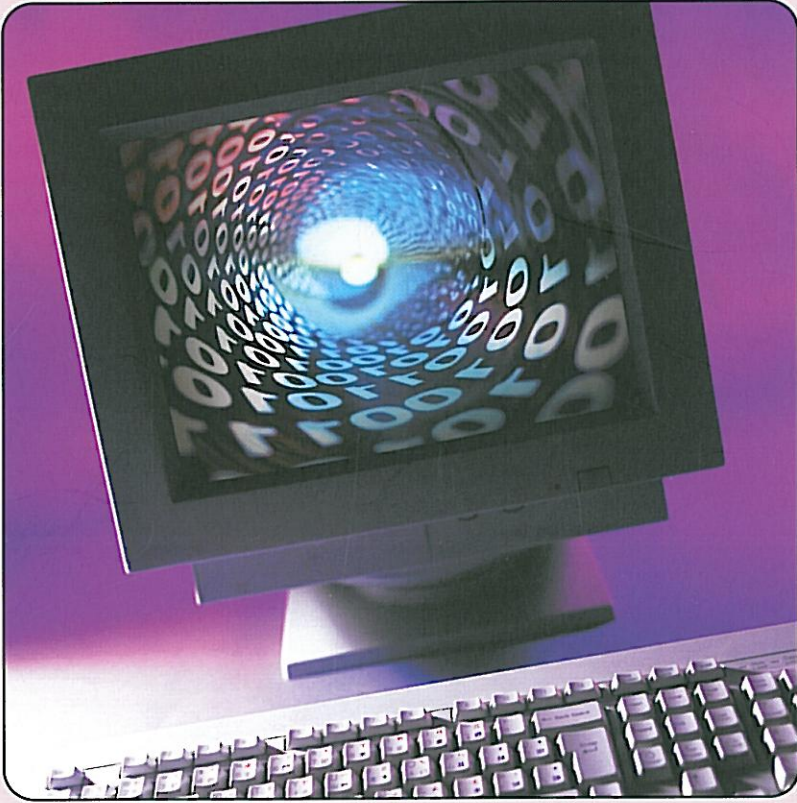
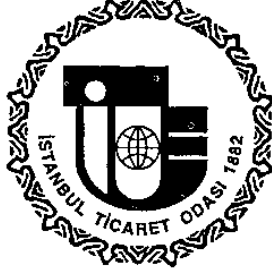


# e-İHALE



KOBİ'LERE YÖNELİK YAYINLAR

YAYIN NO: 2009-36



**İSTANBUL  
TİCARET  
ODASI**

## **e-İHALE**

**PANEL  
22.06.2009**

**YAYIN NO: 2009-36  
İstanbul, 2009**

Copyright © İTO

Tüm haklar saklıdır. Bu yayının hiç bir bölümü, yazarın ve İTO'nun önceden yazılı izni olmaksızın mekanik olarak, fotokopi yoluyla veya başka herhangi bir şekilde çoğaltılamaz. Eserin bazı bölümleri veya paragrafları, sadece araştırma veya özel çalışmalar amacıyla, yazarın adı ve İTO belirtilmek suretiyle kullanılabilir.

ISBN 978-9944-60-507-6 (Basılı)  
ISBN 978-9944-60-511-3 (Elektronik)

İTO ÇAĞRI MERKEZİ  
Tel : (212) 444 0 486

İTO yayınları için ayrıntılı bilgi  
Bilgi ve Doküman Yönetimi Şubesi  
Dokümantasyon Servisi'nden alınabilir.

Tel : (212) 455 63 29  
Faks : (212) 512 06 41  
E-posta : ito.yayin@ito.org.tr  
İnternet : www.ito.org.tr

Odamız yayınlarına tam metin ve ücretsiz olarak  
internette ulaşabilirsiniz.

YAYINA HAZIRLIK, BASKI, CİLT  
VİMEK AJANS  
Reklamcılık Matbaacılık  
Tel: (212) 577 49 12 Fax: (212) 577 49 44  
www.vimekajans.com

## ÖNSÖZ

Bilişim Teknolojilerinin ister kamu ister özel sektör olsun sağlamış olduğu en önemli fayda şeffaflık olgusudur. Bilginin daha hızlı, daha kolay ve daha güvenilir taşınması sebebi ile günümüzde birçok işlem internet üzerinden yapılmaya başlamıştır. Bu işlemlerin en önemlilerinden birisi de Elektronik Satın alma ve bu kavrama bağlı olarak yapılan Elektronik İhale işlemidir. Şirketlerin, satın alma operasyonlarını daha verimli daha etkin ve maliyetleri düşürücü bir biçimde yürütmelerini sağlayan Elektronik İhale kavramı son yıllarda tüm dünyada yaygın olan ve işlevselliğini günbegün arttıran bir olgudur.

Düzenli planlanmış elektronik ihale uygulamaları özellikle küçük ve orta ölçekli firmaların ulusal ve uluslararası düzeyde elektronik satın alma süreçlerine daha fazla katılımını ve bu sayede etkin rekabetin oluşmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda Elektronik İhale Sistemleri, tedarik ve satın alma maliyetlerinde iyileşme, ihalelere katılımın kolaylaşması, yaklaşık maliyetlerle ilgili daha iyi bilgi sağlayabilme, alıcı ve satıcı için işlem maliyetlerinde azalma ve şeffaflık konularında çok büyük faydalar sağlamaktadır.

“e-İhale” başlığı altında düzenlenen bu panelde Elektronik İhale Sistemleri; Donanım, Yazılım, Uygulama, Otomasyon ve Vergilendirme başlıkları altında ele alınmıştır.

Bu çalışmanın ilgililere faydalı olmasını diler, gerçekleşmesinde katkısı olan Yıldız Teknik Üniversitesi Öğretim Üyesi Prof. Dr. İbrahim Kırcova'ya, konuşmacılara ve paneli düzenleyen Bilişim Teknolojileri ve e-Ticaret Şubesi'ne teşekkür ederim.

Dr. Cengiz Ersun  
Genel Sekreter



## İÇİNDEKİLER

Açış Konuşması	-
<b>Dr. Ahmet Naci Helvacı</b> .....	7
(İstanbul Ticaret Odası Genel Sekreter Yardımcısı)	
<b>KONUŞMACILAR</b>	
Oturum Başkanı	
<b>Prof. Dr. İbrahim Kırcova</b> .....	9
(Yıldız Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Pazarlama Bilim Dalı Öğretim Üyesi)	
<b>Levent Şahin</b> .....	12
(Pratis.net/Bimsa)	
<b>Murat Talu</b> .....	19
(İntengo Bilişim)	
<b>Gürsan Ergüleç</b> .....	28
(Promena)	
<b>Timuçin Reşat Acar</b> .....	36
(Pinkare Bilişim)	
<b>Akın Akbulut</b> .....	45
(Maliye Bakanlığı - Baş Hesap Uzmanı)	
<b>Soru - Cevap</b> .....	52



---

## AÇIŞ KONUŞMASI

**Dr. AHMET NACİ HELVACI**

**İstanbul Ticaret Odası Genel Sekreter Yardımcısı**

---

Sayın Başkan, değerli panelistler, saygıdeğer misafirler, Odamızın düzenlemiş olduğu e-İhale paneline hoş geldiniz diyorum.

Elbette böyle uzmanların bulunduğu ve sektör temsilcilerinin yer aldığı bir toplantıda çok uzun bir konuşma yapmayacağım. Bilişim sektörünün ifade etmiş olduğu anlamı hepimiz vakıfsınız. Bilişim sektörü iki boyutuyla günümüzde değer kazanmıştır. Birincisi kendi sektör itibarıyla taşıdığı değerdir. Diğer tarafta İrlanda örneğinde olduğu gibi bazı ekonomik kalkınma başarı modellerine de örneklik eden, motor sektör hüviyetini arz eden, Hindistan’da ve İsrail’de de ciddi anlamda ağırlıklarını gördüğümüz ve diğer bütün sektörlerle etki eden bir boyutudur.

Bugün artık köy haline geldiği iddia edilen dünyamızda, ticaretin küreselleşmesi ve bilişim teknolojilerinin hızla gelişiminin sonucunda ortaya çıkan Elektronik Ticaret uygulamalarının şirketlere en büyük katkıları daha şeffaf, daha hızlı ve daha az maliyetli işlemler gerçekleştirilme imkânını sağlamasıdır.

Elektronik Ticaret uygulamalarının baş döndürücü bir hızda geliştiği bu uygulamalara ilişkin yepyeni akımların ve uygulamaların her an cereyan edebileceği bir ortamda, böyle bir panelin bilhassa İstanbul özelinde, İstanbul Ticaret Odası’na yakıştığı hepimizce malumdur.

Özellikle bizim kendi şubemiz olarak Bilişim Teknolojileri ve e-Ticaret şubemiz, yeni istihdam edilen, yeni kurulan ve gelişmeye haiz bir şubemiz. Bu da Odamızın günümüzde küresel krizin konuşulduğu, hissedildiği, yaşandığı bir ortamda, bunun aşılması noktasında da önemli açılımlar sunabilecek bir sektöre verdiği değeri göstermesi açısından çok önemli bir nokta olarak göze çarpmaktadır.

Dolayısıyla başta bu panelin düzenlenmesine izin veren Yönetim Kurulumuza, çalışmaları deruhte eden Genel Sekreterliğimiz ve ilgili şubemize teşekkür eder, bunun yanında böyle bir günde bizim davetimizi kırmadan kabul eden panelistlere gönülden şükranlarımı arzeder ve bu panelin hayırlı olmasını dilerim. Tekrardan hoş geldiniz efendim.





---

## OTURUM BAŞKANI

**Prof. Dr. İBRAHİM KIRCOVA**

**Yıldız Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü Pazarlama Bilim Dalı Öğretim Üyesi**

---

Teşekkürler Sayın Genel Sekreter Yardımcısı, sizin de kısaca özetlediğiniz gibi, gerçekten çok önemli bir sektörün çok önemli bir konusunu bugün görüşeceğiz. İstanbul Ticaret Odası gibi dünyanın sayılı odalarından bir tanesinin salonlarında bu paneli düzenliyor olmanın gururunu benim gibi hepimizin taşıdığına inanıyorum. Buradaki arkadaşlarımızın bu panelden yararlanarak, faydalı bilgiler elde ederek, bunları hem sektörel şirketlere hem de sektör dışında yer alan şirketlere aktarabileceklerini ve ileride gerçekleştirecekleri uygulamalarla örnek olabileceklerini düşünüyorum.

e-İhale konusunu ele alacağımız bugünkü panelimizde birbirinden değerli konuklarımız var. Hepsine sırasıyla söz vereceğiz. Ama önce ben çok kısaca elektronik ihale konusunda bazı bilgiler vermek istiyorum. Şimdi belki ihale deyince Türkiye’de hep kamu akla geliyor. Kamunun yaptığı ihaleler akla geliyor.

Bizde ihale kavramı çok sevimsiz bir kelimedir. İhalelerle yolsuzluklar genellikle aynı anda dillendirilir. Oysa birçok kamu ve özel sektör şirketinin işinin önemli bir kısmıdır ihale kavramı. Çünkü gerek hizmet üreten, gerek ürün üreten firmaların üretim faktörlerini mutlaka bir yerlerden tedarik etmeleri, satın almaları gerekmektedir. Takdir edersiniz ki satın alma da çok yorucu, çok detaylı prosedürlerle gerçekleştirilen zor bir işlemdir. Özellikle günümüz iş dünyasında satın alma kavramı çok daha fazla önem kazanmış, çok daha fazla dikkat edilmesi gereken bir alan olmuştur.

Bugün küresel bir ekonomiden bahsediliyor. Küresel ekonomiyi en yalın biçimde şöyle anlatabiliriz. Herkes bizim pazarımıza çok rahatlıkla girebiliyor. Yani hep tersinden söylenir, her şirket için dünya pazarları açıldı, işte dünya pazarlarına gitme imkânı var ama, öbür taraftan bizim pazarımıza da başka ülkelerin, başka firmaların gelme ihtimali var. O halde rekabetsel anlamda daha güçlü, daha sağlam olmak durumunda bütün Türk firmaları. Rekabet deyince de aklımıza hemen fiyat rekabeti geliyor.

Özellikle kriz ortamında, fiyat rekabetinin altını bir kez daha çizmek gerekiyor. Bütün pazarlama ile ilgili bildiklerimizi unuttuk, pazarlamayı bir

tarafa bıraktık. Pazarlamanın bütün diğer argümanlarını bir tarafa fırlatıp attık, herkes varsa yoksa fiyatla ilgili. Daha çok fiyat kıranın daha çok sattığı bir dünyada yaşıyoruz.

Fiyat rekabeti yapabilmek için de maliyetleri mutlaka aşağıya çekmek zorunluluğu var. Maliyetleri aşağıya çekmenin de en önemli yöntemlerinden bir tanesi, satın almayı, akıllı, sağlıklı, hızlı ve basit yöntemlerle gerçekleştirmek. Bu aşamada ciddi maliyet tasarrufları elde etmek gerekiyor.

İşte bu noktada daha hızlı, daha basit, daha yalın yöntemlerle, daha düşük maliyetlerle ve de bütün dünya fiyatlarını ve sektördeki bütün teklifleri dikkate alarak, olabilecek en ekonomik fiyatta ürün, hizmet ya da satın alınması gereken her ne ise onu şirkete kazandırmak anlamında ihale süreçlerini elektronik ortama, ağ sistemlerine taşımak ayrı bir anlam ve önem kazanıyor.

Bunu özel sektör çok daha ciddi bir şekilde gündeme almalı. Hızlı bir şekilde gündemine almalı ve yorucu, sıkıcı, bürokrasi gerektiren yazışmalar gerektiren bu süreçleri, ağ ortamına taşınmalı. Biraz sonra arkadaşlarım, değerli konuşmacılar örnekler verecekler. Maliyet tasarrufları tarafına bakacaklar. İşin nasıl hızlı yapıldığına, nasıl basit ve hatasız yapıldığına dikkat çekecekler. O örnekleri onlara bırakacağım. Ama kamu da Türkiye’de bu konuda ciddi adımlar attı.

Devlet Malzeme Ofisi’nin, değişik kamu kurumlarının, ihale çalışmalarını elektronik ortama taşımak üzere hareketlendiklerini görmekteyiz. Ancak kamuyu bir tarafa bırakırsak, özel sektörün bu konuyu ciddi bir şekilde gündemine alması, adeta bir zorunluluk haline geldi.

İşin bir de yazılım tarafı var, donanım tarafı var. Süreçlerin tanımlanması, yeniden belirlenmesi tarafı var. Bu noktada dışarıdan destek almak gerekiyor, yani e-ihale süreçlerini şirket kendi başına kolaylıkla yapamaz. Yapmak istese bile bu ayrı bir uzmanlık alanıdır. Buna bir yatırım yapılması gerekiyor. Bir miktar yatırım yapılması gerekiyor. Yani bunun bir proje olarak dikkate alınırsa, bir zaman boyutu var, bir de maliyet boyutu var.

İşte burada arkadaşlarım biraz sonra yapacakları sunumlar yardımıyla elektronik ihale konusunu tüm boyutlarıyla bizlere anlatmaya çalışacaklar. Biz de sorularımızla sizlerden gelecek sorularla konuyu açarak buradan olabildiğince fazla bilgiyi almak yoluna gidelim derim ben size. Bu nedenle notlar alalım lütfen.

Konuşmacıların konuşmaları tamamen bittikten sonra panelimizin soru cevap faslında arkadaşlarımıza sorular sorarak, e-ihale sũreçlerini tanıma ve Ȕğrenme adına çok fazla bilgi edineceğimize inanıyorum. Eminim aranızda birçok arkadaşımız, kendi şirketinde bu sũreçleri uyguluyordur. Bu durumda olan arkadaşlarımız da kendi sũreçlerini ve uygulamalarını geliştirmek yolunda birçok bilgi edinebilir. Ya da hiç başlamamışsak, bugũnden tezi yok bu konuda bir araştırma, bir soruşturma, bir bilgi toplama sũrecini başlatabiliriz.

Ben şimdi çok fazla uzatmadan, Pratis'ten Levent Bey'e vermek istiyorum sȔzũ. Ȕnce biraz şirketinden bahsetsin, ne iş yaptığından bahsetsin, sonra da bize e-ihale konusuyla ilgili olarak kendi perspektifinden nasıl başlanır. Daha Ȕnce bu kavramla hiç tanışmayan firmalar açısından e-ihale sũreçlerine nasıl geçilir, ne gibi faydaları vardır konularında bizi aydınlatsın. Kendisinden istirhamım kısaca Ȕzetlemesi, ũnkũ soru cevap kısmına çok daha fazla zaman ayırmak istiyorum. 20 dakika gibi bir sũre kullanmanızı rica edeceğim. Buyurun Levent Bey sȔz sizde.

---

## LEVENT ŞAHİN

### Pratis.net/Bimsa

---

Teşekkür ederim Sayın Başkan. İlk başta tabii böyle bir organizasyon düzenlediğiniz için teşekkür ediyorum. Yani biz sektör olarak ilk defa bir aradayız herhalde. İsim olarak piyasada duyuyoruz birbirimizi ama işin bilinirliği açısından da bir defa daha teşekkür ediyorum.

İsmim Levent Şahin. 2000 yılından beri elektronik ticaretin içindeyim. 2001 yılından beridir de elektronik satın alma ile alakalı olarak çalışıyorum. Bimsa şirketinin altında, elektronik satın alma ve satın alma çözümleri biriminde yönetici olarak çalışmaktayım.

İlk başta Pratis Net nedir, ondan bahsedeyim. Çok kısa geçeceğim. Pratis.net, firmaların, daha doğrusu alıcı firmaların satın alma süreçlerini destekleyici, satın almanın talebinin olduğu andan sipariş aşamasına kadar olan süreçleri, elektronik ortamda çözme için, fonksiyonlitenyi destekleyen sistemleri yürüten bir firma. Bu firma aynı zamanda normal ticari hayatta gerçekleşen ticaret tiplerini, satın alma süreçlerine entegre ederek tamamı ile web tabanlı olarak çözme yolunda ilerleyen bir firmadır.

Bizim platformumuzdaki müşteri yapımız, alıcı ve tedarikçi firmalardan oluşmakta. Ama asıl odak noktamız, müşteri dediğimiz kısım, yani alıcı dediğimiz taraftır. Alıcılar Pratis.net platformunda, Pratis.net'in altındaki fonksiyonlitenleri elektronik pazarlıkları, katalogları, elektronik bilgi yönetimi ya da tedarik yönetimi fonksiyonlitenlerini kullanarak, normal ticari fonksiyonlarını yürütebilirler platform içerisinde.

Aynı zamanda alıcıların, eğer halihazırda bir kaynak planlama programları varsa, bu kaynak plan programları, ERP dediğimiz toollarla, entegre edilerek, satın alma taleplerinin elektronik ihale, ya da elektronik satın alma sistemine dahil edilmesi, tedarikçilerin teklif ya da siparişlerinin ertesinde satın alma siparişlerinin yine ERP sistemlerine dönük bir biçimde otomatik olarak sistemlerine yazmasına yarayan sistem bütünü aslında.

Elektronik pazarlıklar dediğimiz zaman aslında elektronik satın alma sistemlerinde farklı pazarlık tiplerini kullanabiliyoruz. Satın alma süreçlerinde, teklif toplamadan tutun da, elektronik ihale, açık, örtülü, kapalı zarf ya da farklı tipteki pazarlık tiplerini uygulama şansımız var.

Kataloglar modelinde ise, uzun vadeli, anlaşmaların sistemlere dahil edilmesi ve bu katalog mantığında aslında btoc sitesinin listesi gibi, kurumlara özel katalogların yüklenmesi ve satın alma süreçlerinin desteklenmesi amaçlanmaktadır. Elektronik bilgi tarafında ise, işin daha çok raporlama ve satın alma süreçlerini destekleyecek bilgileri kullanıcılara iletilmesi amaçlanmaktadır.

İlk e-ihale paneli lafını duyunca, aslında biraz daha işin başından başlamak istedim, elektronik ticaret aslında çok basit manada bir bilgi paylaşımı. Biz ticarete konu olan ya da parasal olarak gerçekleşecek işi destekleyici bilgi transferini gerçekleştiriyoruz. Bu bilgi nedir? Satın alma süreçlerinde, tedarikçi seçiminden tutun da, siparişlerin takibi, mal ve üretim hizmetinin teslimi, fatura teslimi ya da irsaliye gibi satın almaya konu olacak tüm süreçlerin bilgi paylaşımını biz genel manada aslında alıcı ve satıcı ilişkisi ve ilişki tahsisi diye tabir ediyoruz.

