal ya da hizmet alımı yapan müşterilerin karşılaştıkları sorunların oransal değerleri Şekil 5'te yer almaktadır. Şekil 5'e göre, e-ticaret yöntemiyle alışveriş yapanların 2021 yılında %34,4'ü, 2023 yılında 27,1'i birtakım sorunlarla karşılaşırken (Seri 1); 2021 yılında %65,2'si ve %72,9'u herhangi bir sorunla karşılaşmamıştır. Bu göstergeler pandemi döneminde yaşanan sorunların, pandemi sonrası dönemde azaldığını ifade etse de karşılaşılan sorunlar içerisinde Sorun 4 (teslimatın belirtilenden daha yavaş olması), pandemi döneminde ve sonrasında ön plana çıkmaktadır. Sorun 4'ü, pandemi ve sonrası dönemde Sorun 6 (yanlış veya hasarlı mal/hizmet teslimi) takip etmektedir. Bahsi geçen iki sorun, e-ticaret uygulamasının lojistik ve tedarik zinciri yönetimi uygulamalarında öncelikli ele alınması gereken konular arasındadır.



Şekil 5: E-Ticarette Karşılaşılan Sorunların 2021 ve 2023 Yıllarındaki Oransal Değerleri

Kaynak: TÜİK

SONUÇLAR VE DEĞERLENDİRMELER

Türkiye'deki e-ticarette, lojistik ve tedarik zinciri yönetiminde müşteri memnuniyetsizliği oluşturan sorunlar gruplandırılarak çıkarımlar yaparak, bu çıkarımları lojistik ve tedarik zinciri yönetimi alanında faaliyet gösteren sektör paydaşlarının dikkatine sunmayı amaçlayan bu çalışma, dört bölümden oluşmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde, elektronik ticaret, lojistik ve tedarik zinciri yönetimi kavramlarına yönelik bilgilerin yanısıra e-ticaretin pandemi öncesi, pandemi süreci ve pandemi sonrasında kullanımına yönelik bazı istatistiksel bilgilere yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde, e-ticaret'e yönelik 2019-2023 yılları arasında yapılan çalışmaların yer aldığı teorik arka plana yer verilmiş ve bu çalışmanın literatüre katkısı ve özgünlüğü ifade edilmiştir. Çalışmanın üçüncü bölümünde, çalışmanın amacına ulaşabilmesi için, çalışma kapsamında değerlendirilen verilen nasıl ulaşıldığına, çalışmanın yöntemine ve Türkiye İstatistik Kurumundan alınan verilerin değerlendirilmesine ve ulaşılan bulgulara yer verilmiştir. Çalışmanın son bölümünde ise, çalışmanın sonuçlarına ve bu çalışmanın sonucuna göre ilerleyen süreçlerde yapılabilecek çalışmalar hakkında bilgiler verilmiştir.

E-ticareti kullanan müşterilerin, e-ticarette karşılaştıkları sorunlar 2021 yılından 2023 yılına kadar azalmıştır. Bir başka ifadeyle e-ticarette sorun yaşamayan müşteri oranının arttığı görülmüştür (Bkz. Şekil 5). Bu durum pandemi döneminde yaşanan sorunların azaldığını fakat halen müşteri memnuniyetsizliğine yol açan bazı sorunların devam ettiğini ifade etmektedir.

E-Ticarette müşteri memnuniyetsizliğine yol açan sorular, lojistik ve tedarik zinciri yönetimindeki sektör paydaşları için, Tablo 4'teki gibi gruplandırılmış ve çıkarımlar yapılmıştır. Son olarak, e-ticarette müşteri memnuniyetsizliği oluşturan sorunlara yönelik çıkarımların yapıldığı bu çalışma, lojistik ve tedarik zinciri yönetiminde faaliyet gösteren sektör paydaşlarının yaşanan sorunları tespit edebilmesine katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca e-ticarette, müşteri memnuniyetsizliği oluşturan sorunların gruplandırıldığı bu çalışma, gelecekte her bir gruba yönelik yapılabilecek çalışmalara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Tablo 4: E-Ticaret Kullanımında Müşteri Memnuniyetsizliğine Yol Açan Sorunların Gruplandırılması ve Çıkarımlar