Elektronik satın almanın genel faydalarından bahsedecek olursak, genel faydası aslında alıcı tarafındaki faydalarıdır. Bu faydaları özetleyecek olursak birincisi, çok sayıda seçilmiş tedarikçiye tek noktadan erişme imkânı sağlamaktadır. Bu nedir? Aslında bu tip platformlarda kendi başına sistem canlı bir sistem olduğu için, tedarikçi havuzu ister istemez oluşmaktadır. Bu referanslı tedarikçi havuzu, giren her müşteriye açıldığı için müşteri açısından da tek noktadan referanslı çok sayıda tedarikçiye ulaşma imkânı sağlamaktadır.

İkinci konu daha uygun fiyatlar için bir ortam hazırlanmasıdır. Normal hayattan örnek vermek gerekirse, bir lojistik nakliye işini ele alalım. Bir ürün ve hizmeti ülke içerisinde pazarlarken, bir çıkış noktasından farklı noktalara ürününüzü götürmeniz ve bu iş için bir hizmet almanız gerekir.

Bu hizmetin satın almasını düşünecek olursanız, tedarikçilerin seçimi, her destinasyon için de fiyat alınması, ürünlerin teslim sürelerinin belirlenmesi gibi tedarikçi tarafından bir çok bilgiyi edinmeniz gerekebilir. Ama bu tip ortamlarda, ya da platformlarda normalde gerçek hayatta 3-5 kişi ile yürütebileceğiniz bir ticari işi yüzlerce tedarikçiye aynı anda ulaşılarak, aynı şekilde değerlendirebilirsiniz. Bunun hem teklif toplama, hem de pazarlık kısmı ciddi manada daha kısa sürelerde sonuçlanır.

Üçüncü madde, kritik olmayan satın alma süreçlerinin verimliliğinin artması ve zamanının kısalmasıdır. Diğer önemli nokta, bir üretim şirketini ele alırsanız, satın almasını doğrudan ya da dolaylı satın alma olarak ayırırsanız,

dolaylı yoldan ürün ve hizmet alımı aslında yaklaşık olarak normal ticari satın alma hacminin % 30'unu kapsamaktadır.

Fakat iş yüküne baktığımızda, % 100'ün üzerinden, % 70 gibi bir oran olabilir. Buradan kastım dolaylı ürün ve hizmetlerde, kırtasiye, IT sarf, gıda, temizlik gibi ya da hırdavat gibi ürün ve hizmetlerin daha çok sipariş ya da katalog mantığına çevrilerek, tamamıyla süreçlerden tasarruf edilmesinin mümkün olacağıdır. Bu sayede kritik süreçlere odaklanmak, yani ana satın alma hacmi olan hammadde alımlarına, ya da daha büyük hacimli alımlara yönelinerek elde edilecek tasarruf daha büyük olması sağlanmaktadır.

Diğer önemli nokta, hızlı değerlendirme ve sonuçlandırma. Bu noktada elektronik satın alma platformlarının sunduğu en büyük hizmetlerden biri de elma ile elmanın karşılaştırılması, yani işin sonucunda standart bir matrisin ya da müşterinin isteğine göre raporlamanın sunulması olarak değerlendirilmesidir.

Beraberinde tabii ki bir arşivleme mantığı da vardır bu tip sistemlerin. Geriye dönük olarak bilgi ihtiyacı olması durumunda; örnek vermek gerekirse, 3 sene evvel açılmış bir X satın alma sürecinde, hangi tedarikçinin verdiği teklif nedir, ya da tedarikçinin verdiği teklifteki ekli şartname nedir gibi bilgilere ulaşmanız mümkündür. Normalde arşivleme farklı merkezlerde yapıldığı için zorluğu da o ihtimalde yüksektir.

Son madde ise şeffaflık. Aslında satın almacılara biz bunu söylediğimiz zaman biraz tedirgin oluyorlar. Biz şeffaf değil miyiz gibi serzenişlerde bulunuyorlar. Fakat elektronik satın alma platformları yapılan işin denetiminin kolaylaşmasının ve yapılan işlemin şeffaf ve adil bir şekilde yürüdüğünün üst yönetimler tarafından rahatça izlenebilmesi yönüyle de satın almacılar için çok önemli bir avantajdır.

Peki bu işin tedarikçi boyutuna, yani teklif veren tarafına bir faydası yok mudur? Elbette ki vardır. Geniş bir kurumsal firma portföyüne direkt olarak ulaşabilirler. Bu nasıl bir fayda sağlar? Firma, tek bir büyük firma ile çalışırken, aynı zamanda aynı sektör içerisindeki diğer firmalara tek bir kanaldan ulaşma ve kendi firmasını tanıtmaya şansına sahip olabilir. Tabii ki bu beraberinde yeni bir satış kanalı getirmektedir.

Elektronik satın alma uygulamasının birçok firmada gerçekleştirilmesi sonucunda tedarikçiler açısından gerçekten ciddi anlamda büyük bir pazar oluşacaktır. Aynı zamanda tedarikçiler açısından da, satış, pazarlama ve idari

masraflarda ciddi bir azalmaya sebebiyet verecektir. Tedarikçi tarafı için de aynı şekilde hızlı değerlendirme ve sonuçlandırma vardır. Tedarikçi firmalar katıldıkları satın alma süreçlerinde boş kuyuya bir taş atmaktansa, sonuç bilgisini kaybetse dahi alıcı firmalarla kurmuş olduğu iletişimler gelecekte alıcı ve tedarikçi arasında gerçekleşebilecek olası bir ticaret için uygun zemin hazırlamaktadır.

Şimdi elektronik pazarlıklar diyoruz, ya da satın alma diyoruz. Bunun kapsamında neler var? Aslında bu fonksiyonlar artırılabilir ama, kabaca örneklemek gerekirse, ilk olarak teklif toplama fonksiyonunu ele alalım. Bu satın alma süreçlerinde ilk etapta herhangi bir X ürün yada hizmet için, cari fiyatın piyasada belirlenmesi, aynı zamanda o ürünle alakalı istemlerin, örnek vermek gerekirse, garanti süresi, teslim süresi yada ürün özellikleriyle alakalı bilginin toplanmasına yönelik fonksiyondur.

Daha sonra kullanılacak diğer fonksiyonlar, elektronik ihale modülü altında açık, örtülü, kapalı zarf ya da farklı tipteki pazarlıklar şeklinde uygulanabilir. Ayrıca bir grup şirketi ya da bir holding düşünün, bu holding altındaki firmaların ortak giderleri için kullandıkları ürün ve hizmetler için taleplerin birleştirilmesi ve ölçek ekonomisini kullanarak bir pazarlığa çıkarılması sürecini yine elektronik pazarlıklar altında talep birleştirme olarak adlandırabiliriz.

İlk etapta spot olarak yapılacak satın alma süreçlerinde uzun vadeli olarak anlaşılan ürün ve hizmetler için katalog yapısı kullanılabilir. Tabi her firma spot olarak iş yapmayabilir. Şartnamesi ve ürün hizmeti ya da fiyatları belli her ürün için kataloglar oluşturarak firma içerisinde tamamiyle sipariş mantığıyla, belirli olay mekanizmaları kullanılarak yapı oturtulabilir.

Satın alma döngüsünde ilk konu başlığı olarak operasyonel verimlilik dedik. Burada şu aşamaya kadar son bahsetmek istediğim nokta, aslında gelecekte kullanılacak satın alma modeli. Yani ERP sistemleriyle entegrasyon konusudur. Burada satın alma aslında satın alma ihtiyacının doğduğu taleple beraber başlıyor ve daha sonra uzun vadeli mi yoksa spot mu, bunun kararı verildikten sonra, firma kendi satın alma süreci içerisinde, katalogdan sipariş sürecine mi girecek, yoksa teklif toplama ya da ihale sürecine mi girecek, bunun kararını veriyor. Bu karardan sonra aslında işin üç tane aşaması var. Burada alıcı firma, satın alma aracı, programı ya da platformu diyeyim ve tedarikçi alıcı tarafında oluşacak talep, bir satın alma talebine dönüşür.



Satın alma talebi firma içerisinde belirgin bir olay mekanizması içerisinde döner. Onaylanan satın alma talepleri, belirli alanlarda toplanır. Aslında bu sürece kadar elektronik satın alma henüz devrede değildir. Bu normalde firmaların kendi sürecidir. Buradan talebi onaylanmış olan kalemler, elektronik platforma aktarılabilir. Elektronik platforma aktarılan kalem metni, kalem tanımı, ya da ekli dokümana kadar tüm bilgiler otomatik olarak platformdaki bilgiyi besler. Uzun vadeli bir anlaşma ise, katalogdan siparişi destekler. İşin sonucunda ise, oluşan satın alma siparişi firmanın ERP sisteminde otomatik olarak yaratılır.

Şimdi bu sistem aslında yavaş yavaş geçtiğimiz ve uygulamaya dahil en son sistemdir. Peki normal ticari hayattan farkı nedir? Satın alma talebini satın alması el ile manuel olarak hazırlar. Onaylanmış olan talepleri, ticari olarak almak için tedarikçiyi belirler. Piyasadan e-mail, telefon ya da faksla bilgileri toplar. Bununla alakalı pazarlığı bitirdikten sonra ise işi sonuçlandırıp bunu kendi şirket içerisinde onaya gönderir. Eğer bu onaylanmış kabul edilir bir sipariş ise sonucunda bu bilgi tedarikçiye döner.

Buradaki sürecin tamamıyla otomatik olarak ilerlediğini düşünürseniz, satın alma hem zaman hem de fiyat olarak, fiyatı sadece tabii ki parasal olarak düşünmeyin ama, iş birimi olarak çalışan maliyetinde çok ciddi manada tasarruflar sağlayacaktır.

Elektronik satın alma dediğimiz olay sadece e-ihale değildir. e-İhale elektronik satın almanın parçalarından sadece bir tanesidir. Bunu bir puzzle olarak düşünürsek, satın alma talep yönetiminden, sipariş yönetimine, teslimat, ödeme, takipten tedarikçi performans yönetimine kadar tüm süreçler bu puzzle'ı destekleyen yapılar bütünüdür. Son olarak tüm anlattıklarımızdan aslında elde ettiğimiz faydaları dört başlıkta toplayabiliriz. Bunlar nedir?

Birincisi maliyet avantajı. Maliyet avantajı aslında hem ürün bazında olabilir hem de çalışan personel bazında olabilir. Her iki anlamda da düşünebilirsiniz.

İkinci olarak zaman avantajı. Biraz önce bir lojistik nakliye işi örneği vermiştim. Oradaki süreç ciddi manada kısalmaktadır. Bu da tamamıyla teslimat sürecindeki tasarruftur.

Üçüncü olarak esneklik avantajından bahsedebiliriz. Esneklik normalde kullanılacak ekipmanlarda firmanın normal satın alma süreçlerini geliştirmesine

değiştirmesine ya da aynı şekilde satın alma platformlarında çalışan kişilerin vermiş olduğu danışmanlıktan faydalanmasıdır.

Dördüncü fayda ise Tutarlılıktır. Tutarlılık, tamamiyle sistematik olarak ilerleyen yapılar bütünüdür. Kim gelirse gelsin, satın alma süreci içerisine dahil bir personel aynı şekilde aynı süreçleri izleyerek satın alma süreçlerini tamamlayabilir. Ben teşekkür ediyorum dinlediğiniz için.

**Başkan:** Biz teşekkür ediyoruz sevgili Levent Şahin arkadaşımıza. Levent Bey gerçekten biraz daha geniş bir çerçeve içerisinde, e-ticaretten başlayıp, e-satın almaya getirdi sözü ve hem firma açısından, hem tedarikçiler açısından faydaları üzerinde durdu. Şimdi burada hemen küçük bir konuyu açmak istiyorum. Biz e-ticaret deyince, satış ve pazarlama anlaşıyor.

Ağırlıklı olarak bir web siteniz olsun, orada ürünlerinizi sergileyin, herkese ulaşın, hızlı bir şekilde satın, tahsilatlarınızı da banka üzerinden yapın şeklinde bir anlayış var. Oysa e-iş başlığı altında değerlendirecek olursak, bugün artık finanstan, insan kaynaklarına, satın almadan satış sonrasına kadar bütün süreçleri, elektronik ortama taşımak mümkün. Bu yolla rekabet gücünü artırmak söz konusu. Ancak biz henüz yolun başındayız.

Ben şaşıyorum bazen. Dünyada Facebook’u en fazla kullanan ülke Türkiye biliyorsunuz. Yanılmıyorum değil mi arkadaşlar? Siz daha yakından takip ediyorsunuz. Birinci sırada biz varız yani dünyada Facebook nüfusu en fazla ülke biziz. Yine İnternet üzerinde yer alan diğer paylaşım siteleri ve paylaşım etkinliklerinde Türkiye ilk beşin altına hiç düşmemekte. Ama iş ticarete gelince bu sıralama tamamen değişiyor. Bilemiyorum belki teknoloji insanımızı rahatsız ediyor.

Elektronik sistem yapılarına özellikle ticaret sektöründe KOBİ’lerin çok fazla ısınamadıklarını görüyoruz. Arkadaşımız çok güzel özetledi. Her iki taraf için çok ciddi avantajlar var. Zaman tasarrufları, maliyetlerle ilgili esneklik, tutarlılık, biraz önce bizim bahsettiğimiz yolsuzlukları tamamen ortadan kaldırıyor. Şeffaflık var. Yani yaptığımız işi çok açık, net bir şekilde herkesin görebileceği bir şekilde yapıyorsunuz. Uygulamalardan da göreceğiz. Gerçekten bütün bu sıkıntılı süreçleri yazılımlara, donanımlara aktarıp, bu işin içerisinden en sağlıklı şekilde çıkmak mümkün.

Şimdi İntengo Bilişim Teknolojilerinden Murat Talu arkadaşımıza sözü vermek istiyorum. O da bize benzer şekilde uygulamalardan hareketle e-ihaleyi, e-satın alma içerisinde ihaleyi nasıl tanımlayacağımızı, nasıl

tanımlamamız gerektiğini aktaracak. Ben bir akademisyen olarak elektronik sistemlere adaptasyon konusunda geç kaldığımızı özellikle şirketlerimizin bu sistemleri bir an önce kendi yapılarına entegre etmeleri gerektiği hakkında bir uyarıda bulunmak istiyorum.

Gerçekten hem işin ticaret tarafında e-ticaret tarafında, hem satın alma tarafında, yani hem satış pazarlama tarafında, hem satın alma tarafında, hem satış sonrası süreçler tarafında, ciddi anlamda geç kalıyoruz. Yurtdışı gezilerimizde gezip görme fırsatı bulduğumuz şirketlerde inanılmaz uygulamalar ile karşılaşılıyor. Bizde ise bu uygulamaların çoğu hala el ile yani manuel olarak yapılıyor.

Zaman kaybediyoruz, maliyetlerle boğuşuyoruz, hatalar yapıyoruz, çünkü daha çok fazla insan gücü kullanıyoruz. Özellikle bu alanlarda daha fazla hata yapıyoruz. Bu nedenle mümkün mertebe hızlı bir şekilde eğer bir satın alma işlemimiz varsa, bir tedarik işlemimiz varsa, bu sistemleri şirket bünyesine kazandırmamız gerekiyor. Evet, söz şimdi Murat Talu'da.

---

## MURAT TALU

### İntengo Bilişim

---

Merhaba, ismim Murat Talu. İNTENGO'nun kurucusu ve genel müdürüyüm. İntengo 2005 yılında kuruldu. Biz elektronik ihale ve elektronik satın alma hizmetlerimizin alt yapısını TÜBİTAK desteğiyle kendi bünyemizde geliştirdik. Şu anda da elektronik ihale ve elektronik satın alma hizmeti veriyoruz. Ama burada ben konu tabii elektronik ihale olduğu için, tamamen size elektronik ihaleyi anlatmak istiyorum. Dolayısıyla biraz daha elektronik ihaleye spesifik bir sunumum olacak.

Şimdi bizim üniversitede bir hocamız vardı. İlk derste bize bir otomobil fabrikası ne için kurulur diye sorardı. Otomobil üretmek için dersiniz, direk eksi puanı alırdık. Herhangi bir ticari işletme kâr etmek için kurulur. Bunu vurgulamak isterdi. Kâr bakarsak, basit bir hesaplama, gelirler eksi giderler denkleminin sonucudur. Şimdi biz şirketimizin kârını artırmak istiyorsak, ya gelirlerimizi artırmamız lazım ya da giderlerimizi kısmamız lazım.

Günümüzde rekabet gittikçe artıyor. Global olarak artıyor ve bu nedenle satışları artırmak da gittikçe zorlaşıyor. Ayrıca satışları artırmanın her zaman yanında getirdiği bazı maliyetler var. Kolay bir iş değil. Dolayısıyla elektronik ihalenin de amacı maliyetleri düşürmek, bu maliyetlerin içinde de satın alma maliyetlerini düşürmek, şimdi maliyetleri düşürmenin kâra etkisi, satışları artırmaya göre çok daha fazla.

Bir örneğe bakarsak, % 10 brüt kâr marjı ile çalışan çok örnek bir firmanın 10 milyon dolar geliri olsun, 9 milyon dolar gideri olsun. Bunun % 50'sini satın alma maliyeti olarak düşünersek, siz satın alma maliyetinde % 10'luk bir iyileştirme yapabilirsiniz, yani 5.5 milyondan, 4.5 milyona düşürebilirsiniz. Brüt kârınızı % 50 gibi artırmış oluyorsunuz. Burada vurgulamak istediğim satın almada yapılan iyileştirmenin kâra etkisi, satışları artırmaya çalışmaktan çok daha yoğun oluyor. Peki satın alma maliyetlerini nasıl azaltabiliriz.

Burada aklımıza gelen 4 tane yöntem var. Bunlardan bir tanesi satın aldığımız ürünün veya hizmetin mevcut şartlarını değiştirirsiniz, daha az kaliteli bir ürün veya hizmeti daha az maliyetle alabilirsiniz. Bu tabii kabul edilebilir bir şey değil. Yani siz bir satın alma yapıyorsanız, minimum bir standardınız vardır ve buna uymak zorundasınız.

İkinci yöntem, talep konsolidasyonu yapmak. Talep konsolidasyonu dediğimiz de, periyodik olarak belli bir ürünü alıyorsanız eğer bu ürünü toplu bir şekilde alırsanız burada hacimden dolayı bir maliyet avantajı sağlanabilir. Bunu sağlamak için öncelikle neyi, ne zaman aldığınızı bilmeniz lazım. Bunun için de ERP tarzı yazılımlar kullanılıyor.

Üçüncü yöntem de rekabetçi ve nitelikli tedarikçi sayınızı artırmak. Burada ya sizin satın alma biriminiz bu konuda bir çalışma gösterebilir ya da bunu bir hizmet olarak başka firmalardan alabilirsiniz. Dördüncü yöntem tedarikçilerinizin arasındaki rekabet ortamını arttırmak, ama bunu yaparken tedarikçilerinize karşı adil ve şeffaf olmak durumundasınız. Elektronik ihale dediğimiz de tam olarak bunu sağlamak için tasarlanmış bir sistem aslında.

Şimdi elektronik ihalenin e-satın alma içerisindeki yerine baktığımız zaman, elektronik ihale, elektronik satın almanın bir bileşeni, elektronik satın almanın içinde birçok farklı öge daha bulunmakta.

Bu öğeleri sıralayacak olursak; bir talebin ortaya çıkmasından başlayarak, talebin şirket içerisinde onaylanması, ilk tedarikçilerden elektronik ortamda bilgi ve teklif toplanması daha sonra pazarlık olarak elektronik ihalenin yapılması, fiyat pazarlığı, katalog yönetimi, kontrat yönetimi tedarikçi yönetimi ve elektronik fatura gibi tüm satın alma döngüleri sayılabilir. İşte Elektronik satın alma kavramı tüm bu öğeleri kapsayan bir sistemdir. Elektronik ihale de bu sistem içinde yer alan ve sizin maliyet avantajı sağlamanıza yardımcı olan pazarlık aracıdır.

Klasik satın alma ile farkına bakarsak eğer, klasik bir satın almada, klasik yöntemlerle, faks, e-mail ve telefonla teklifler toplanır ve bir maliyet ortaya çıkar. Dört tane tedarikçimiz olduğunu ve 650 bin dolarlık bir alım olduğunu varsayalım. Tabii ki satın alma, tedarikçilere geri döner ve tekliflerini yenilemelerini ister. Firmalar da sizi kırmayarak mutlaka tekliflerini revize ederler. Tabii burada tam olarak kendi rekabetçi pozisyonlarını bilmedikleri için, tekliflerini revize ederken, sizin onlara verdiğiniz bilgiler doğrultusunda revize ederler ve blöf yaptığınızı da düşünürler. Blöf de yapılır zaten ve bir maliyet avantajı ortaya çıkar.

Daha sonra belli bir tedarikçi ile anlaşma yapılır ve satın almanın pazarlık ve siparişe kadar olan kısmı tamamlanmış olur. Çoğu zaman karşılaşılan tablo şudur; bir satın alma sonuçlandıktan sonra diğer tedarikçiler kendilerinin de aynı fiyatları verdiğini ya da o fiyatları verebileceklerini ama kendilerini bir tur daha dönülmediği şeklinde şikayetlerde bulunurlar.

Şimdi elektronik ihaleye bakarsak, ilk teklifler alındıktan sonra, online ortamda, gerçek zamanlı bir ihale yapılıyor. Bu ihalede her tedarikçi, defalarca teklifini revize etme şansına sahip oluyor. Ve tedarikçilere kendi rekabetçi durumlarını gösteriyorsunuz. Burada değişik yöntemler var. Fiyat da gösterebilirsiniz. Hiç fiyat göstermek istemiyorsanız, sadece sıralamalarını da gösterebilirsiniz.

Ama bir şekilde rekabet içindeki durumlarını göstermeniz lazım. Onlar da birinci olmak için, işi alabilmek için orada müteakip sefer tekliflerini revize edebiliyorlar. Tabii burada genellikle klasik bir pazarlığa göre daha fazla bir maliyet avantajı elde ediyorsunuz. Çünkü daha yoğun bir rekabet ortamı ve daha şeffaf bir rekabet ortamı söz konusu. Yine ihaleden sonra en uygun bulduğunuz firma ile anlaşmayı yapıyorsunuz.

Herhangi bir elektronik ihale sonuçlandıktan sonra, diğer tedarikçilerin artık “biz de o şartları sağlayacaktık, biz de o fiyatı verebilirdik” gibi argümanlar getirmesi mümkün olmuyor. Çünkü sonuçta her şey şeffaf olarak gerçekleştiği için, elektronik ihale esnasında bunu yapması gerekiyordu diyorsunuz.

Şimdi birkaç tane örnek vermek istiyorum. Bunlar gerçek ihaleler. Bir kablo alımı ihalesi. Firmalar birbirlerini görerek fiyatlarını veya sıralamalarını, defalarca tekliflerini revize ederek belli bir süre içerisinde birinci olmaya çalışıyorlar. Buradan da bir tasarruf ortaya çıkıyor.

Başka bir gerçek örnekte araç kiralama ihalesi. Beş tane filo kiralama firması arasında 102 dakikada 48 adet teklif girilerek % 9.5 tasarruf sağlıyor satın almayı gerçekleştiren şirket. Bir diğer örnek bir asansör ihalesi, iki firma arasında yapılmış, 59 dakikada 34 tane teklif girilmiş ve % 12.8 tasarruf sağlanmış. Bunlar örnekler.

Şimdi bir ihalenin başarılı olması için hangi şartların sağlanması lazım? Aslında elektronik ihale veya normal klasik ihale pek fark etmiyor. Öncelikle bir kere işin tanımının çok net olması lazım. Bu tanımlayan dokümana da zaten şartname diyoruz. Yani eksiksiz bir şartnamenin olması lazım. İhaleye mutlaka kalifiye, işi yapabilecek tedarikçilerin dahil edilmesi lazım. Tedarikçilerin yarıştıkları kişilerin kendilerinin muadili olduğunu hissetmesi lazım. Tüm firmaların ihale öncesinde neye teklif verdiğini çok net bir şekilde bilmesi lazım. Ve tabii ihalenin iyi yönetilmesi lazım. Bu operasyon aşaması.

Elektronik ihale olduğu için tabii, elektronik ihale öncesinde firmaların sistemi nasıl kullanacaklarını çok net bir şekilde öğrenmeleri lazım. İhale sırasında firmalara destek verilmesi lazım. Herhangi bir sorunları olduğu zaman ulaşabilecekleri bir merkez olması lazım ve ihale sonuçlandıktan sonra, kazanan tedarikçinin ihale öncesinde ortaya konulmuş kriterlere göre seçilmesi lazım. Yani siz ihale öncesinde birincil kriter olarak fiyatlandırmayı seçiyorsanız, en uygun fiyatı veren firmayı ihale sonucunda da seçmeniz, ihalenin başarısı için çok önemli.

Uygulama alanları olarak baktığımız zaman, bir çok farklı alanda elektronik ihale uygulanabilir. İçerisinde pazarlık olan tüm alımlarınızda aslında elektronik ihaleyi kullanabilirsiniz. Bunlar yatırım malzemeleri ve hizmetleri, inşaat malzemeleri, hizmetleri, üretime giren direk malzemeler, standart malzeme ve hizmetler veya çok farklı alım satım ihaleleri olarak sıralanabilir. Yani ramazan kumanyasından tutunda personel kıyafetinden, anahtar teslim fabrika inşaatına kadar birçok farklı alanlarda elektronik ihaleler yapılabilir.

Elektronik ihalenin faydası nedir? Elektronik ihalenin bir numaralı, en kolay ölçülebilir faydası sağladığı maliyet avantajıdır. İhale yapmamanız durumunda ürün veya hizmeti ne kadar mal ediyordunuz? İhale yaptıktan sonra o rekabet sonucunda size ne kadar mal oldu. Maliyet avantajımız nedir? Burada ortalama olarak % 10, 15 civarı bir maliyet avantajından söz edebiliriz. Bu tabii ürünlere göre çok farklılıklar gösterebilir. Yani kimi üründe % 45, 50 civarında bir tasarruf yaşayabilirsiniz. Kiminde ise hiç tasarruf olmayabilir.

Diğer taraftan pazarlık sürelerinde çok ciddi bir zaman tasarruf gerçekleşmekte. Üç dört tedarikçi ile bir pazarlık yapıyorsanız, 3 tur, 4 tur geri dönüp bir teklif revizyonu istemek haftalar sürebiliyor. Fakat elektronik ihalede siz sadece oturup seyrediyorsunuz ve 20 dakika, 1 saat içerisinde, firmalar birbirleriyle rekabet ederek, zaten inebilecekleri en son noktaya iniyorlar.

e-İhale sistemi objektif bir sistem olduğu için tedarikçilerin de bu açıdan çok büyük bir fayda gördüklerini düşünüyorum. Neye göre değerlendirildiklerini biliyorlar. Kazanırlarsa, niye kazandıklarını, kaybederlerse, niye kaybettiklerini biliyorlar. Bu sizin şirketiniz içerisinde de tabii kurumsal bir olgu yaratıyor.

Hem tedarikçinin gözünde şirketin satın almasının değeri artmış oluyor, hem de satın alma operasyonunun şirket içindeki kredibilitesi yükselmiş oluyor.

Bunun yanı sıra raporlama, şeffaflık gibi satın almanın en önemli değerlerini de kayıt altına alma avantajınız var.

Şimdi biz elektronik ihaleyi anlatırken, birçok farklı sorularla ve yorumlarla karşılaşyoruz. Bu tip sorular mutlaka sizin de aklınıza gelmiştir. Onlarla devam etmek istiyorum ben. Şimdi bir tanesi bütün alımlarda elektronik ihale yapılabilir mi? Yapılamaz. Bunu biz de iddia etmiyoruz. Kimsenin de iddia etmemesi lazım. Çünkü burada elektronik ihaleden kastım, tabii pazarlık kısmı, yani eksiltme ihalesi. Sadece kapalı zarf teklif toplayabilirsiniz. Ama bir rekabet ortamı her alımda yapılamaz.

Elektronik ihale yapabilmek için bazı şartların yerine gelmesi lazım. En az iki veya üç tane birbirine muadil rekabetçi tedarikçiniz olması lazım. Fiyatın belli bir yerde bir borsada, metal borsasında vs. belirlenmiyor olması lazım yani serbest bir piyasa olması lazım ki, firmalar elektronik ihaleye katılıp, fiyat anlamında rekabet edebilsinler.

Her zaman karşılaştığımız diğer bir yorum ise şu; Siz fiyat ihalesi yapıyorsunuz. Hayır! Satın almada her şey fiyat değildir. Doğru satın almada her şey fiyat değildir. Optimum satın alma diye bir kavram var. Yani siz önce kaliteyi sağlamanız lazım. Ondan sonra o kaliteye uyan firmalar arasında fiyat pazarlığı yapmanız lazım. Dolayısıyla biz de diyoruz ki, satın alma birimi fiyata odaklanmasın, satın alma birimi kaliteye odaklansın. Öncelikle doğru tedarikçileri belirlesin. Kalitesinin ne olacağını belirlesin. Ürünleri belirlesin.

Çünkü fiyat zaten elektronik ihalede bir insanın yapabileceğinden daha rekabetçi bir ortamda çözülüyor. Dolayısıyla önce kalitenin, sonra fiyatın konuşulması lazım. Fiyatın da elektronik ihale ile çözülmesi en etkili yöntem olarak görülüyor. Bu tabii çok tartışılan bir olgu. Satın almacılar veya şirket yetkilileri zaten çok iyi pazarlık yaptıklarını ve en iyi fiyatlara ulaştıklarını iddia edebilirler. Bu olasıdır ama en fazla bir veya iki sefer olabilecek bir şeydir.

Bir kere her şeyden önce elektronik ihale kullanmadan en iyi fiyata ulaşıyorsanız, o zaman pazarlıkla çok zaman kaybediyorsunuz demektir. Düşünün ki bir elektronik ihalede firmalar tekliflerini 20 veya 30 kere revize ediyorlar. Siz firmaları karşınıza alıp bir ay boyunca pazarlık yaparsanız, hepsine yeniden defalarca kez dönerseniz, muhakkak ki elektronik ihale ile aynı sonucu alabilirsiniz. Ama bu sefer de bir ayınızı kaybedersiniz.

Dolayısıyla aslında her zaman satın almada bir fiyat/zaman ikilemi var. Eğer



zamandan kazanmak istiyorsanız, satın almanızı çabuk bitirmek istiyorsanız o zaman masada para bırakabilirsiniz. Eğer çok iyi fiyata ulaşmak istiyorsanız da çok zaman harcamanız lazım. İşte elektronik ihale bu ikilemi çözen bir sistem. Sizin kısa bir süre içerisinde çok fazla firmadan teklif almanızı sağlayıp, hem fiyattan, hem zamandan kazanmanızı sağlıyor.

Yeni tip elektronik ihale sistemlerinde fiyat dışı bütün parametreleri elektronik ihale sistemi içine entegre etmeniz mümkün. Yani size çok basit bir örnek vereyim; Bir araba alıyorsanız, işte A marka araba ile B marka arabayı, elektronik ihaleye koyabilirsiniz, katsayı vererek koyabilirsiniz. Yani şu tip parametreler girebiliyorsunuz, ben A marka arabayı fiyatı % 20 fazla olsa dahi tercih ederim diyebiliyorsunuz. Dolayısıyla bu tarz katsayılar ve optimizasyon öğeleri ile sizin bir karşılaştırma tablonuz varsa, her şey fiyat olmasa bile elektronik ihale yapılabilir.

Bir diğer korku da, elektronik ihalenin tedarikçiler açısından bakıldığında çok acımasız bir sistem olduğu. Genel kanı, tedarikçilerin çok fazla fiyat kırıp daha sonra zarar ettikleri ama bu doğru bir yaklaşım değil.

Bizim amacımız tedarikçileri öldürmek değil, işin yapılması. Kimsenin amacı zaten tedarikçilerin yapamayacakları bir şeyin altına imza atmalarını sağlamak olamaz. Ama bizim gördüğümüz kadarıyla, bu tarz sistemler de artık biraz bilinmeye başladığı için, böyle bir problem pek ortada yok.

Her tedarikçi hesabını biliyor ve ona göre ihale öncesinde zaten hesabını yapıyor. Hiç kimse bir firmaya iş yapmak için ihale sırasında o ihalenin motivasyonu ile yapamayacağı bir taahhüdün altına girmiyor. Bir satın almanın da görevi, tedarikçinin çıkarını düşünüp onun açısından bakmak değildir. Sonuçta her tüccarın akıllı olduğunu varsayıyoruz.

Bizim görevimiz burada şeffaf, etik bir ortamda rekabeti artırmaya çalışmaktan ibaret. Şimdi bir de tabii pazarlıklar satın almanın çok önemli bir parçası ve satın alma tarafından da en çok sevilen parçası. Çünkü bire bir firma ile diyalog halindedesiniz. Pazarlık yapıyorsunuz, zevkli bir iş. Satın alma personelinde her zaman ya pazarlıklar elektronik ihale ile yapılırsa, o zaman biz ne iş yapacağız diye bir korku oluyor.

Bize göre satın almanın görevi pazarlık yapmak olmamalı. Stratejik satın alma personeli olmalı. Bundan kastımız da ne? Nitelikli tedarikçilerin araştırılması ve bulunması, kapsamlı işlerin, kapsamlı şartnamelerin

hazırlanması ve bu tedarikçilerin değerlendirilmesi olmalı. Çünkü elektronik ihale gibi araçlarla zaten pazarlık işini çoğu zaman çözebiliyorsunuz.

Tabii bir de her konuda elektronik ihale yapılamaz demiştik. Sizin satın alma personeliniz elektronik ihaleye uygun konuları elektronik ihalede çözdüğü için, geri kalan alanlarda daha çok zaman harcayıp, bir tedarikçisi olan veya fazla tedarikçisi bulunmayan işlere daha çok konsantre olabilir. Sistem ne kadar katsayılar ve karşılaştırma parametreleri bulursa da tabii ki fiyat odaklı bir sistem ve amaç fiyatları aşağıya düşürmek.

Yine başka bir düşünce şu, insanlar elektronik ihale sistemlerinde; belli başlı ürünlerin ihaleye çıkarılması halinde sistemin kolay işleyeceğini ama daha kompleks alımlarda yani hizmet alımlarında biraz daha zor olacağını düşünüyorlar. Burada tabii haklılık payı var. Fakat bunun doğrulunun tek sebebi ürünlerin tanımlanmasının hizmetlere göre daha kolay yapılması. Yani bir ürün alıyorsanız, o ürünün markası, modeli, teknik özellikleri vb. gibi niteleyici tüm özellikleri belli.

Ürün geldiği zaman, gerçekten geldi mi, ne geldi? Sizin istediğiniz niteliklerde mi geldi? Bunları değerlendirmek belli. Ürünlerde daha kolay yapılmasının sebebi de bu. Dolayısıyla daha kompleks alımlarda örneğin hizmet alımları gibi konularda yapılması gereken şartnamenin çok iyi hazırlanması, yani tanımın yapılması. En son olarak da bunu söyleyeceğim.

Tabii tedarikçiler internet üzerinden teklif veremezler gibi de bir düşünce var. Artık bu pek geçerli değil. Günümüzde işte facebook en çok kullanılan site görüyorsunuz Türkiye'de. Artık her tedarikçi internet üzerinden teklif verebiliyor.

Burada tabii bir elektronik ihale hizmet sağlayıcısı olarak bizim görevlerimizden bir tanesi de internete çok aşına olmayan firmaları, eğitmek, hazır duruma getirmek. Dolayısıyla bu elektronik ihalenin önünde bir engel değil. Benim söyleyeceklerim bu kadar. Teşekkür ediyorum.

**Başkan:** Çok teşekkürler. Sevgili Murat Talu gerçekten örneklerle de süslediği konuşmasında enteresan sonuçlara göze çarpmakta. Elektronik İhale Sistemlerinde benim en çok ilgimi çeken taraf daha önce de gördüğüm örneklerde süreçlerin çok kısılması. Birkaç saat içerisinde tekliflerin sürekli revize edilip en iyi fiyata ulaşılması.

Normalde iş dünyasında klasik satın almalarda şirketlerin, tedarikçileri tabiri caizse kafa kafaya tokuşturarak fiyatı aşağıya çekmek konusunda bir iddiası vardır. Ama bu günler hatta haftalar sürer, çünkü klasik yöntemlerle, faksların çekilmesi, telefonların edilmesi, tekliflerin toplanması revize edilmesi velhasıl oldukça zaman alacak uzun bir süreçtir. Elektronik İhale sisteminde ise bu süreç kendiliğinden kısalmaktadır. Birkaç uygulamadan ben de hatırlıyorum. Öncelikle sıralama veya fiyatlar bu sistemde net olarak görülebiliyor. Herkesin fiyatını revize etmesinden sonra, şirketler en uygun fiyat seviyesine gelen tedarikçiden satın almasını yapabiliyor. Bu sistemlere geçiş yapmak arkadaşımızın da bahsettiği gibi, artık bir zorunluluk haline geldi. Ben sözlerime öyle başlamıştım.

Ben başka bir konuya daha vurgu yapmak istiyorum. Rekabet etmek istiyorsanız fiyatları aşağıya çekmek zorundasınız. Nasıl satın almada fiyat odaklı bir sistem oluşmuş ise, dışarıda da fiyat odaklı bir rekabet sistemi oluşmuş durumda. Bütün şirketler plan yapıyor, program yapıyor, stratejik planlar ortaya konuyor. Hep belli bir satış fiyatından, belli bir satış miktarından ve belli bir kâr marjından bahsediliyor.

Sene sonunda, şu kadar kâr elde etmeyi hedefliyoruz deniliyor. Eğer o kâra ulaşamazsa performans değerlendirme sistemleri çalışıyor. Ya yöneticiler gidiyor, ya birim sorumluları gidiyor, ya da şirket yönetim kurulu yerinden oluyor. Dolayısıyla o kâr hedefine ulaşmak için mutlaka çok satmak durumundasınız. Ve de çok satabilmek için de fiyatınızı rakiplerinizin altında belirlemek durumundasınız. Bunu yaptığınızda ise kâr hedefinden uzaklaşıyorsunuz, ciro hedefinden uzaklaşıyorsunuz. Çünkü maliyetler sizi sıkıştırıyor.

İşte maliyetleri aşağıya çekmenin en önemli yöntemlerinden bir tanesi, satın alma sistemlerinizi, elektronik ortama taşımak ve onaylanmış tedarikçilerle biraz önce bahsedilen süreçleri çalıştırarak satın alma işlemlerinizi gerçekleştirmek. Böylece hem zaman açısından, hem maliyetler açısından ciddi tasarruflar edinmeniz söz konusu.

Şimdi bir konuşmacıya daha söz vereceğiz, Sektörün önde gelen şirket-

lerinden birisinden, Promena'dan sevgili Gürsan Ergüleç'e. Daha önce böyle bir seminer daha yapmıştık burada, Promena yine katılmıştı. Ama o zaman "Elektronik Ticaret" diye bir seminerimiz vardı. Orada sadece satın alma tarafını anlatmıştı Promena. Bu ikinci buluşmamız.

Bugün ise tamamen elektronik ihaleyi konuşuyoruz ve sektörün temsilcilerini bir araya getirmiş olmaktan ve ayrıca bunu ilk defa İstanbul Ticaret Odası olarak bizim yapmış olmamızdan büyük mutluluk duyduğumu ifade etmek istiyorum. Sayın Gürsan Ergüleç'ten ricam biraz daha böyle bu sistemlere aşina olmayan şirketler nasıl başlamalı sorusuna da cevap olabilecek açıklamalar yapması. Buyurun Sayın Ergüleç söz sizde.