No	Sorunlar	Sorunların İçeriği	Gruplar	Çıkarımlar
1	Sorun 4	Teslimatın belirtilenden daha yavaş olması	Son Kilometre Lojistiği	Dağıtım yapılmak üzere dağıtım şubesine ulaşılmış olan malların, müşteriye ulaştırılmasındaki son adımı oluşturan “ <i>son kilometre lojistik</i> ” faaliyetleri gözden geçirilmelidir.
2	Sorun 6	Yanlış veya hasarlı mal/hizmet teslimi	Taşıma, Paketleme ve Ambalajlama	Müşteri siparişlerinde doğru ürünün müşteriye ulaştırılmasında sipariş toplama ve hazırlama süreçlerini ve ürünlerin hasarsız bir şekilde ulaştırılabilmesi için taşıma faaliyetlerinde malların zarara uğramayacak şekilde ambalajlanması ve paketlenmesi süreçlerine azami derecede önem göstermesi gerekmektedir.
3	Sorun 2	Web sitesinin kullanım zorluğu veya yetersiz çalışması (çok karmaşık, kafa karıştırıcı, teknik olarak kötü işlemesi vb.)	Yetersizlik	Tedarik Zincirinde, müşterilere e-ticaret yoluyla ürün ve hizmet tedariki sağlayan işletmelerin; web sitelerini daha yalın hale getirmesi, müşterilerin yasal haklarına yönelik şeffaf bir şekilde bilgiler sunması, yurt dışında tedarik edilmeye çalışan ürün ve mal gruplarına erişimi kolaylaştırması gerekmektedir.
	Sorun 3	Garanti koşulları veya diğer yasal haklarla ilgili bilgi bulmada zorluklar		
	Sorun 9	Yurt dışı menşeli web sitelerinden ülkeye mal ve hizmet satılmaması		
4	Sorun 5	Belirtilenden daha yüksek nihai maliyetler (Beklenmedik işlem ücretleri veya gerekçesiz garanti ücretleri)	Güven Ortamı	Ürün tedarikinde oluşabilecek ekstra ödemeler hakkında müşterilerin bilgilendirilmesi, müşterilerin yapacakları ödemelere ilişkin daha güvenli ortamların oluşturulması ve stok takiplerini daha sağlıklı bir şekilde yapılmalıdır. Ayrıca stokta olmayan mal satışlarının yapılmaması ve stokta mal kalmadığı için müşteri taleplerinin karşılanamaması nedeniyle “ <i>sıfır stok</i> ” (<i>Just in Time -JIT</i>) politikasını tekrar gözde geçirilerek stoksuz kalmamak adına “ <i>her ihtimale karşı</i> ” (<i>just in case -JIC</i>) politikasının uygulanabilir noktalarını değerlendirmeleri gerekmektedir.
	Sorun 7	Dolandırıcılıkla ilgili sorunlar (mal/hizmet bulunmaması, kredi kartı bilgilerinin kötüye kullanılması vb.)		
	Sorun 8	Şikayet ve tazminat zorluğu veya geri dönüşlerin tatmin edici olmaması		

KAYNAKÇA

- Akben, İ., & Çelebi, F. A. (2022). Covid-19 Pandemi Döneminde E-Ticaret ve E-Lojistik: Giyim Sektörü İnternet Sayfaları Üzerine Bir Araştırma. *Türk Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 7(1), 32-54.
- Aksoy, N. (2020). Türk E-Ticaret ve Lojistik Sektöründe Pandemi Sürecinin Etkileri Üzerine Hukuki Bir Değerlendirme. *Yaşar Hukuk Dergisi*, 2(2 Özel Sayı), 1-8.
- Acılar, A. (2016). E-Ticarete Türkiye Ne Durumda?. *PressAcademia Procedia* (s. 281-288). İstanbul: Global Business Research Congress (GBRC).
- Alkaş, O., Gür, Ş., & Eren, T. (2020). Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerde E-Tedarik Zincirinin Benimsenmesinde Etkili Olan Faktörlerin Değerlendirilmesi. *Düzce Üniversitesi Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 8(1), 511-521.
- Avşar, İ. İ., & Pelit, İ. (2023). E-Ticaret ve E-Lojistik: Sosyal Medya Durum Analizi. A. Kara, & R. Bazancir (Ed.) Sosyal, İnsan ve İdari Bilimlerde Öncü ve Çağdaş Çalışmalar içinde (ss. 1411-1430). İzmir.
- BKM. (2023). Bankalararası Kart Merkezi 28 Aalık 2023 tarihinde: <https://bkm.com.tr/internetten-yapilan-kartli-odeme-islemleri/> adresinden erişildi.
- Çalık Göçümlü, B., & Usul, A. S. (2022). *Anadolu Ajansı*. 12 28, 2023 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/koronavirus/turkiyenin-kovid-19-salginiyla-mucadelesinin-2-yili/2529977> adresinden alındı
- Çebi, S., & Yıldırım, B. (2020). Kapasite Kısıtlı Araç Rotalama Problemi İçin Sezgisel Yöntemler:E-Ticaret Tedarikçilerine Yönelik Bir Uygulama. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*(Özel Sayı), 185-206.
- Çelik, R. (2020). Lojistik Sektöründe Kullanılan Yeni Bilişim Sistemleri: Lojistik 4.0 Örneği. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 06(04), 85-90.
- Deste, M., & Gül Savaşkan, A. (2021). E-Ticaret İşletmelerinin Kargo Firması Seçimi Üzerine Vikor Yöntemiyle Bir Uygulama. *Uluslararası Anadolu Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(1), 4-21.
- Gedik, Y. (2021). E-Ticaret: Teorik Bir Çerçeve. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(1), 184-198.