---

## GÜRSAN ERGÜLEÇ

### Promena

---

Sayın Genel Sekreter Yardımcısı, Sayın Başkan, Değerli Konuklar, hepiniz hoş geldiniz. Adım Mehmet Gürsan Ergüleç. Satın alma konusu ile ilgili konuşacağım. Satış ve pazarlama direktörüyüm. Öncelikle çok kısa olarak şirketimizden bahsetmek istiyorum. Biz şirket olarak bu işi aynı zamanda global olarak da yapıyoruz. 2001 senesinde kurulduk. Siz de biliyorsunuz ki, bu sistem aslında 1990 larda başlamış bir sistem. Türkiye'ye geliş internetin biraz daha yaygınlaşmasıyla ancak 2001 senesinde oldu.

İki farklı noktada Türkiye'de hizmet veriyoruz. Onun dışında Amerika'da Los Angeles'ta ve Suudi Arabistan'da satış ofislerimiz var. Biraz daha detay vermek gerekirse, yaklaşık olarak 1.5 milyar dolarlık bir ticaret hacmi yıllık olarak bu sistem üzerinden geçiyor. Bu değeri özellikle belirtmek istiyoruz. Çünkü bu sistemin hem güvenilirliğini, hem de yaygınlığını göstermek adına önemli bir göstergedir. Yine burada değerli konuşmacıların da söylediği gibi sistemin en önemli katma değerlerinden bir tanesi de kayıtlı tedarikçi sayısıdır.

Şirketimiz sisteminde yaklaşık olarak 8 bin tane tedarikçisi bulunmaktadır. Biraz önce de bahsettiğim gibi, biz operasyonumuzu biraz daha global anlamda yapıyoruz. Türkiye'de çok farklı müşterilerle çalıştığımız gibi, yurt dışında da birtakım müşterilerle çalışıyoruz. Yurt dışındaki müşterilerin oradaki alımlarını da kapsayabilecek bir sistemimiz var. Aslında burada ikili bir açılım sağlıyoruz.

Bir noktada bakarsanız burada çalıştığınız firmalar, yurt dışında başka müşterilerin tedarikçileri de olabiliyor. O yüzden de ikili şekilde düşünebilirsiniz aslında verilen hizmeti. Bugün siz bir noktada alıcı firma olursunuz. Yarın yurt dışında başka bir noktada tedarikçi olarak katılabilirsiniz. O noktada da aslında bakarsanız, elektronik ihale hizmeti, kurumsallaşmak isteyen veya kurumsal yapıda olan firmalar için son derece katma değerli bir yapı olabiliyor.

Biraz daha detay vermek gerekirse, sektörel olarak baktığınızda ne yapıyoruz? e-İhale yöntemi dediğimiz bir hizmet veriyoruz. Burada kısaca belirtmek istediğimiz, alıcı ile satıcının canlı bir ortamda bulunduğu bir hizmeti veriyoruz. Ama bu hizmetin aslında görünen son noktası.

Aslında bir satın alma departmanının başarısının da bir göstergesi oluyor bu sistemle gerçekleştirilen satın alımlar. Biz burada yalnızca bir destek hizmeti veriyoruz. Aslında sektör olarak bakarsanız bizim tamamiyle konumumuz, satın alma departmanlarını destekleyen bir hizmet. Buna biraz daha global anlamda da bakacağız birazdan, ama öncelikle sayın başkanın da biraz önce belirttiği gibi, bu süreç nasıl bir süreçtir? Öncelikle ondan biraz bahsetmek gerekiyor.

Bir firmada, bir alım öncesinde, alım kaleminin ilk önce oluşturulması lazım. Alım kalemine yönelik de bir şartname hazırlanması gerekiyor. Aslında bizim verdiğimiz hizmet de bu aşamadan itibaren başlıyor.

Alım kalemi belirlenirken, sonuçta geçmiş tecrübelerinizden yararlandırarak, firmayı daha hızlı bir şekilde alıma hazırlayabilirsiniz. Şartname desteği verebilirsiniz. Daha sonraki süreçlerde, bu şartname desteğinin sonrasında firmanın tabii ki bu bilgileri tedarikçileri ile paylaşmasını beklersiniz.

O aşamada da rekabeti arttırıcı olarak tedarikçi önerebilirsiniz ki sonuçta bugün baktığınızda, nitelikli tedarikçi bulmak belli işlerde son derece zorlaşmaya başladı. Bugün daha çok globale de açılacak kalite, fiyat farkı ve fiyat performansı yaratabilecek tedarikçileri de sistem içine almak, sonuçta sizin alımınızı da maliyeti azaltıcı bir şekilde kullanabileceğiniz bir yöntem olarak göze çarpmakta. Sonuçta teklifleri siz topluyorsunuz.

Teklifleri topladıktan sonra da doğal olarak açık eksiltme ortamını biz size veriyoruz. Bu noktada açık eksiltme ortamı biraz önce bahsettiğim platformdaki sistemde yer alıyor. Sonuçta alıcı firmaların birtakım teklifleri var. Bu teklifler açılış teklifleri oluyor. Ve kısa bir sürede tekliflerini revize ederek, en nihayetinde en son noktada kimse teklif vermediği andan itibaren de kapanış sürecine giriyor ve orada oluşan kazanımı da, biz tasarruf olarak nitelendiriyoruz. Doğal olarak bunun bir raporu size iletiliyor. Raporun iletilmesi ve sizin değerlendirmenizden sonra da sipariş sürecini siz tedarikçilerle devam ettiriyorsunuz.

Kısaca bakarsanız aslında biz bu süreçlerin tamamında yer alıyoruz. Bu noktada da bizi hangi aşamada kullanmak isterseniz o noktada da bizi kullanabilirsiniz diyoruz. Aslında biraz daha genel bir perspektiften bakmakta fayda var. Biz biraz daha bu konuya yönelik bir sunum hazırladık. Nereden geldik, nereye gidiyoruz?

Elektronik İhale Sistemi Amerika’da başlamış bir sistem. 1990’lı yıllarda internetin kullanımıyla ilk uygulamalar görülüyor. Daha ilk etaplarda satın alma, sipariş ve fiyat toplama bire bir pazarlıkla yapılması, ve hissedar baskısı, kalite gibi birtakım baskılarla dış kaynak kullanımı gibi zaman ve maliyet dezavantajı yaratan sorunlar aşılmaya başlanmış ve işte küreselleşmenin getirdiği bir yapıyla da bire birden bire çoklu bir yapıya dönülmüş.

Tabii bu sistem yine yeterli olmamış. Çünkü gerek globalleşen bir yapıda rekabetin artması, ve farklı birtakım arayışlardan dolayı, bu sistem şu anda globalde baktığımızda en üst seviyede takip ediliyor.

Birçok uluslar arası firmada satın alma müdürü yerine satın alma genel müdür yardımcısı gibi bir seviyede artık iş takip ediliyor. Bu da satın almanın ne kadar önemli olduğunun bir etkisi. Tabii ki bu da yeterli değil. Bakıyor-sunuz şu anda geldiğimiz noktada, çok daha farklı birtakım parametreler ortaya çıkıyor.

Sektörel olarak birtakım alım konularına firmaların daha farklı bir şekilde bakarak bu konularda tedarikçi havuzundan yararlanmasına “çokludan çokluya” diyoruz. Yani şöyle düşünün, enerji sektöründe bulunan birtakım firmalar, enerji sektöründe kendilerinin ulaşamadığı diğer tedarikçilere de ulaşarak, çoklu, çoklu, çokludan çokluya bir alımın sağlanabilmesini mümkün kılıyor ki bu önümüzdeki dönemlerde Türkiye’de de son derece fazla görebileceğiniz bir yapıya bürünecek.

Şu anda yurt dışında biz bu uygulamaları görüyoruz. Onun dışında tabii ki farklı parametreler var. Sürdürülebilirlik diye bir kavram var. İşte karbon kullanımına yönelik birtakım alımlar yurt dışında son derece titiz bir şekilde takip ediliyor. Önümüzdeki senelerde de göreceksiniz, Türkiye’de de buna yönelik bir çalışma başlayacak. Yani nitelikli tedarikçi olmak yetmeyecek, tedarikçinin satın almacıya sunduğu ürün kalitesinin de belli bir süreçten geçmesi doğal olarak birtakım mevzuat ve uygulamalardan dolayı zorunlu tutulmaya başlanılacak.

Biraz daha devam etmek gerekirse, biraz önce de bahsetmiştim. Küreselleşme sonuçta, satın alma kriterlerini daha çok zorluyor. Krizin de ortaya çıkması, satın alma maliyetlerini belli bir seviyede aşağıya çekmeyi getiriyor.

Doğal olarak bu da satın almanın takip seviyesini daha yüksek bir noktaya

çıkartıyor. O yüzden baktığımızda şu anda çalıştığımız müşterilerde dahil olmak üzere en üst seviyede takip söz konusu.

Özellikle de 2009 krizinde biz bunu çok ciddi anlamda hissettik. O yüzden de satın alma gitgide daha önem taşıyan bir noktaya geliyor. Doğal olarak rekabet var, çok kısa sürede cevap verilmesi bekleniyor. Bu sebeple tedarigi çok daha hızlı bir şekilde yapmanız isteniyor. Ve maalesef baktığımızda işte borsaya açık birtakım firmalar da bu krizlerde şirketin sonuçta kitap değeri düştüğü için, kârlılık için şirket içi kaynak eksikliğinin de belli şekillerde farklı noktalardan giderilmesi bekleniyor. Bu noktada da en çok kârlılığı vurgulayabileceğiniz şey, satın alırken kazanmanın önemini belirtiyor. Biraz önce de bahsettiğim gibi, tedarik zinciri yönetimi karmaşıklaşıyor.

Sonuçta belli birtakım alım konularında farklı parametreler ortaya çıkıyor ve bu parametrelerin de süreçte takip edilmesi bekleniliyor ve bunlar da mevzuat ve uygunluk kurallarıyla daha sıkı bir şekilde takip ediliyor. Burada biraz daha aslında müşteri bazlı bakarsanız elektronik ihale gelişim eğrisi, o kadar hızlı bir şekilde bir müşteride gelişmiyor. Aslında bunun için uzunca bir süre geçiyor. Çünkü öyle veya böyle, şirket içindeki birtakım dirençlerin zaman içinde kırılmasını bekliyorsunuz.

İlk etapta şirketler sistemi çok daha ufak alımlarla deniyor. Böylece sistemi tartmaya çalışıyorlar. Çünkü tamamen güven zincirine dayalı bir hizmet veriyorsunuz. Bu süreç yaklaşık olarak bir sene kadar sürebiliyor. Ama zaman içinde siz kendi tecrübenizi artırdıkça, firmaya eğer doğru şekilde bilgileri aktarabilirseniz, bu süreç de daha kısalabiliyor.

Verdiğim örneklerde görebileceğiniz gibi, çok daha kısa sürelerde, çok daha yüklü ve büyük miktarda alımları yapabiliyorsunuz. Ama krizin etkilerini, doğal olarak bir firmada çok rahatlıkla da görebiliyorsunuz. Mesela 2008 ile 2009 aralığına bakarsanız, bir anda son derece aşağıya inmiş olabiliyor.

Farklı parametreler derken, bunlara özet olarak, kriz, bugün ekonominin durumu, seçimler, farklı birtakım konular da alımlara çok direk olarak etki edebiliyor. Aynı şekilde biz diyoruz ki, bu uzun bir süreç, bir müşterideki ortalama ihale hacmini artırmak da zaman içinde olabiliyor. Ama bu zamanı doğru uygulamak için de müşteriyi doğru şekilde yönlendirmeniz gerekiyor. Bu noktada da baktığımızda, aslında bizim vermek istediğimiz, daha doğrusu sizin izlemeniz gereken yol, stratejik satın almaları da bu sistem üzerinden yapabilmemiz.



Baktığınızda 2002'den 2009 senesine kadar geldiğimiz noktada müşterilerde bizim gördüğümüz genel durum, ilk etapta standart malzemelerle başladıkları ve daha düşük tutarda ihale hacimlerini gerçekleştirdikleri risk oranı daha az birtakım alımları yaptıkları. Ama 2009 senesine doğru geldiğimizde, daha stratejik alımlar yapılıyor ki bu stratejik alımlar direk malzemeye etken olabilecek alımlar oluyor. Buna örnek olarak otomotiv sektöründe bir araç tamponu, ön göğüs diyebileceğimiz stratejik satın alma tarafında değerlendirilen bire bir yüklü miktardaki alımları verebiliriz.

Genelde standart malzemeler dediğimiz, basit birtakım alım konuları bulunuyor. Bunları çok rahatlıkla yapabiliyorsunuz, bir kırtasiye olsun, bir matbu olsun, gıda ürünleri, iş elbiseleri olsun bu tarz alımların genelde şartnameleri basit, tedarikçileri daha fazla. Biraz daha aşağıya inerseniz, hammaddeler var, bunlar içerisinde kimyasallar, demirleri sayabilirsiniz, kömür tozu alabilirsiniz. Biraz daha kompleks bir yapıda inşaat projeleri var. Bunları anahtar teslimi proje olarak da düşünebilirsiniz. Bunların hepsi çok rahatlıkla bu sistem üzerinden yapılabilir.

Önemli olan burada ilk önce şartnameyi doğru bir şekilde hazırlayabilmek. Şartnameye uygun tedarikçileri seçip, ondan sonra da teklifleri toparlayabilmek. Açıkçası daha sonrasındaki süreçte de çok kısa bir sürede sonucu görebiliyorsunuz. Müşterilerimizin genelde en çok zorlandığı kısımlardan biri de, yatırım konuları. Müşteriler derken yanlış anlamayın burada hani sonuçta panel katılımcılarına da hitap etmesi için söylüyorum.

Bu alım konularının çoğunlukla bütün kısmını siz de kapsıyorsunuz. O noktada da yatırım konuları çok cazip konulardır. Bu konular her zaman alımı yapılmadığı için, tedarikçi tarafından da son derece rekabet koşullarının oluşturulduğu konulardır. O yüzden bunları da çok rahatlıkla yapabilirsiniz. Burada da çok ciddi tasarruflar elde edebilirsiniz. Hizmet alımları biraz önce diğer konuşmacı arkadaşlarımızın da bahsettiği gibi, aslında zor alımlardır. Ama bu alımlarda zaman içinde oturmuştur.

Artık burada hizmet alımlarına teklif veren tedarikçiler de talepleri çok doğru bir şekilde yönlendirebilmektedirler. O noktada da çok rahatlıkla bu tip alımlarınızı da yapabilirsiniz. Dediğim gibi en son gelmek istediğimiz nokta, direk malzemelerdir. Bu da sizin üretim alanınızdaki veya faaliyetinizdeki ana ürününüzü kapsar. Bu tip alımları da çok rahatlıkla, bu sistem üzerinden yapabilirsiniz.

Biz 3 tane ana getirisini gördük zaman içerisinde, biraz önce de zaten hepsi

tekrarlanmıştı ama satın alma maliyetlerini ciddi oranda azaltan bir sistemdir bu. Zaman ve iş gücü tasarrufu sağlar. Aslında buradaki zaman kazancı tamamiyle açık eksiltme ortamındaki kazancımızdır. Biz bunu açık eksiltmeye gelmeden önceki ön hazırlığınızı uzun tutmanız koşuluyla zaman ve iş gücü tasarrufu olarak nitelendiriyoruz. Çünkü iyi bir hazırlık yapıldığı takdirde elektronik ihale başarılı geçebiliyor.

Eğer çok hızlı bir şekilde çıkılıp, detaylar göz ardı edilirse, uygulama hem başarısız oluyor, hem de tedarikçiler tarafında problem yaratabiliyor. O noktada da çalışacağınız firmalar ve seçeceğiniz nitelikli tedarikçilerin önceden değerlendirilmesini çok ciddi bir şekilde yapmanızı bekliyoruz.

Doğal olarak da 3'üncü ana getiri, şeffaflık ve raporlama. Her tedarikçiyle aynı mesafede olmak. Sonuçta tedarikçilerin bu sisteme olan güveni ve sistemde eğer iyi bir teklif koşulu sağlarsa ihaleyi alabileceğini bilmesi, bir sonraki alımınızı çok daha hızlı ve daha başarılı bir şekilde tamamlamanızı sağlıyor.

Tabii ki en önemli şeylerden bir tanesi de raporlama. Aslında biz bu raporlamayı, seneler içinde kendi datanız üzerinde analiz yapabileceğiniz bir noktaya da taşıyabiliyoruz. Bu noktada da bakarsanız, raporlamalar önemli. Belki ilk etapta bir sene olsun, iki sene olsun, çok fazla göz ardı edilmese de, 5 sene, 6 senedir çalıştığımız birtakım firmalarda, tedarikçi bazında birtakım datalar üzerinden analizlerini yapabiliyorlar.

Biz bu analizleri kendilerine verebiliyoruz. Bu noktada doğal olarak siz de kendi tedarikçi değerlendirmenizi yapabiliyorsunuz. En son olarak da elektronik ihalenin başarısı için, biraz önce de belirttiğim gibi, denk ürünlerin ve hizmetlerin karşılaştırılması lazım.

Aslında burada sektör olarak en büyük görevlerden bir tanesi bize düşüyor. Sektörün başarısı için, burada satın almacılara ve tedarikçilere doğru yönlendirmeleri yapmamız gerekiyor. Rekabette fiyat dışı birtakım kriterler de sürece dahil edilecekse, onların da düzgün yaratılması ve yansıtılması gerekiyor. Bu noktada eğer yanlış yapılan bir uygulama olursa, bu hem sisteme olan güveni sarsıyor, hem de müşteri memnuniyetsizliği yaratıyor.

Burada aslında müşterilerle, tedarikçiler sektörde hizmet veren firmalar için aynı konumda, çünkü tedarikçileri sisteme karşı yaşayacakları kırgınlıklar, bir sonraki başka müşterinizle yapacağınız alımda da sizin için bir negatif puan olarak yazıyor.

O yüzden de sisteme güven en önemli şey, bu sisteme güveni yaratabilmek için de müşteri ile tedarikçinin doğru bir şekilde pozisyonlanması gerekiyor. Ve en son şey de tabii ki alımın çekiciliği, eğer bu çekiciliği de sağlayabilirseniz bu hizmeti çok rahatlıkla verebilirsiniz ve başarılı sonuçlar elde edebilirsiniz. Teşekkür ediyorum. Biraz kısa bir sunum olduğunun farkındayım.

**Başkan:** Ben teşekkür ediyorum. Kısa ama güzel bir sunum gerçekleştirdiniz. Soru cevap kısmında sanıyorum sorular gelecektir. Panelin buraya kadar olan kısmında yapılan konuşmaları şöyle bir toparlayacak olursak, satın alma sistemlerini ağ ortamlarına taşımanın yarattığı faydalar üzerine, katma değer üzerine odaklandık.

Hızlı, kolay, basit, maliyet tasarrufu sağlayan bir sistemden bahsediyoruz ve buna ek olarak sisteme bir an önce geçme zorunluluğundan söz etti bütün konuşmacılar. Çünkü, rekabet ortamında, özellikle küresel rekabet ortamında başarılı olmak istiyorsanız her türlü rekabetsel üstünlük sağlayabilecek faktörü dikkate almak durumundasınız. Burası da şirketler için önemli bir iş alanı, önemli bir kritik bir süreç satın alma süreci.

Şirketin bütün faaliyetleri içerisinde, hem bürokrasiyi azaltma açısından hem satın alma sürecinin zorluğunu, güçlüğüne minimuma indirmesi açısından, hem de yarattığı tasarruf kazancı açısından elektronik satın alma sistemlerinin getireceği değerler çok fazla. Ama kat edilmesi çok daha fazla yol olduğunu düşünüyorum. Çünkü burası gerçekten çok fazla dikkat edilmesi gereken bir alan. Yani şirketlerin satın alma faaliyetleri, toplam işlerinin önemli bir kısmını oluşturuyor.

Öyle bir çalışma var mı bilmiyorum ama, işimizin ne kadarını satın alma süreçlerine harcıyoruz diye bir ölçsek, iş süreçlerimizde zamanımızın çok ciddi bir bölümünü satın alma olgusuna harcadığımızı, özellikle bizim tarzımızda, yani Türk usulü satın almada işlerin biraz daha uzun karmaşık olduğunu, gereksiz tekrarların çok fazla yapıldığını söyleyebiliriz.

Ben şahsen elektronik ihaleyi, elektronik satın alma sistemlerimizi şirketlerimize, özellikle kobilerimize bir an önce duyurmamız gerektiğini düşünüyorum. Biz de akademisyenler olarak bu konuda gereken katkıyı yapmaya hazırız.

Ben bu kadar önemli bir konu olmasından hareketle, önümüzdeki ay vereceğim dergi yazımı, e-ihale konusunda yazmaya karar verdim. Temmuz sayısını e-ihalenin ne anlama geldiğine ayıracağım. Bir ekonomi dergisinde yazı yazıyorum. Naçizane böyle bir katkı sağlamayı planlıyorum sektöre. Şimdi sözü Pinkare Bilişim'den Timuçin Reşat Acar arkadaşımıza vermek istiyorum. Buyurun söz sizde Timuçin bey.

---

## TİMUÇİN REŞAT ACAR

### Pinkare Bilişim

---

Herkese öncelikle hoş geldiniz demek istiyorum. İstanbul Ticaret Odası nezdinde bu panele emeği geçen ve panelin hazırlanmasında katkıları olan başta İbrahim bey olmak üzere bizi bir araya getirip böyle panellerle elektronik ihale ve elektronik tedarik sistemlerini tüm kurum ve kuruluşlara tanıtmayı amaçlayan herkese teşekkür ediyorum. Bizim de çok hoşumuza gitti ilk duyduğumuz zaman. Umarız tekrarlanır, devam eder.

e-İhale getirileri çok yüksek olmasına rağmen, firmaların çok fazla sayıda faydasını görecektir olmasına rağmen, Türkiye’de çok üzerine düşülmeyen, değerlendirilmeyen, faydalarından yararlanılmayan bir sistem olarak göze çarpıyor. İbrahim Bey’in de söylediği gibi, Facebook’ta birinciyiz, cep telefonu kullanımında da birinciyiz, ama iş ticarete gelince, nedense elektronik ortamı ve onun getirisini, yüksek kazanç ve maliyet avantajlarını, tasarrufları bir kenara bırakabiliyoruz.

Umarız bu paneller sayesinde birçok firma bu ve benzer elektronik sistemlerin kendilerine ne kadar faydalı, ne kadar tasarrufa yönelen, ekonomiye ne kadar katkıda bulunan sistemler olduğunu görür ve yaygın kullanımı sağlanır.

Ben sizlere öncelikle Pinkare firmasını anlatmak istiyorum. Pinkare firması 2004 yılında kuruldu. Müşterilerine donanım, danışmanlık hizmeti vererek, teknoloji alanında hizmetler sunmaktadır o yıldan bu yana. 2006 yılında da elektronik tedarik ve elektronik satın alma alanlarında ürünler geliştirerek, çözümler sunmaktayız.

Diğer arkadaşlarımızın da ifade ettiği gibi, elektronik ihale aslında elektronik tedarik sürecinin bir fonksiyonu, çok önemli bir fonksiyonu. Çünkü en yüksek tasarrufun sağlandığı ve tedarikçilerle olan temasın yüksek olduğu bir konu olduğu için, son derece hassas, Türkiye’de biliyorsunuz insanlar son derece pazarlığı seven ya da pazarlık konusuna çok önem veren bir profile sahiptir. İşin bu tarafını elektronik ortama almak, gerçekten çok yüksek tasarruflar sağlatabiliyor. Bunların nasıl yapıldığını az sonra sizlere aktaracağım.

Ben de daha önce özel bir bankada 14 yılı aşan bir süredir teknoloji satın alma yöneticiliği yaptım. Görevim sırasında satın alma ile ilgili birçok sorun

ve problem yaşadım. Bunlara zamanında kendimizce çözümler getirmeye çalıştık.

Bugün oluşturduğumuz e-tedarik ürünü, yani elektronik tedarik, elektronik ihaleyi de kapsayan e-tedarik ürünümüz, tüm bu tecrübelerin firmamızda çalışan diğer arkadaşların da kendi alanlarındaki tecrübelerini kullanarak, oluşturduğu daha çok Türkiye şartlarına özgü, Türkiye'deki müşterilerin ihtiyaçları doğrultusunda yönlendirilmiş bir ürün.

Panelimizin konusu olan e-tedarik ve e-ihale konusuna geldiğimiz zaman, e-ihale sistem sağlayıcıları satın alma süreçlerinde maliyet ve zaman tasarrufu sağladıklarını iddia etmektedir. Yani buna diğer arkadaşlarımız da muhakkak katılacaktır. Elektronik ihalenin iddiası, satın alma süreçlerinde maliyet ve zaman tasarrufu sağlatmasıdır.

Bunun nasıl yapıldığını hep birlikte görelim. Öncelikle e-ihale, genel anlamda nedir ona bir bakalım. Geleneksel satın alma ve müzakere, yani pazarlık süreçlerini elektronik ortama aktarıyoruz. İnternet üzerinden ihaleleri gerçekleştiriyoruz. Basit anlamda bu şekilde tarif edebiliriz.

Peki e-ihale süreçleri nelerdir? Yine çok basit anlamda anlatıyorum. Bir tablo düşünün, Tablonun sol tarafında ürünler ve hizmetler var. Tanımlanabilen, ürün kodu, ürün adı, ya da belirli şartnameleri olan ürün ve hizmetler, isterseniz elektronik kataloglar vasıtasıyla kataloglanabiliyor. Aynı zamanda firmaları da tıpkı ürünler gibi kataloglayabiliyor, hangi ürünlerin hangi firmalardan alınabileceğini bu sistemde tanımlayabiliyorsunuz. Buradan talepleriniz oluşturulabiliyor. Talepleriniz firma içerisindeki belirli inceleme ve onay mekanizmalarına sokularak sizin ihtiyaçlarınız doğrultusunda firmalara teklif isteme şeklinde talep gönderme işlemi gerçekleştiriliyor.

Birçok firma küçük alımlarını bu sisteme sokarak ihaleye sokmadan da sonuçlayabilir. Ama ihaleye sokmak işin tasarruf tarafının daha da büyümesine imkân sağlayacaktır. O yüzden bizim firmalara tavsiyemiz belli miktardaki tüm alımlarını, elektronik ihalelere sokarak daha fazla tasarruf etme şansını kaçırmamalarıdır. Tüm bu süreçlerin tek tek hepsinin birden entegrasyonu ve tek bir yapıda olması nedeniyle de sistemden çok etkin ve efektif bir raporlama alınabilmesi mümkün.

Kısacası biz e-ihale sürecini de kapsayan elektronik tedarik sürecini bu şekilde tanımlıyoruz. e-İhaleye niçin ihtiyaç duyduğumuza bir kez daha bakmak istiyorum. Diğer arkadaşlarımızın da laf arasında söylediği gibi,

firmalar artık operasyonel maliyetlerine odaklanmak zorundalar. Neden? Çünkü artık pazar daralıyor, rekabet artıyor.

Krizler yaşanan, bunalımlar yaşanan bir piyasadayız. Herkesin hayatını sürdürmesi için, kendi operasyonel maliyetlerine katlanması lazım. Tabii bu maliyetler ne kadar düşük olursa, hayatta daha uzun süre kalmak ve krizi atlatmak, satışları artırmak, kârlı olmak, kârlılığa sahip olmak daha da mümkün hale geliyor.

Tam bu noktada elektronik tedarik ve elektronik ihale sistemleri devreye girmektedir. Bunlar devreye girerek, sizin operasyonel maliyetlerinizi mümkün olduğunca düşürerek, özellikle de alımlarınızdan kaynaklı tasarruf sağlayarak, kendi iş gücünüzü, insan kaynaklarınızı daha iyi yöneterek, ve biraz sonra açıklayacağım bazı konularda da fayda sağlayarak operasyonel maliyetlerinizi düşürmekte ve size kârlılık sağlamaktadır.

Kısa başlıklarla e-ihale neler sağlar diye bakarsak, öncelikle müşterilere, müşteriden kastımız, burada bu sistemi kullanarak bu sistem üzerinden ürün ve hizmet temin eden firmalardır. Müşterilere öncelikle zaman ve maliyet tasarrufu sağlamaktadır.

Bizim ölçümlerimize göre, bu kazanımlar minimum % 10, maksimum % 40 arasında değişiyor hatta zaman zaman bu rakamların çok daha fazla üzerine çıkılabiliyor. Biraz önce anlattığımız gibi, operasyonel maliyetleri düşürüyor. Bir çok kişinin yapabileceği iş yükü, tek bir kişi tarafından çok rahat bir şekilde, çok hızlı bir şekilde haftalarca süren pazarlıklar, teklif alma, defalarca tedarikçilere dönerek alınan teklifleri revize etme işlemleri olmadan çok kısa sürelerde, birkaç günde, hatta birkaç saatte halledilebiliyor.

Kontrol dışı alımlar ve etkin merkezi satın almayı birlikte konuşmak isterim. Birden çok şubesi, ya da birden çok satın alma merkezi olan şirketler bunları yönetmekte, buralardan talep toplamakta ve bunları değerlendirmekte oldukça zorlanır. Hatta bazen onlara kendileri bazı yetkiler tanımlayarak, "siz başımızın çaresine bakın, çünkü bu operasyonel yük bize ağır geliyor" şeklinde yaklaşımlarda bulunabilir.

Böyle bir sistemi kullanarak bu şekilde zorlanan firmalar, belirli şubelerinden bu sistem üzerinden taleplerini toplayıp, satın almalarını yapıp, o şubelere tekrar ihtiyaçlarını gönderebilirler. Bu da kontrol dışı alımları, suistimalleri, herkesin kendine göre, kendi şahsi becerisine göre bir satın alma yapmasını engeller. Son derece standart ve etkin bir satın alma sağlar.

Bu işlemleri elektronik ortama aktarmanın getirdiği en büyük avantaj detaylı raporlama imkânıdır. Bildiğiniz gibi herhangi bir muhasebe işini bile, bir defterden, kitaptan kurtarıp elektronik ortama aktardığınız zaman, raporlama imkânınız belki 100 kat artıyor. Aynı mantık bunda da geçerli.

İş süreçlerinizi ne kadar elektronik ortama aktarırsanız ve ne kadar birbiriyle entegre çalıştırırsanız, bu süreçler üzerinden aldığınız raporlar o kadar etkin, efektif ve aynı süreçler üzerinden belli fizibilite çalışmaları, belli stratejik kararlar alınabilecek şekle sokulabiliyor. Tabii tüm bunlar, süreçlerde verimliliğe neden oluyor. Süreçlerin verimliliği, hiç ummadığınız faydalar sağlayabiliyor sizlere.

En sonda diğer arkadaşların da defalarca söylediği gibi, şeffaf ve denetime açık bir ortam, herkesin yetkisi dahilinde sisteme girişler yapabileceği, hangi teklifler kimlerden alınmış, hangi ihaleler nasıl bir performansla sonuçlanmış, kimlere verilmiş vb. gibi geçmişe dönük tüm verilerin de kontrol edilebileceği ve denetim açısından da değerlendirilmenin mümkün kılınacağı bir sistem sizlere sunuluyor.

Tabii sadece müşterilere mi fayda sağlıyor elektronik satın alma sistemleri? Hayır diğer arkadaşlar da yine bahsettiler. Aslında işini iyi yapan tedarikçilere de faydalar sağlıyor sistem. Sistemin tedarikçiler açısından en büyük faydasını kemikleşmiş, girilmesi zor olan piyasalara, çok daha kolay giriş imkânı sağlaması olarak görüyoruz biz.

Takdir edersiniz ki, eğer satın almacılar varsa aramızda, bilirler. 3 ya da 4 firmanın dışında çok fazla firmalarla uğraşmak istemez satın alma personeli. Bir iş için, on firmadan teklif alınmaz. Bunun en büyük nedeni, operasyonel yükü. On kişiye telefon et, on kişiden faks al, on kişi size birtakım şeyler sorsun. Bunlar haftalar sürer, hiç kimse memnun olmaz. Herkes kendinin biraz daha öne çıkarılmasını ister.

Birtakım kişiler kendilerinin niye geriye atıldığını sorgularlar. Oysa ki böyle bir sistemde, artık satın almacılar ya da satın alma operasyonu yapan kişiler, 2, 3, 5, 10, 20 civarındaki tedarikçi ile bu sistem üzerinden çok güzel yönetebiliyorlar. Tekliflerini alabiliyorlar. Onlar için teklifler 3 kişiden alınmış, yada 10 kişiden alınmış artık bunun herhangi bir önemi kalmıyor. Bu yüzden daha rekabetçi bir ortam oluşuyor.

Bu rekabetçi ortamın getirdiği tasarruf da yüksek oluyor müşteri açısından. Tedarikçiler de “bu alıma beni de çağırın, ben de teklif vereyim size, neden



sadece oradan alıyorsunuz, benden de alın gibi” müşterilerle bu tarz diyalogları sonlandırıyorlar.

Tedarikçilerin bu sistemde kendilerine gelen iş taleplerini, ya da teklif taleplerini değerlendirmeleri yeterli oluyor. Bu durumda tüm alımlardan da zamanında haberleri oluyor. Sadece fiyat alıp diğerlerini kırdırmak için uğraşacaklarını değil, gerçekten iyi bir fiyat verirlerse kazanabilecekleri rekabetçi bir savaş ortamında olduklarını biliyorlar. O yüzden daha agresif daha etkin bir şekilde işleme giriyorlar.

Tabii tedarikçiler için bu sistem yeni bir satış kanalı anlamına da geliyor. Düşünün ki, bir tedarikçi, bir firmaya kendi ürününden vermiş ve kendini sisteme kaydetmiş. Başka bir müşteri de aynı ürün için, o tedarikçiyi sistemden bularak, kendisi için de teklif vermesini isteyebiliyor.

Bu da tedarikçinin hiçbir aktivite yapmadan, sadece kendini sisteme kayıtlı olarak o sistemi kullanan diğer müşterilere de çok etkin bir şekilde ulaşmasını sağlıyor. Bu da tabii o kişilerin pazarlama maliyetlerinin düşmesine neden oluyor. Bir pazarlamacı ya da bir reklam mercii kullanarak o müşterilere ulaşmaktansa, sistem üzerinden bilgilendirmek yoluyla müşterilerine ulaştığı için çok daha kolay bir şekilde bu tür yerlere teklif verebilmekteler.

Bir de bu sistemleri kullanmak için ne gerekiyor, ona da bir bakmak lazım. Takdir edersiniz ki, kimse çok harcıalem yatırımlar yaparak bu tür sistemlere geçme ihtiyacı içerisinde olmayabilir. Zaten büyük firmalar, çok uluslu kuruluşlar bu konunun oldukça farkındalar. Birçoğu kendi özel sistemlerine entegre sistemler arayışı içerisinde. Ya da bizlerin sunduğu hizmetleri kendi sistemlerine entegre ederek kullanıyorlar.

Küçük ve orta ölçekteki firmalar için, e-ihale sistemlerinin birçoğu sadece bilgisayar ve internet gerektiriyor. Bunun dışında hiçbir yazılım, donanım, danışmanlığa ihtiyaç duyulmuyor. Eğitim de sadece telefonla 5 dakikalık, 10 dakikalık eğitimler şeklinde alınabiliyor. Bu durum da hiçbir ön yatırımınız olmadan bu tarz bir sisteme giriş yaparak, tanıyarak, görerek, devam edebilirsiniz. Kontrollü bir şekilde gidebilirsiniz.

Teknolojinin en korkulan yanının bu olduğunu düşünüyorum ben şahsen. “Bir yatırım yaptık, ya kullanamazsak, ya fayda sağlayamazsak, ya heba olursa” düşüncesiyle insanlar bu tür şeylerden imtina etmekte. Halbuki mevcut piyasadaki elektronik ihale sistemlerinin, elektronik tedarik sistemlerinin birçoğu artık internet ortamında. Sadece bir kullanıcı adı ve

şifresi girerek, bütün işlemlerinizi internet üzerinden yapabiliyorsunuz. Biz konuya yaklaşımda bir de KOBİ başlığı atmak istedik.

KOBİ'ler için e-ihale ne demek, ya da nasıl KOBİ'ler faydalanabilir bu konu hakkında konuşmak istiyorum. Büyük firmalar dediğim gibi belki çok uluslu olduklarından, belki de yurt dışından edindikleri tecrübelerle bu işin zaten çok farkındalar. Türkiye'de de çok uzman satın almacılar, ya da satın alma grupları olduğu için, onların araştırıp buldukları sistemlerle işlerini görebiliyorlar. Ama KOBİ'lerde bu çok daha sınırlı.

Şimdi KOBİ'lerin sorunlarına biraz girmek istiyoruz. Bizim yüz yüze görüştüğümüz birçok KOBİ'de, çok farklı sorunlarla karşılaştık. Sorunların en büyüğü, KOBİ'ler kendi ana faaliyetleri alanında çok çok iyiler. Onlarla ilgili hammadde ya da farklı satın almalarını belki çok iyi yapıyorlar. Onlara çok fazla başka kişileri bulaştırmak istemiyorlar.

Ancak ana faaliyet alanı dışındaki lojistik ve satın alma işlerinde, oldukça yetersiz gördük onları. Bunların da nedeni, uzman satın alma personeli istihdamının KOBİ'ler için çok zor olması, çok maliyetli olması. Bu yüzden KOBİ'lerin çoğu bu tarz önemli satın almalarını özellikle firma ortaklarından biri, sahibi, ortağı ya da üst düzeyde güvenilir, prosedürü aşağı yukarı bilen kişilerle yürütmeyi tercih ediyorlar.

KOBİ'lerin satın alma operasyonlarını bildik yöntemlerle yürütmelerinin sebebi KOBİ'lerin satın almayı iyi yapmaktan ziyade, "suistimal olmasın, bildik kişilerle bu iş yürüsün" zihniyetinin bir sonucu. Halbuki burada suistimal olmasını önlemek isterken maliyet ve zaman kazanımları tamamen kaybolma tehlikesiyle karşı karşıya kalıyor. Böyle bir durumda o yöneticinin, yada o kişilerin, işin uzmanı olmadıkları için, yüksek maliyetlerle satın alma yaptığını da görüyoruz.

Tabii KOBİ'ler büyük firmalar gibi tasarruf sağlattıran her türlü ürüne hemen açılmıyorlar, ya da inceleme şansları olmuyor. KOBİ'lerin ikna olup bu sistemi kullanması için, incelemesi gereken ya da kullanması gereken sistemlerin çok düşük maliyetli, ya da giriş maliyetinin sıfır olduğu sistemler olması gerekiyor.

O yüzden genelde çok düşük maliyetli sistem tercihleri var ve bu aşamada da elektronik ihaleler son derece basit kullanımlı, herhangi bir yatırıma gerek duymadan, ilk başlangıç maliyeti olmadan onlara sunulduğu için, çok etkin bir şekilde yararlanabileceklerini düşünüyoruz.

Tabii her yiğidin ayrı bir yoğurt yiyişi var. KOBİ'ler de satın almalarını ve tedariklerini, kendi süreçleriyle kendi yöntemleriyle gerçekleştiriyor. Bu bağlamda elektronik satın alma sistemleri onları belli bir standarda sokabilir. Ya da gerçekten süreçleri o şekilde olması gerekiyorsa, bu süreçleri kendilerine göre uyarlayarak kullanmalarını sağlayabilir.

Elektronik tedarik ve elektronik ihale sistemlerinin, her alanda uzman satın almacıya gereksinim olmadan, düşük maliyetli, son derece hızlı, net, raporlanabilir, bir sistem olarak KOBİ'lerin bu yöndeki ihtiyaçlarını karşılıyor olduğunu düşünüyoruz.

Elbette bu sistem Türkiye'de çıkmış bir sistem değil. Sektörün dünyada ve Türkiye'de ulaştığı noktaya bir bakacak olursak sistem Avrupa'da ve Amerika'da teknolojinin yaygın kullanımı ile çok önceleri çıkmış, Türkiye'de alt yapının gelişmesi, teknolojinin, internetin gelişmesi ile belli bir zaman sonra uygulamaları olmuş ve sistem gelişmeye başlamış. Yani kısacası zaten daha önce denenmiş, faydaları kanıtlanmış, test edilmiş, getirisi çok bilinen bir sistem.

Yurt dışına baktığımız zaman, sektörel olarak uzmanlaşmayı da görüyoruz. Her ne kadar bu işlemler tek bir standartta yapılırsa da bazı sektörler kendilerine göre, farklı uygulamalar, uyarlamalar talep edebilmekteler. Bunların yavaş yavaş Türkiye'de de aynı şekilde paralel olarak takip edeceğini düşünüyoruz.