- Güngör, B. (2020). Türkiye’de Covid-19 Pandemisi Süresince Alınan Önlemlerin Kriz Yönetimi Perspektifinden Değerlendirilmesi. *USBAD Uluslararası Sosyal Bilimler Akademi Dergisi*, 2(4), 818-851.
- Güven, H. (2020). Covid-19 Sürecinde E-Ticaret Sitelerine Yöneltilen Müşteri Şikâyetlerinin İncelenmesi. *Turkish Studies*, 15(4), 511-530.
- İlhan, K. (2021). İnternet Üzerinden Alışverişlerde Elektronik Hizmet Kalitesi ve Lojistik Hizmet Kalitesinin Müşteri Memnuniyeti ve Sadakatine Etkisi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 14(80), 15-29.
- İndap, Ş. (2019). E-Ticaret Lojistiğinde Kargo Şirketlerinin Konumu ve Rekabet Güçlerini Geliştirecek Yenilikçi Çözüm Önerileri. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 8(2), 39-67.
- Irmak, E. (2023). Uluslararası Ticarete Dijitalleşme: E-Ticaret Kapsamında E-İhracat. *The Journal of Social Science*, 7(14), 180-200.
- Karadoğan, D. S., & Karadayı Usta, S. (2021). Küresel Salgın Döneminde Değişen Sürdürülebilir Tedarik Zinciri Yönetimi Uygulamaları. *Journal of Design Architecture and Engineering*, 1(2), 88-95.
- Kazancı, U., & Bayarçelik, E. B. (2022). E-Ticaret Lojistiğinin Müşteri Memnuniyeti ve Yeniden Satın Alma Niyeti Üzerindeki Etkileri: Covid-19 Küresel Salgın Dönemi. *Journal of Yasar University*, 17(67), 800-820.
- Oğuz, A. (2023). E-Ticaret Yönteminde Kullanılan Dağıtım Araçlarının Bütünleşik CRITIC ve EDAS Yöntemi İle Seçilmesi. *Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(3), 1-18.
- Parlak, T. (2020). *Anadolu Ajansı*. 28 Aralık 2023 tarihinde <https://www.aa.com.tr/tr/turkiye/kovid-19-tedbirleri-kapsaminda-kapatilan-avmler-11-mayistaki-acilisa-hazirlaniyor-/1831150> adresinden alındı
- Sağlık Bakanlığı. (2021). 28 Aralık 2023 tarihinde <https://www.saglik.gov.tr/TR,80604/bakan-koca-turkiyenin-kovid-19la-1-yillik-mucadele-surecini-degerlendirdi.html#:~:text=Fahrettin%20Koca%2C%20Sa%20C4%9F%20B1k%20Bakanl%C4%B1%20C4%9F%20C4%B1%20Yerle%20C5%9Fkesi,y%C4%B1l%C4%B1k%20s%C3%BCre%C4%9Fde> adresinden erişildi.
- Terzibaş, A. (2023). E-girişimciliğin Dünya ve Türkiye E-ticaret Verileri Işığında Değerlendirilmesi: Covid-19 ve Öncesi Dönemin Analizi. *Journal of Current Marketing Approaches and Research*, 4(1), 39-57.
- Toygar, A., & Nart, S. (2019). E-Lojistik Uygulamaları ile Müşteri Memnuniyeti İlişkisinde Lojistik Hizmet Kalitesinin Aracı Etkisinin Araştırılması. 8. *Ulusal Lojistik ve Tedarik Zinciri Kongresi*, (s. 466-490). Niğde.
- TÜİK. Türkiye İstatistik Kurumu: <https://data.tuik.gov.tr/Kategori/GetKategori?p=bilgi-teknolojileri-ve-bilgi-toplumu-102&dil=1> adresinden alınmıştır
- Türkoğlu, M., & Duran, G. (2023). Lojistik Sektöründe E- Lojistik Kullanımının Önemi: Antalya Serbest Bölge Firmaları Üzerinde Bir İnceleme. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 58(2), 1014-1041.
- Yıldız, B. (2020). E-Ticaret Hizmet Kalitesinin Güven, Memnuniyet ve Sadakat Üzerindeki Etkisi. *Giresun Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(1), 37-59.
- Yılmaz, Ö., & Bayram, O. (2020). COVID-19 pandemi döneminde Türkiye’de e-ticaret ve e-ihracat. *Kayseri Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 2(2), 37-54.