Diğer bir konu da müşterinin ihtiyaçlarına göre uyumlaştırma. Bu sektörel olarak uzmanlaşmanın dışında, o firmaya özgü bazı istekler şeklinde de karşımıza çıkabiliyor. Bunları da artık elektronik ihale ve tedarik firmaları, kişilere özel, müşterilerine özel bazı ekranlar, tasarımlar, süreçler yazıp sunarak karşılıyorlar. Tabii firmaların en büyük istedikleri ve ulaşmak istedikleri nokta da, diğer iş süreçleri ile entegrasyon sağlanması, bu da çok önemli bir konu.

Firmalar bir yerde süreci kesip, başka bir sürece sokup, tekrar o süreci kesip, kendi süreçlerini girmesinden dolayı bazı iş yükleri, ya da operasyonel yükler olacağını düşünmekteler. Bu yönden bakıldığında Elektronik İhale Sistem Sağlayıcısı firmaların araştırma geliştirme ARGE yapıları, tüm bu problemleri ortadan kaldıracak, yeni süreçler yazacak, bu uygulamaları mevcut süreçlere entegre edecek düzeyde.

Sektörde farklı yeniliklere, uygulamalara gelecek olursak da satın alma danışmanlığı ve tedarikçi temini konuları hemen önümüze çıkıyor.

Bu tarz hizmetleri zaten şu andaki ihale firmaları az çok vermekte. Ancak ileride biz bunların daha da artış göstereceğini düşünüyoruz. Özellikle satın alma danışmanlığının çok yaygınlaşacağını, firmaların sadece çok özel alımlarını satın alma departmanlarıyla çözeceklerini düşünüyoruz. Bunun dışındaki tüm standart satın almalarını, third part firmalara outsource edecekler, sadece raporlarını alıp, gözlemleyip, en iyi fiyatı alıp almadığını oradan test edecekler. Bu da kendi maliyetlerini, operasyonel yüklerini azaltacak ve insan kaynağı yönetimini son derece etkili bir şekilde yapmalarını sağlayacaktır.

Mevcut iş süreçleriyle entegrasyonu yine konuşmuştuk, yurt dışında bu şekilde yapılmakta. Türkiye'ye de yavaş yavaş geliyor. Biz de birçok müşterimizde buna rastlıyoruz. Artık çok kolay bir şekilde mevcut iş süreçlerinizde elektronik ihale ve elektronik tedarik sistemleri, entegre edilebilir durumda.

Bunun bir sonraki aşaması da, aslında tüm iş süreçlerinin, aynı, elektronik ihale ya da elektronik tedarik gibi, hizmet olarak sağlanmasıdır. Nedir bu iş süreçleri diye sorulacak olursa; Planlama ve bütçeleden başlayıp, talep, elektronik satın alma, elektronik ihale, sipariş takip, fatura takip, envanter takip, tedarikçi değerlendirmesine kadar akla gelebilecek çok sayıda sürecin, firmaların kendi taraflarında hiçbir yazılım donanım yatırımı yapmadan, hiçbir özel personele ihtiyaç duymadan, internet üzerinden bu hizmetleri, belli başlı standartlarda alabilmesinin sağlanması cevabı verilebilir.

Biz sektörün bu tarafa doğru gideceğini de düşünüyoruz. Aynı zamanda da tedarikçiler için bu tarz sistemler üzerinde sanal mağazalar oluşturularak, müşterilerin çok daha kolay tedarikçilere ulaşıp, onlar hakkında bilgi edinmesinin sağlanacağı kanaatini taşıyoruz.

Tüm bu konuşmaları sonuç olarak bir daha özetlersek, Ne sağlıyor e-ihale sistemleri ve e-ihale firmaları; satın alma işlemlerinde yüksek oranda tasarruf sağlıyor. Etkili ve etkin bir satın alma yönetimi sunuyor. Operasyonel maliyetleri azaltıyor. Kapsamlı onaylama ve denetleme imkânı sunuyor. Hızlı değerlendirme ve sonuçlandırma imkanı sağlıyor. Detaylı raporlamayı mümkün kılıyor. En önemli kazanımı ise hiçbir yatırım yapmadan düşük maliyetli kullanım imkânı.

Biz firmalara diyoruz ki, ilk alımınızı sistem üzerinden hiçbir taahhüde gerek

duymadan, hiçbir ücret ödemedemden yapın, görün sistemi, tanıyın, belki ileride yaparsınız, belki konu hakkında herhangi bir fikir oluşturup, belli bir zaman sonra bu sisteme geçersiniz. Ama er ya da geç firmalar bu sisteme geçeceği için, bir an önce sistemlerin bilinirliğinin artmasının gerektiği kanaatindeyiz. Bu nedenle firmalara bu şekilde tamamen ücretsiz ve taahhüt içermeyen ilk alımlarını, sistem üzerinden yapmalarını öneriyoruz. Benim konuşmam bu kadar, herkese çok teşekkür ediyorum.

**Başkan:** Biz de teşekkür ederiz, sevgili Timuçin arkadaşımıza, biraz da bütün konuşmaları özetleyen bir konuşma gibi oldu. Vurgular hep aynı, “geç kalmayalım, bir an önce bu e-ihale nimetlerinden yararlanalım” şeklindeydi. Son olarak Hesap Uzmanları Kurulu Başkanlığından Baş Hesap uzmanı Akın Bey’e sözü vermek istiyorum. Kendisi Elektronik İhale uygulamalarında vergilendirme konusunda bizleri aydınlatacak. Buyrun Sayın Akbulut, söz sizde.

---

## AKIN AKBULUT

### Maliye Bakanlığı - Baş Hesap Uzmanı

---

Teşekkürler sayın hocam, hepinizi saygıyla selamlıyorum. Elektronik ihale tabii sanal ortamda olduğu için, biz de sanal olarak para kazandıklarını düşünerek bakalım neler oluyor senaryomuza göre. Sunumumu önce genel olarak, sonra gelir açısından neler olabilir, sonra da teslim ve hizmetler açısından, Katma Değer Vergisi'ne konu neler olabilir, o açıdan ele almak istiyorum.

İhale kavramı kanunlarımızda müzayede olarak geçiyor, o açıdan en genel tanımıyla, artırma veya eksiltme yoluyla verilen teklifler içinden en yüksek veya en düşük teklif verene satışın yapıldığı işleme müzayede adı verilmektedir.

Müzayede ile ilgili olarak ne yazık ki çok sayıda yasal düzenlememiz yok. Müzayede ile ilgili çok sayıda yasal düzenleme olmayınca, online müzayede veyahut da elektronik ihaleler konusunda da çok fazla düzenleme karşımıza çıkmıyor. Ama yine de Avrupa Birliği düzenlemelerinden 2005 tarihli KDV direktifinde, elektronik olarak yapılan hizmetler arasında online müzayede-ler de sayılmış durumda. 5070 sayılı Elektronik İmza Kanunu gibi, elektronik ortamda yapılan sözleşmelerin ıslak imza ile yapılan sözleşmeler gibi hüküm ifade edeceğine yönelik düzenlemeler var.

En önemli müzayedeye ilişkin düzenleme, 828 sayılı Borçlar Kanunu'nun 225 ile 231 inci maddeleri arasında yer alıyor. Tasarı halindeki Borçlar Kanunu'ndaki yine aynı husus, sadece Türkçeleştirilerek korunmuş.

Bu çerçevede Borçlar Kanunu'na göre, sözleşmenin kurulmasında, birbirine uygun irade beyanları olan icap ve kabul birlikte aranmakta. Bu açıdan online müzayede platformundaki sisteme, satılacak mala ilişkin yeterli bilgilerin girilmesi, icaba davet niteliğinde kabul edilmektedir. İkinci olarak, ihalenin veya reddinin artırmadan hemen sonra yapılması gerekiyor.

Yine Borçlar Kanunu'nda artırma koşullarında aksi kararlaştırılmamışsa, ihale bedelinin peşin ödenmesinden söz ediyor. Ayrıca isteğe bağlı özel artırmalarda çünkü bir cebri artırmalardan söz ediyor, bir de isteğe bağlı özel artırmalarda, mülkiyetin geçmesi, genel hükümler çerçevesinde olacaktır diyor.

Ayrıca yine girişimcinin sorumluluğu açısından, isteğe bağlı açık artırmalarda satıcı, satılanın zaptından ve ayıplarından sorumludur diyor Borçlar Kanunu. Ancak aldatma durumu dışında artırma koşullarında açıkça belirtip, duyurmak suretiyle, bu sorumluluktan kurtulunabilir. Bütün sorumluluk alıcıya aittir gibi, ibareler görebiliyorsunuz kimi ürünlerde.

Vergi kanunları açısından en önemli düzenleme, Katma Değer Vergisi'nde yer alıyor. Katma Değer Vergisi Kanunu'nun birinci maddesinin 3 d alt bendinde, müzayede mahallinde yapılan satışlardan söz ediliyor. 23 d maddesi de onun beyanına ilişkin hükümleri içeriyor ve 4 tane tebliğ çıkarılmış bu durumun düzenlenmesiyle ilgili olarak. Müzayede mahali kavramından söz edildiğinde, bu kavramın gerek vergi kanunlarında, gerek özel kanunlarda tanımlarını bulamıyoruz.

Ancak 1580 sayılı Belediyeler Kanunu'nda buna ilişkin hükümler yer alıyor. Bir de 2886 sayılı Devlet İhale Kanunu'nda da yine müzayedelerden söz ediliyor. Gelir Vergisi, Kurumlar Vergisi, Vergi Usul Kanunu açısından, elektronik ihale şirketleri ve vergilemesine bakacak olursak, eğer sırf bu amaç için kurulmuş ise bu şirket bunun normal bir şirketten hiçbir farkı yok. Normal bir şirket gibi işe başladıklarını bağlı buldukları vergi dairesine bildirecekler. Mükellefiyetlerini tesis edecekler ve Vergi Usul Kanunu'nda belirtilen, defter tutma mecburiyetine tabi olacaklar.

Eğer bu şirketler tam mükellef şirketler ise, yani Türkiye'de faaliyet gösterecek ve Türkiye'de kurulmuş bir şirket ise, internette ihale yapıp, komisyon almak için web sitesi açmış ve bu siteler aracılığıyla eğer kazanç elde etmeyi amaçlamışsa, bunu bir gerçek kişi yapıyorsa, Gelir Vergisi Kanunu açısından, ticari kazanç hükümlerine tabi.

Bunu bir Kurumlar Vergisi mükellefi, bunu bir kurum yapıyorsa, tüzel kişilik yapıyorsa da Kurumlar Vergisi açısından mükellefiyeti söz konusu. Burada elektronik ihalelerde bazı durumlara dikkat etmek gerekiyor.

O da kimi bireysel satıcıların elektronik ihale şirketleri aracılığıyla, ürünler satmaya çalışması durumunda, eğer bu mükellefiyeti olmayan bireysel satıcılar, bir mükellefiyet tesis ettirmeden, devamlı bir şekilde piyasadan topladıkları ürünleri, bu platformlar aracılığıyla alıcılara ulaştırıyorsa, bu durumda ticari kazanç elde ettikleri hükmü doğar ve bu vesileyle mükellefiyet tesis ettirmeleri, defter tutmaları, Katma Değer Vergisi hükümlerine tabi olmaları gerekir. Bu hususa dikkat etmek gerekiyor.

Eğer elektronik ihale şirketi bir dar mükellef ise, bu durumda Kurumlar Vergisi Kanunu'nun 3 üncü maddesine gitmek gerekiyor. Buna göre dar mükellefiyet kanununun birinci maddesinde sayılı kurumlardan, kanuni ve iş merkezlerinin her ikisi de Türkiye'de bulunmayanların, sadece Türkiye'de elde ettikleri kazançlar üzerinden vergilenirler, yani Türkiye'de daimi işyeri olan veya daimi temsilci bulunduran yabancı kurumlar, yani yabancı elektronik ihale şirketleri tarafından, bu yerlerde veya bu temsilciler vasıtasıyla yapılan işlerden elde edilen ticari kazançlar Türkiye'de elde edilmiş sayılır ve vergilendirilir.

Bunun için ne gerekiyor? İşyeri veyahut da daimi temsilci olması gerekiyor. Öyleyse tersinden bakacak olursak, Türkiye'de işyeri veya daimi temsilcisi bulunmayan, kanuni ve iş merkezi yurt dışında bulunan, yabancı elektronik ihale şirketlerinin ticari nitelikteki faaliyetlerinden elde etmiş oldukları ticari kazançları, Türkiye'de vergilenemiyor.

Yabancı şirketlerin işlem yaptığı Türkiye'deki sunucular, serverler, tek başlarına daimi temsilci olabilirler mi? Gelir Vergisi Kanunu'nun 8 inci maddesinde geçen daimi temsilci tanımına internet servis sağlayıcıların durumu girmemektedir.

Bu nedenle, serverler, tek başlarına daimi temsilci niteliğinde değildirler. Aynı şekilde bir barındırma hizmeti yani hosting işleminden yararlanılıyorsa, bu durumda da yine tek başına barındırma hizmetinin de daimi temsilci statüsü yoktur. Ancak bu Türkiye'deki bir acente ile birlikte sağlanılıyorsa, o durumda daimi temsilcilik vasfı sağlanmış olmaktadır.

Peki yabancı elektronik ihale şirketi, Türkiye'de bir şube açmışsa, bu durumda ne olacaktır? Yabancı şirketlerin Türkiye'de şube açmaları ve Türkiye'den gelir elde etmeleri halinde, bunların yükümlülükleri açısından Türk şirketlerinden bir farkı olmayacaktır. Türkiye'de elde ettikleri kazançları dolayısıyla yıllık beyanname vereceklerdir. Az önce malların tesliminin bu açıdan daha kolay olduğu söylenildi. Hizmetler açısından da özellikle yazılımlar açısından bu ihalelerin yapılması söz konusu olabilmektedir.

Elektronik ihaleden eğer bir bilgisayar programı satın alınıyorsa, yabancı e-ihale şirketinden bir bilgisayar programı satın alınıyorsa, bu durumda ne olacaktır? Genel durum açısından tevkifatı yapmak zorunda olan kişiler, Kurumlar Vergisi Kanunu'nun 30 uncu maddesinde tanımlanmıştır.



Bunlar üzerinden bir tevkifat yükümlülüğü karşımıza çıkmaktadır. Buna göre dar mükellef kurumlar tarafından, Kurumlar Vergisi'nin 30 uncu maddede sayılan kazanç ve iratların sağlanması durumunda, bu kazanç ve iratları avanslar dahil olmak üzere, nakten veya hesaben ödeyen veya tahakkuk ettirenler % 20 oranında tevkifat yapmak durumundadırlar. Bununla birlikte, alınan ülkenin Türkiye ile çifte vergileme anlaşması yapıp yapılmadığının da göz önünde bulundurulması gerekir. İkinci olarak paket programlarının ithalinde tevkifat uygulaması olabilir mi?

Örneğin, bir elektronik ihale şirketinden, yabancı elektronik ihale şirketinden binlerce paket program satın alınıp, bu paket program olduğu gibi piyasaya sürülme amacı güdülebilir. Bu durumda ticari faaliyetler kapsamında, ticari kazançla yönelik bir uygulama olduğu için Kurumlar Vergisi Kanunu'nun 30 uncu maddesinde de ticari, zirai kazançlar dolayısıyla elde edilecek gelirlerden tevkifat olmadığı için, bu durumdaki yazılımlardan tevkifat yapılmayacaktır.

Bununla birlikte, çoğaltma hakkını içeren bir bilgisayar programı ithal edilmişse, eğer yabancı şirketten, elektronik ihale şirketinden çoğaltma hakkını elde edecek bir program ithal edilip de bu çoğaltılarak piyasaya sürülmesi amaçlanıyorsa, bu durumda bir hak edinimi söz konusudur.

Hak edinimi söz konusu olduğunda da söz konusu madde uyarınca, % 20 oranında tevkifat yapmak gerekir, Kurumlar Vergisi açısından, yine çifte vergilemeyi önleme anlaşmalarına dikkat ederek, genelde çifte vergilemeyi önleme anlaşmaları bu çerçevede % 5 ile % 10 arasında vergileme öngörüyor.

Online müzayedelerin Katma Değer Vergisi Kanunu'nun karşısındaki duruma geçecek olursak, öncelikle bu uygulamanın katma değer vergisi açısından, online müzayedelerin gerek Amerika, gerekse ABD uygulamalarında yer aldığını belirtmek isteriz. Türkiye'deki katma değer vergisi uygulamasına bakacak olursak, Katma Değer Vergisi'nin öncelikle bir temel yapısını vurgulamak gerekiyor.

Katma Değer Vergisi'nin Türkiye'de cari bir vergi olduğunu, malın Türkiye sınırlarına girdiğinde vergilendiğini ve Türkiye sınırlarını çıktığında da vergisinden arındırıldığını bilmemiz gerekiyor.

Temel uygulama, ticari sınai, zirai ve serbest meslek faaliyeti çerçevesinde teslim ve hizmetlerin Katma Değer Vergisi'ne tabi olduğu şeklindedir.

Bununla birlikte, kanuni hüküm olarak, mal ve hizmetlerin ithalatında da ister bireysel kişi ithal etsin, isterse bir kurum ya da mükellef ithal etsin, ithalatında da malın gümrükten geçtiğinde, Katma Değer Vergisi'ne tabi olması, hizmetin de Türkiye'de yararlanılmasının başlaması ile Katma Değer Vergisi'ne tabi olması gerekir.

Bunun yanı sıra Katma Değer Vergisi Kanunu'nun birinci maddesinde, diğer faaliyetler adı altında yine Katma Değer Vergisi'ne tabi unsurlar sayılmıştır. İşte bu diğer faaliyetler içerisindeki bir hüküm de müzayede mahallerinde yapılan satışların Katma Değer Vergisi'ne tabi olduğunu belirtmiştir.

Burada temel argüman, müzayede mahallinin ne olduğu ve burada gerçekleştirilen satışın Katma Değer Vergisi'ne tabi olup olmadığı üzerine yoğunlaşıyor. Öyle ise, biz online müzayedelerden, ya da ihalelerden söz ediyorsak, online müzayede platformları, müzayede mahalli olarak kabul edilebilir mi?

Hemen şunu belirtmek gerekir ki, gelir idaresi, müzayede mahalli kavramını geniş yorumlamış durumda. Tebliğlerinde bu konu yapılan düzenlemede, özellikle 15 seri numaralı tebliğinde, gibi ibaresini kullanarak bu konuda bir sınırlama getirmediğini belirtiyor.

Bununla birlikte 1 seri numaralı tebliğde, müzayede yapılan yerin münhasıran, yani oraya has müzayede yapımına tahsis edilmiş olup olmaması durumunu değiştirmeyeceğinden söz ediyor.

15 numaralı tebliğ cebri icra, izale-i şuyu, ipoteğin paraya çevrilmesi, tasfiye gibi nedenlerle müzayede mahallerinde yapılan, açık artırma pazarlık ve diğer şekillerdeki satışların, Katma Değer Vergisi'ne tabi olduğunu belirtmiş ve satışların gerçekleştiği mekanlarda müzayede mahalli olarak kabul edilmiştir. Bununla birlikte, bir müzayede mahalli tanımı yine göremiyoruz.

Konuyu sürdüreceğ olursak, 1580 sayılı Belediyeler Kanunu'nun 15 inci maddesinin 64 numaralı bendinde, müzayede salonları açmak ve işletmekten söz ediyor. Yani bunu belediyenin faaliyetleri arasında yer alıyor. Yine 2886 sayılı Devlet İhale Kanunu uyarınca ihale yapılan yerlerin bu satışların özelliği nedeniyle, müzayede mahalli niteliğinde olduğu belirtiliyor.

Öyle ise bundan şöyle bir sonuç çıkarabiliriz. Müzayede düzenlemeye tahsis edilmiş ister fiziki, ister sanal mekanların, müzayede mahalli olarak kabul edilmesi gerekecektir. Bu açıdan online müzayedelerin gerçekleştirildiği

müzayede düzenlemeye tahsis edilmiş, müzayede platformlarının da müzayede mahalli olarak kabul edilmesi ve burada gerçekleşen satışların da Katma Değer Vergisi'ne tabi olması gerekir. Online müzayede yoluyla yapılan satışlarda öyleyse mükellef kim olacaktır?

Müzayede düzenleyicisinin alıcı veya satıcı tarafa verdiği aracılık hizmeti açısından değerlendirildiğinde, hizmet ifasından doğan, Katma Değer Vergisi'nin mükellefi her durumda hizmeti ifa eden taraf olan müzayede düzenleyicisi olacaktır. Eğer müzayede düzenleyicisi ya da elektronik ihale düzenleyici şirket, bir komisyon alıyorsa, bir pay alıyorsa, bu kendi hizmeti dolayısıyla tabii ki bu hizmetini katma değerli olarak sunacaktır.

Öte yandan 15 ve 48 seri numaralı Katma Değer Vergisi genel tebliğlerinde de müzayede mahallinde yapılan satışlarda verginin mükellefinin satışı düzenleyen özel veya resmi kişi veya kuruluşlar olduğu belirtilmiştir.

Öyleyse iki tane şapkası var, müzayede düzenleyici şirketin. Bir sorumluluk şapkası bu müzayede düzenlediği ürünün, satış bedeli üzerinden katma değer vergisi hesaplayacak ve bunu anında vergi dairesine yatıracak. İkincisi de kendisinin aldığı komisyonlar dolayısıyla katma değerli bir fatura düzenleyecek, bunu da normal süreç içerisinde vergi dairesi ile ilişkilendirecek.

Bir örnek vermek gerekirse, bay X kullanılmış iki adet televizyonu satma kararı almıştır. Bay X televizyonlardan birini Bayan C'ye satmış, diğerini de antika değeri olduğu gerekçesiyle online müzayede şirketi B anonim şirketi aracılığıyla satma kararı almıştır. Bay X'in Bayan C'ye olan satışında, Katma Değer Vergisi Kanunu'nun birinci maddesine göre ticari faaliyeti kapsamında bir teslim olmadığı için, söz konusu teslim Katma Değer Vergisi'ne tabi olmayacaktır.

Öte yandan B Anonim Şirketinin online müzayede platformu yoluyla satılan televizyonunun teslimi ise, Katma Değer Vergisi Kanunu'nun 1/3 d çerçevesinde müzayede mahallinde yapılan satış olduğu gerekçesiyle Katma Değer Vergisi'ne tabi olması gerekir. Söz konusu işlemde KDV mükellefiyeti, müzayede düzenleyen konumunda olan B Anonim Şirketinde olacak. B anonim şirketi tarafından müzayedeye konu malın kesin satış bedeli üzerinden alıcıya düzenlenmesi gereken fatura da KDV hesaplanması gerekecektir. Ancak burada bay X'in KDV mükellefiyeti söz konusu olmayacaktır.

En son olarak bu platformlarda ortaya çıkan satın almalarda, işte e-fatura

kullanabilirler mi? Onu düşünmek gerekir örneğin, elektronik fatura konusunda çok mesafe kat edilmemiş durumdadır. Bu nedenle de elektronik fatura sürecinde ancak 5 kadar firma şu an elektronik fatura kullanma hakkı elde etmiştir.

Elektronik fatura süreci ne yazık ki biraz yoğun prosedüre dayandırılmaktadır. Bu nedenle de işte KOBİ şeklindeki firmaların online ihalelerden temin ettikleri ürünlerin, gerçek faturalarıyla birlikte ele almaları önerilir. Her ne kadar Gelir İdaresi, ödemenin de belgelendirilmesi şartıyla bunu kabul ettiğini belirtse bile, ikinci olarak Gümrük Vergisi açısından değinmek gerekir. Onu da yine vurgulamak istiyorum. 4458 sayılı Gümrük Vergisi Kanunu eşya üzerine kurulmuş bir kanundur.

Yani gümrükten sadece eşyalar geçer. Bu nedenle, bir yabancı elektronik ihale şirketinden satın aldıkları ürünlerin Gümrük Vergisi'ne tabi olacağını ve gümrükte de KDV hesaplanacağını bilmeleri gerekir. Bununla birlikte, hizmetler Gümrük Vergisi'nin kapsamında değildir. Bu nedenle online indirdikleri ürünlerde, Gümrük Vergisi olmayacaktır.

Ancak bu KDV hesaplanmayacağı anlamına gelmemektedir. Bu nedenle Katma Değer Vergisi Kanunu'nun 9 uncu maddesinde sorumluluk uygulaması vardır ve satın alıcıların bu sorumluluğu bilmeleri ve iki numaralı KDV beyannameleriyle bu satın aldıkları ürünlerin de bu elektronik ürünlerin de KDV sorumluluklarının olduğunu, işletmeler açısından bunu bir numaralı KDV beyanlarıyla indirilecek KDV olarak dikkate alabileceklerini vurgulamak istiyorum.

**Başkan:** Peki. Sayın Akbulut'a çok teşekkür ediyoruz. Şimdi toplantının soru cevap kısmına geldik. Konuşmacılara sorularınız varsa, bunları alalım. Konuyu biraz daha açmaya çalışalım. Buyurun.

---

## SORU - CEVAP

---

**Soru:** Teşekkür etmek istiyorum. Adım Özhan Aslan Tunçeli. Bir bilişim derneğinden geliyorum ben. Şimdi bu konu çok yeni bir konu hakikaten. Gerçekten KOBİ'lere bu konuda nasıl farkındalık yaratmak lazım. Şimdi ben arkadaşlarıma şöyle bir şey sormak istiyorum. Bu sorulara belki müştereken cevap verebilirler. Tek tek de cevap verebilirler. 3 soru altında topladım merak ettiklerimi.

Birinci sorum şöyle, Hazırladığımız güzel çalışmalarınızı, vitrininize koydunuz, KOBİ'leri ayağınıza mı bekliyorsunuz? Bu soruya cevap vermelerini istiyorum. Sivil toplum kuruluşları ile irtibatınız var mı? Gördüğüm kadarıyla İstanbul Ticaret Odası'yla var. İkincisi yaptığınız çalışmalarda elektronik imza uygulamasını, ihale sorumlusu olarak kullanıyor musunuz? Elektronik fatura kullanıyor musunuz? Bu sorulara cevap istiyorum.

Bir de müşteriler adına kalite konusunda, fiyat konusu zaten ortalığa çıkıyor ihaleden de, kalite konusunda, katalog konusunda, gözetim hizmeti konusunda katkılarınız oluyor mu, yani bir firma size bir ihaleye girdiği zaman, o firmayla ilgili tedarikçilerle ilgili, sizden liste bulabiliyor mu? Katalog listesi. O listeye ait, o firmanın kalite standartlarına haiz olduğu hakkında bir doküman bulabiliyor mu? Dolayısıyla seçimde müşteriye böyle bir yarar sağlayıcı katkılar sağlıyor musunuz? Bunlar için teşekkür ederim.

**Başkan:** Biz teşekkür ederiz. Sorunuzu bütün konuşmacılara yönelttiğiniz için birer cümle ile yanıtlamalarını ya da kendi aralarında bir görev bölümü yapmalarını isteyelim. İlk soru ilginç bir soruydu, ayağınıza KOBİ'leri bekliyor musunuz sorusuydu. İsterseniz onu cevaplandırın önce, burada bir eleştiri var, aslında gizli bir eleştiri var. Niçin KOBİ'lere gidip, bu çalışmaları sunmuyorsunuz, anlatmuyorsunuz eleştirisi var. Yani kim üzerine alınıyorsa, cevap versin.

**Cevap 1:** Merhaba, teşekkürler sorularınız için, şimdi elektronik ihalenin biraz gelişiminden bahsetmek istiyorum. Dünyadaki gelişimine baktığımız zaman 90'lı yılların sonundan beri, 98-99 yıllarında elektronik ihale ve elektronik satın alma uygulamaları başladı Amerika'da. 2001'e kadar bayağı ilgi çekici bir olaydı bu. 2001'de dot.com şirketleri batınca, elektronik ihale de aslında bundan zarar gördü. Ve biraz daha yavaş bir şekilde gelişmesini sürdürdü.

Şimdi Türkiye’de ise, herhalde burada sektörün ilk iki firması, Koç grubu ve Sabancı Grubu olacaktır, yanılıyor olabilirim, ilk kim bilmiyorum. 2001 yılında başlıyor ve İntengo’nun kuruluşu 2005 yılı, şimdi dünyada baktığınız zaman, gelişimi her zaman büyük şirketlerden, küçük şirketlere doğru bir yayılma söz konusu, yani öncelikle büyük miktarda satın alma yapan daha kurumsal şirketlerin elektronik ihaleyi kullandığını, daha sonra KOBİ’lere doğru yayıldığını görüyoruz.

Türkiye’de de buna benzer bir süreç izleniyor. 2001-2005 arası Koç grubu, Sabancı grubu gibi dev markalar elektronik ihaleyi kullanmaya başlıyor ve gittikçe bu gruplar içerisinde yaygınlaşıyor. Fakat dediğiniz gibi, çok fazla dışarıya açılmıyor bu sistemler. Türkiye’de bu sistemin tanıtılması, tanınması ve dışarıya açılmasının mazisi çok eski değil.

Elektronik ihale sistemlerinin gelişiminin de önce büyük şirketlerden başlayıp, daha sonra KOBİ’lere doğru olacağını düşünüyoruz. O yüzden ilk etapta bu sistemi duyuracak olan daha büyük ve kurumsal şirketlerdir kanımca. O yüzden KOBİ’lerin ayağımıza gelmesini beklemiyoruz tabii ki. Ama öncelikle büyük şirketlerin ön ayak olması gerektiğini düşünüyoruz.

**Cevap 2:** Teşekkürler sorunuz için. Tabii müşterinin ayağa gelmesi çok güzel olurdu ama bu piyasa şartlarında bunu beklemek hayalcilik olurdu. Çok haklısınız. Biz KOBİ’lerle çok içli dışlı olduk aslında, onların sorunlarını dinledik. Neler olduğunu gördük. Ama diğer arkadaşlarımızın da belirttiği gibi, bu maalesef biraz daha büyük ölçekli firmaların farkındalıklarından çıkıyor. Büyük firmalar piyasadaki koşullara bakarak, bu tarz sistemlerin ne kadar faydalı olduğunu görme konusunda biraz daha ilerideler KOBİ’lere kıyasla.

KOBİ’lerde şöyle bir dezavantajınız var. Tek tek gerçekten uğraşamıyorsunuz. Çünkü herkesin bakış açısı farklı. Herkesin mantalitesi çok değişik. Şunu görüyoruz bu tarz platformlar onlar için belli bir standardı yakalamayı, belli bir konunun farkındalığına vardırılmayı belki sağlayacak. Direk bunları kullanabileceğini ve KOBİ’lerden herhangi bir bizim açımızdan bir kârlılık yada fayda sağlanabileceğini kısa sürede düşünmüyoruz ama, ileriki süreçlerde bu iş böyle yapılmış, bu işin doğası buymuş diyebilmelerini istiyoruz açıkçası.

Tabii KOBİ’lerle bireysel olarak gidip görüşmek ya da onlarla ilgili birtakım pazarlama faaliyetleri bulmak çok zor. Ama bildiğiniz gibi sektör çok yeni, onlarla ilgili planlarımız var, umarız yakın bir zamanda da tüm KOBİ’lere

ulaşıp, genelde büyük reklamlarla KOBİ'lerin farkındalıklarının arttırılabileceğini düşünüyoruz. Bire bir görüşmelerle çok zor olacağı kanısındayım. O nedenle bahsettiğim büyük reklamlar neticesinde daha fazla KOBİ'nin bu işe gireceğini, daha farkında olacaklarını düşünüyoruz.

e-İmza ve e-fatura ile de ilgili sorunuz vardı, ona da cevap vermek isterim. e-İmza devlette de yeni yeni uygulanmaya başlanan ve şu an herkesin kullanmadığı ama çok yakın gelecekte kullanılabileceğini düşündüğümüz, zaten kullanılacağı öngörülen bir yapı. Her ihale firması bu uygulamayı muhakkak sistemlerine dahil edecektir ve süreçleri yeterince güvenilir ve yaygın olduğu zaman süreçlerine dahil edecektir, ama takdir edersiniz ki, yeni çıkan bir ürünü hemen sisteme koyup onun çalışmasını beklemek çok zor.

İnsanların bu konuda bilinçli olması, belli bir alt yapının oluşması gerekmektedir. Bu elektronik faturada da aynı şekilde. Bu altyapı oluştuğundan sonra, bunların sisteme entegrasyonu çok kolay. Zaten elektronik sistemlerin en büyük avantajı bu. Yeni teknolojilere çok rahat uyum sağlayabiliyorlar. Yeni çıkan fonksiyonları eklemek, onları uyumlaştırmak çok daha basit, çok daha kolay, çok daha yaygın bir şekilde mümkün.

Kalite konusunda ve gözetim konularında da; Firmalara bir know-how transferi yapıyoruz bu vesileyle, biz satın alma danışmanlığı veriyoruz. Örneğin, bir firma hakkında hiç bilgisi olmadığı bir ürünü alma talebi ile geldiğinde, o ürünün şartnamesinin hazırlanmasından tutunda, bir taahhütnamenin nasıl hazırlanacağına bir sözleşmenin nasıl hazırlanacağına varana kadar her konuda yardımcı oluyoruz.

Örneğin, bir firma bir kağıt ürünü almak istiyorum dediği zaman, "bu kağıdı nerede kullanmak istersiniz, hangi tür makine kullanıyorsunuz, bu ürünü depolayacak mısınız, parça parça mı alacaksınız, depolarsanız bu şekilde sorunlarınız olabilir. Kağıdı depolamakta sıkıntı olabilir" gibi, birtakım bizim o konularla ilgili kendi bildiğimiz, o ürünlerle, o sektörle ilgili yıllarca uğraşmamızdan kaynaklı tecrübelerimizi müşterilerimizle paylaşıyoruz. Onlar da yani bir uzman satın almacı görüşüyle ürünlerini alıyorlar.

Katalog derken, ben elektronik katalogları anlıyorum. Her türlü ürün ve hizmet, sistemler içerisinde elektronik olarak kataloglanabiliyor. Bu talep oluşturma aşamasında da herkesin belli bir standartta tedarikçiye kadar ulaşan, aynı dili konuşuran bir yapıyı kullandığını görüyoruz. Satın almacılar çok iyi bilir, bir kişi kalem istiyorum der, ama ne tarif edebilir, ne

ürün kodunu verebilir. Ne rengini söyler. Bu defalarca konuşulur. İşte bu muydu, şu muydu gibi.

Ama elektronik kataloglarda bunlar resimleriyle, gerekirse şirkete özel açıklamalarıyla, işte sekreter kalemidir, yönetici kalemidir. Kırmızı, resmi şudur, kodu şudur gibi kataloglanarak taleplerde ve tedarikçiye giden teklif isteklerinde dahi bu tarz detayda ulaşabiliyor. Böylece herkes ne istiyorsa, onu almış oluyor. İsteddiği şey ile, gelen şey farklılaşmıyor. Teşekkürler.

**Cevap 3 :** Şimdi KOBİ'lerle alakalı konularda arkadaşlar zaten detaylı bilgi verdi. Farklı bir bilgi vermeyeceğim ama şunu eklemek istiyorum. Biz 2001 yılında ilk sektöre çıktığımızda bir Pazar yeri mantığıyla çıktık. Yani Pazar yeri mantığı şuydu aslında, bir alıcı aynı zamanda tedarikçi, bir tedarikçi de aynı zamanda alıcı olabilirdi. Ama biz bunu sürdürmedik. Çünkü sürdürülebilir bir yapı değildi o zaman. Hem gelir açısından, hem de şirketin geleceği açısından.

Şimdi biz çok güzel şeyler anlatıyoruz ama, aslında işin ticari bir bağlayıcılığı yok hiçbir taraf için ve Akın beyin de bahsettiği gibi, 5070 numaralı aslında ıslak imzanın yerine geçen Elektronik imzanın devreye girmesiyle beraber, biz bunu tedarikçi sözleşmelerini, teklif onayını, teklifle beraber gönderilen şartnamelerin imzalanmasına, satın alma siparişine çevrilen işlerin sipariş sürecindeki onayına kadar her bölgeye koyduk ve şu an mobil imza devrede bizde e-imza modülüyle beraber.

Katalog tarafına gelecek olursak biz aslında onu karşılıksız ekledik zaten. Çünkü yasal olarak bir dayanağı olması lazım bu işin ve bir şekilde zaten o yöne doğru gidiyoruz. Dolayısıyla biz o tarafta hazır olmak istiyorduk bu konuda. Ve ekledik bu tarafı. İkinci olarak firma listesinden bahsettiniz.

Yine Ocak 2009'da eklediğimiz tedarikçi performans modülümüz vardır. Bu modül detaylı olarak 3 tane üretim, 2 tane hizmet şirketinin satın alma birimleriyle çalışılarak, tedarikçi seçim kriterleri, ne olduğu ve nasıl bir değerlendirme aşamalarından geçildiği incelenerek yapıldı. Bunun içeriğinde şöyle bir yapısı vardır aslında. Şimdi burada iki bilgiyi paylaşabilirsiniz.

Birinci bilgi platform içerisinde dönen sayısal bilginin, tedarikçi tarafında verilebilir tarafı. Bir de satın alma tarafı, yani alıcı tarafında paylaşılamayan tarafı, yani kendi iç süreçlerindeki değerlendirmeleri söz konusu. O tarafta da bakacak olursanız bir anket yapısı vardır. Buradaki anket yapısında da tabii siz bir satın almayı başlattığınızda, satın almacının değerlendirmesi,



muhasebenin değerlendirmesi, ya da depoya ürünün tesliminde değerlendirilmesi, farklı olabilir. Ağırlıkları farklı olabilir.

Bu şekilde bir ağırlıklandırma vardır sistem içerisinde ve biz bunu üye olan firmalarla paylaşıyoruz. Sivil Toplum Kuruluşları ile ilgili bir bağ var mı dediniz. Evet birçok Sivil Toplum Kuruluşuyla irtibatımız bulunmakta. Diğer bir eleştiriniz KOBİ'lerle ilgili olandı. Bu eleştirinizde hak veriyorum size. Şu ana kadar dediğim gibi, yani tamamıyla fokusumuz büyük odaklı satın alma şirketlerine dönük olduğu için, bunu biraz gözardı ettik, kendi platformumuz açısından konuşuyorum.

Ama tabii ki ileride ne olur bilinmez, çünkü bizim tedarikçi diye adlandırdığımız firmalar, aslında satın alma hacmi büyük olabilecek potansiyel firmaları da barındırıyor. O gözlükle de ileriki dönemlerde bakacağımızı umuyorum. Ama yani şu anda bir bağımız yok.

**Cevap 4 :** Bilişim derneği değil ama farklı platformlarda biz zaten hem sektörün tanıtımı için hem de hizmetlerimizin tanıtımı için uğraşıyoruz. Bunu çok farklı şekillerde hani organize sanayi bölgelerindeki birtakım yerlerde olsun veya işte Ege Bölgesi Sanayi, Ankara Sanayi Odası, işte İstanbul Ticaret Odası gibi farklı platformlarda hep tanıtıma çalışıyoruz. Veya işte özelliklerini anlatmaya çalışıyoruz. Yine Türk Eğitim Gönüllüleri Vakfı ve benzeri yerlerde de belli çalışmalarımız var.

Buradan da mümkün olduğunca KOBİ'lere de bir şekilde ulaşımaya çalışıyoruz. Çünkü ancak öyle bir topluluğu, böyle bir platform altında yakalayabiliyorsunuz, hatta biz bunun için Manisa'ya kadar da gittik. Yani farklı farklı illerde de bu çalışmayı yaptık ve bunların da meyvelerini zaman içerisinde görüyorsunuz. Normalde bakarsanız, bu iş ilk etapta büyük firmalarda başlıyor. Belli bir tecrübe edinmeniz gerekiyor. O büyük firmalar, kendi çalıştıkları alt firmaları disipline ediyorlar.

Çünkü bu iş böyle bir hiyerarşik yapıya dönüşüyor. Siz ne kadar alt platformları belli bir noktaya getirebilirseniz, o alt firmalar da doğal olarak kendi hizmetlerini alacakları firmaları disipline ediyorlar. Bu şekilde böyle bir zincir halinde devam ediyor. O yüzden buradaki firmaların da çoğunluğu, ilk önce büyük firmalarla çalışmıştır, ama şu anda bakarsanız bizim için de en önemli odak noktası KOBİ'lerdir.

Onlara yönelip oradan birtakım kazanımlar sağlamak için de elimizden geleni yapıyoruz. Diğer sorularla ilgili zaten arkadaşlar yanıt verdikleri için

çok fazla girmeyeceğim ama, hepimiz benzeri hizmet verdiğimiz için, zaten ortak bir benzerliğimiz var diyebilirim.

**Başkan:** Peki çok teşekkür ediyoruz. Başka sorusu olan var mı? Buyurun.

**Soru :** Merhaba, İş Bankası'ndan geldik, sorum şu. ERP sistemlerine bir entegrasyondan bahsedildi sanırım. Bir danışman vasıtasıyla mı konuşturuyorsunuz ERP programı ile, yoksa web servislerinizi açıyorsunuz da şirketten mi bekliyorsunuz? Bu nasıl gerçekleşiyor bunu öğrenmek istiyorum ben. Teşekkürler.

**Cevap 1:** Şimdi bizim teknik alt yapımızda, ilk yola çıkışta kullandığımız platformların entegre olmaması sebebiyle, web servisleri yardımıyla biz bunu gerçekleştiriyoruz. İki aşaması vardır entegrasyonun. İlk aşaması satın alma talep entegrasyonu, ikinci aşaması satın alma sipariş yada teklif modülü entegrasyonudur.

Yani eğer satın alma içerisinde kullanılan ERP yazılımında eğer bir teklif modülü varsa, biz platformda dönen teklif toplama olabilir, ihale olabilir bunların sonucu ile ilgili teklif raporunu, web servisleri yardımıyla teklif modülüne gönderebiliriz. Ya da eğer ortada bir sipariş varsa, sipariş yaratması için ilgili datayı web servislere yollayabiliriz. Ama burada bir ayrı bir parantez var tabii o da şu.

Şimdi bazı firmalar için sonuçlandırılıp sipariş onayı alınmasından sonra bilgiyi tedarikçiye gönderebilirler. Böyle bir yapı da olabilir. Böyle bir yapıda da biz yine firmaların iç sürecinde işi tamamladıktan sonra, web servisleri yardımıyla bilgiyi çekip işi sonuçlandırıp, tedarikçiye mail, sms veya faks yoluyla bilgiyi gönderiyoruz. Ama burada biz esnek bir yapıya sahibiz.

Web servislerini artırıp azaltabilir konumdayız şu anda. Dolayısıyla satın alma sürecindeki yapınız ne şekilde ise, o şekilde bir entegrasyon yapıyoruz. Biz BİMSA olarak aynı zamanda, ERP sistem entegratör firmasıyız. Dolayısıyla hem yazılım geliştirme tarafında bir ekibimiz var. Hem de ERP entegrasyonda kendi ekibimiz var halihazırda. Dolayısıyla süreç danışmanlarından da yardım alarak, sizlerin de tariflemesiyle beraber ortaya entegrasyonu çıkartabiliyoruz. Teşekkürler.

**Cevap 2:** Ben de bir ekleme yapmak istiyorum. Normalde baktığınızda çok farklı firmalarla çalışıyorsunuz, her firmanın farklı ERP programı var. Doğal olarak da sizin de bunlara bir şekilde entegre olmanız gerekiyor. Bu ERP

programları hem topluluk içinde, hem topluluk dışında farklı platformlarda olabilir. Bu Oracle, SAP, Maksimo aklınıza gelebilecek herhangi bir özel yazılım da olabilir.

Sürecin başında ortasında veya sonunda yani belli bir noktada bağlantı kurulacaksa, bu entegrasyonu çok rahatlıkla yapabiliyoruz. Önemli olan ilk önce bilgi işlemde, hangi aşamada, hangi noktada nasıl bir platform altında ve nasıl bir görsellikte olacağı, datanın nereye aktarılacağı konusudur. Sonuçta entegrasyon kısmında tamamiyle esnek bir yapımız var. Teşekkürler.

**Başkan:** Teşekkürler. Başka sorusu olan dinleyicimiz? Bir soru da orada var.

**Soru:** Merhaba Satın alma Türkiye adına buradayım. İsmim Gürkan Hüryılmaz, aynı zamanda stratejik satın alma eğitmeniyim. Öncelikle size böyle bir panel açtığınız için teşekkür ederim. Ayrıca panelistlere güzel sunumlar yaptığı için teşekkür ederim. Şimdi böyle bir hizmetin taraflarca kullanılabilmesi için, hepinizin takdir edeceği gibi, öncelikli güvenilirlik ve kazan-kazan modelinin devreye alınması gerekir.

Güvenilirlik konusunda satın almacılar açısından baktığımızda, örneğin böyle bir hizmet kullandığında maksimum faydayı elde edeceğini bilmesi gerekir. Maksimum faydayı elde edeceğini bilmesi için de ihale sonuç fiyatının bedelinin diyelim, satın almacı için en uygun şekilde kapanmasını isteyecektir. Bu konuda bir çalışmanız var mı? Birinci sorum bu. Parantez içinde o tedarikçilerin önceki performansları, veya önceki ihalelerde göstermiş olduğu minimum fiyatlar konusunda bilgi paylaşımınız var mı? Bunu soruyorum.

İkinci konu, tedarikçiler açısından yaklaştığımızda, tedarikçiler açısından şöyle bir soru işareti olabilir. Sahte tedarikçi ve sahte fiyat. Yani ihaleyi açan firmanın, ihaleyi kızıştırmak için kullanacağı bir X firması. Bu X firmasını ortadan kaldırmak için nasıl bir tedbiriniz var ve üçüncü soru da bu ihale sonuçlandığında, kanuni bir bağlayıcılığı var mıdır?

Yani, ihale sürecini takip ediyorsunuz, tamam ama sonucunda bir sözleşme yapılıyor mu, yapılmıyor mu? Bunun takibi mi var, yoksa böyle bir çalışma, örnek olarak sadece fiyat toplamak için mi açılmış? Yoksa hakikaten bir satış yapmak ve sözleşmeye bağlamak için mi açılmış? Bu konuda yani ihale sonrasında bir sözleşme takip süreciniz var mı? Teşekkür ederim.

**Cevap 1:** Teşekkürler, sorular için. Satın alma personeli nasıl elektronik ihale neticesinde en iyi fiyatı aldığından emin olacak? Orada, anladığım kadarıyla tedarikçinin veya aynı konuda yapılan ihalelerin sistemde oluşan fiyatlarını paylaşmak, karşılaştırmak gibi fonksiyonlar var mı bunu öğrenmek istiyorsunuz.?

Şimdi satın almada ortaya çıkan fiyatlar, her zaman o gün o an, ihaleyi yaptığınız an, veya alımı yapacağınız anda, alımı yapan firmaya özel fiyatlardır. Dolayısıyla bunları karşılaştırmak bir fikir verebilir ama, kesin sonuçlar vermesi çok zor. Açıkçası böyle bir şey yapmıyoruz. Yapmayı çok doğru da bulmuyoruz.

Bir kere satın alma tarafından güvenilirlik dediğiniz zaman, bir de işin gizlilik boyutu var. Bu sistem üzerinde şirketin bütün satın alma datası, ve neyi nereden kaçta aldığı fiyat bilgisi var. Dolayısıyla bu dataların başka firmalarla paylaşılmasını doğru bulmuyoruz. Nasıl emin olacak satın almacı?

Elektronik ihale aracının nasıl kullanılacağı satın almacıya bağlı. İsterse satın almacı şunu da yapabilir. Bütün firmalarla pazarlıklarını yapar. Getirebileceği yere getirir fiyatları. Ondan sonra elektronik ihale açar. Dolayısıyla orada bir tasarruf sağlanırsa bu tasarruf gerçekten elektronik ihalenin yani bu sürecin gerçek bir başarısı olarak ölçülebilir.

Hiçbir tasarruf sağlanmazsa da iyi fiyatlara ulaşıldığı garanti edilmiş olur, yani bir kayıp olması bir kere söz konusu değil.

İkinci sorunuza gelince, tabii tedarikçilerin şimdi bu sistemlerle ilgili en büyük endişelerinden bir tanesi, bu sistemde sanal bir firma var mı? İşte buna tavşan firma diyoruz biz. Hani evet, yani birisi önden indirimleri yapıp, aşağıya mı çekiyor fiyatları? Şimdi bir kere bunu yapmaya çalışsa bile satın alma personeli ikinci ihalesine hiçbir tedarikçi bulamaz. Çünkü bu hemen duyulur. Yani sürdürülebilir bir şey değil.

Biz İntengo olarak aracı olduğumuz yani ihalesini gerçekleştirdiğimiz müşteriler için, tedarikçilerine bunun olmayacağını taahhüdünü veriyoruz ve tabii sonuçta bizim çalıştığımız müşteriler devamlı satın almalarını bu sistem üzerinden yaptıkları için, bu tarz hani günü kurtarmak için, etik olmayan yollara da başvurmuyorlar. Çünkü çok daha kötü sonuçlar doğurabiliyor. Ama tedarikçilerde bu endişeyi kesinlikle yenmek lazım.

Diğer sorunuz da kanuni bir bağlayıcılığı var mı? Kanuni bir bağlayıcılığı

yok. Ama etik bir bağlayıcılığı var. Sonuçta yani kamu ihalesi, kamu ihale kanununa tabi bir ihale olmadığı için, sonuçta bu proje iptal de edilebilir.

Hiç satın alması da yapılmayabilir. Fakat etik olarak bu işin sürmesi, elektronik ihalenin devamının gerçekleşmesi için, bir elektronik ihale yapıyorsanız, başta koyduğunuz kriterlere uygun olarak, sonucunda alımı yapmanız lazım. Biz de bu konuda kendimiz çalıştığımız müşterimiz dediğimiz yani alım yapan firmalarla, sözleşme yapıyoruz. Yani etik olmayan kullanımın önüne geçmeye çalışıyoruz. Ben teşekkür ederim.

**Cevap 2:** teşekkür ederim sorularınız için, çok güzel sorular. Aslında bu panelde değinilmeyen büyük firmalar genelde bu işi kendileri de yapmak isteyebilirler. Yani bir ihale firmasını kullanabildikleri gibi, aslında kendileri de bir elektronik ortamda tedarikçilerini yarıştırmak bir alım yapabilirler.

Çok güzel iki soru geldi. Aslında bu iki soru da firmaların elektronik ihale işlemlerini neden kendilerinin yapmamaları gerektiği sorusunu özetliyor. Birincisi neden yapmamaları gerekiyor? Çünkü kendi ihale tecrübeleri hiçbir zaman piyasada olan yıllarca bu işle uğraşmış olan kişilerin tecrübesine erişemeyecek. Şimdi şöyle özetleyelim.

Bir sanal ihale açtığımız zaman, ihalenin süresinden tutun, uzatmaların rakamlarına, miktarlarına, ihalenin tarzına hangi fiyatların gözükeceğine, hangi firmaların gözükeceği, bu firmaların sıralarının mı kendilerinin mi gözükeceği ile ilgili, ihale firmalarının çok güzel özel tecrübeleri var. Bu fiyatlara son derece etki eden bir faktör.

Bir ihale açarsınız, fiyat belli bir yere gelir. Ama doğru tarzda açarsanız, çok daha aşağılara inebilir. Bu ihale firmalarının yıllarca oluşturduğu tecrübeden kaynaklanır. Ama firmalar bunları kendi başlarına yaptıkları zaman, bu tür tecrübelerden mahrum kaldıkları için, genelde son derece standart verilerle bu işi yapacaklardır. O yüzden kendi kendilerine çok iyi fiyatlara ulaşamazlar. Bir önceki fiyatlarla kıyaslamayı da yine müşteri kendi yapabilir. Demin de ifade edildiği gibi, çok doğru olmayabilir bu. Çünkü X zamanda en iyi fiyatı bulmak, aslında mantık. O zamana kadar ki en iyi fiyatı bulmak değil. Çünkü şartlar değişiyor.

Stoklar, sene sonları, mali yıllar her şey devreye giriyor ve o anda bir fiyat oluşuyor. O anda fiyatı o zamanki en iyi fiyat olarak görüyoruz. Ama bu bir ihale firmasının katkılarıyla çok daha iyiye götürülebilir. Bazı stratejik ayarlamalarla, ihale tanımlarıyla daha da iyiye götürülebilir.

İkinci bir konu da sahte ya da tavşan dediğimiz türdeki satım, tedarikçilerin de sisteme dahil olması. Takdir edersiniz ki eğer müşteri kendi yapıyorsa, bundan daha çok şüphe duyulabilir. Tedarikçiler diyebilir ki, onlar kendileri yapıyorlar, hani istedikleri kadar tedarikçi ekleyip, bize sanki gerçekmiş gibi gösterebilirler.

İhale firmalarının burada da bir tarafsız bir rolü var. Çok güzel bir şekilde bunu dışarıya aldığınız zaman, firma ile tedarikçi arasında bir tarafsız bölge koymuş oluyorsunuz. Demin de ifade edildiği gibi, belki bizi de bir kere kandırabilir.

Çünkü oradaki kişiler kayıtlanıyor, telefonları aranıyor, yedek, o olmazsa başkası. Nasıl teklif verilecek anlatılıyor her seferinde. Bu kişileri farklı farklı firma olarak bizimle temas kurup, kendilerini kaydetmesi, bizim internet üzerinden bunları araştırıyoruz, eminim herkes de bu şekilde hassas zaten tedarikçileriyle ilgili hassasiyetleri vardır.

Satın alma Personelinin internet sayfası oluşturup bize sanki böyleymiş gibi göstermeleri çok daha zor. İmkansız mı hayır elbette değil bir iki kere yapılabilir, ama üçüncü de kesin olarak anlaşılır. Ama dediğim gibi eğer müşteri kendi yapıyorsa bunları, bunu dışarıya hiçbir şekilde yansıtmayacağı için, üçüncü bir partide tarafsızlığı olmadığı için, çok daha kolay yapılabilir diye düşünüyoruz.

Bu nedenle firmaların bunları kendisinin yapmasından ziyade, ihale firmaları üzerinden yapması çok daha etkin ve efektif, hem tedarikçilerin gözünde, hem de daha iyi bir fiyat performansı sağlanması için çok daha etkili olacağı kanısını taşımaktayız.

Yasal bir bağlayıcılığı var mı diye sormuştunuz. Ona yine elektronik imza ile mobil imza ile bu yasal bağlayıcılıkları belki artacak ama, şimdi geçici çözüm olarak eğer bir yasal bağlayıcılık olması gerekiyorsa, aynı standart işlemlerde yapıldığı gibi, ıslak imzalı olarak oraya ekler yapılabilir. Önceden bir şekilde dokümanlar gönderilebiliyor. Bazı taahhütnameler imzalatılabiliyor.

Örneğin ihaleden önce bazı teminatlar yatırılması istenebiliyor firmaların. Bunlar normal klasik yöntemde yapılan işlerin bir şekilde elektronik sistemlere entegre olması. Ama tabii ki bunun doğrusu, e-imza ve/veya mobil imza ile gerçekten tamamen ıslak imzayı, dokümantasyonu ortadan kaldırmak ve bu şekilde yapmak, ama bu çok yakın bir gelecekte olacağını düşünüyoruz.

Diğer taraftan yasal bağların olmamasının da istendiği durumlar olabiliyor. Yani sadece teklif alıp, piyasa araştırması yapmak isteyen firmalar da hani bunun herhangi bir yasal bağlantısının olmamasını tercih edebiliyorlar. Bu tamamen müşterinin taleplerine göre şekillendirilebilir. Teşekkür ediyorum.

**Başkan:** Diğer sorulara geçelim lütfen. Evet bir soru daha oradan var.

**Soru:** Hemen ben sorularıma geçeceğim müsaadenizle. Şimdi bir tarafta müşteri bir tarafta da tedarikçi var. Alacağım mal için siz bana tedarikçiyi buldunuz. Ama yüz yüze karşılaşıyor musunuz, birinci sualım.

Tedarikçinin benim söz konusu mala veya hizmete ihtiyacım olduğundan, benim firmamın ihtiyacı olduğundan haberi oluyor mu, iki. Yoksa siz tedarikçiden malı alıp bana mı satıyorsunuz bu üçüncü sorum? Dördüncü soru, yoksa siz tedarikçi ile beni karşı karşıya getiriyorsunuz, işin sonunda, tedarikçi faturayı bana kesiyor, siz arada komisyon mu alıyorsunuz?

Bir soru daha. Şimdi eğer ben 100 bin dolarlık bir mal alımı yapmak için mesela tedarikçi buldum. Ondan sonra da esasında benim niyetim 600 bin dolarlık bir alımdı. 600 bin dolarlık alım da eğer siz komisyon alıyorsanız ödeyeceğim rakam daha fazla olacaktı. Siz bana 100 bin dolarlık bir alım ayarlayıp istediğim tedarikçiyi de tesadüfen buldunuz, ondan sonra ben size haber vermeden diğer 500 bin dolarlık alışverişimi sizden habersiz yaptım.

**Cevap 1:** Şöyle, şimdi genel olarak siz ilk önce tedarikçi istemişseniz bizden biz size tedarikçinin iletişim bilgilerini gönderiyoruz. Biz herhangi bir şekilde aracı olmuyoruz. Siz sonuçta temasa geçmek isterseniz kendisiyle görüşüyorsunuz, ama biz eğer siz izin verirsiniz önceden, hangi müşteri olduğunu, yani şirket isminizi deklare ediyoruz tedarikçiye.

Ondan sonra da bizim sizden ricamız, kendisini çağırıp referanslarını kontrol etmeniz. Çünkü sonuçta biz sizin adınıza, sizin alınıza herhangi bir şekilde taahhüt veremeyiz. İlk önce sizin o tedarikçiyi de diğer tedarikçilerle aynı kriterlere sokup, değerlendirmenizi bekliyoruz. Akabinde eğer siz uygun görürseniz, o firmadan da teklif alır, ondan sonra da onu ihaleye davet edebilirsiniz. Birinci soruyu ben vermiş olayım. Yani sonuçta hepsi aynı şekilde devam edeceği için. Teşekkürler.

**Cevap 2:** Biraz önce açıklandığı gibi, tedarikçiye aslında ihale firmaları, genelde garanti vermiyor, sadece danışman olarak size bazı önerilerde bulunuyor. Bu firma bazı satın alımlarını gerçekleştirmişti sistem üzerinden,

başarıyla ve bunu kullanmak isterseniz, iletişim bilgileri şudur ve bu konuda da istediğiniz sizin kendinize özgü bazı denetlemeleriniz yada süzgeçleriniz olabilir.

Bunları kullanarak bu tedarikçiyi süzgecinizden geçirin ve tedarikçi olarak istiyorsanız bunu da ihaleye davet edelim diyoruz. Yani, orada hiçbir şekilde bir faturalama yada araya girip de ondan alıp ona vermek gibi bir şeyle uğraşmıyor ihale firmaları. Sadece yapılan buradaki operasyonel işlemi, elektronik ortama aktararak, oradaki işlemlerin düzgün bir şekilde yapılmasını sağlamak. Yani o tedarikçiyi siz kontrol ediyorsunuz, biz öneriyoruz sadece.

Diğer sorulardan birine daha cevap vermek istiyorum. Yani orada komisyon olarak da firmalar çalışabiliyorlar. Siz 500 bin dolarlık bir alıma ihtiyacınız olduğu halde 100 bin dolarlık bir alım yaptığımız zaman, ihaleyi de 100 bin dolar açacağımız için, tedarikçilerin o yere verdiği fiyatlar, ona göre olacaktır. Yani 100 bin dolarlık bir ihaleye verdiği indirimle, 500 bin, 600 bin dolarlık verdiği ihaleye verdiği indirim farklı olabilir. Bu sizin zararınıza olabilir. Ama eğer siz volume ya da tasarruf üzerinden komisyon vermekten ziyade, benim rutin işlerim var, bunları bir şekilde halletmek istiyorum.

Bu komisyonları bu şekilde vermek istemiyorum derseniz o zaman da ihale firmalarının bazı önerileri oluyor size, örneğin belli aylık veya yıl bazlı ücret ödemeleriyle veya yazılım ücretiyle hizmet alabiliyorsunuz.

Durum böyle olursa siz 500 bin değil, 500 milyon dolarlık ihale de açsanız, verdiğiniz sabit bir değer olabiliyor. Bunlar tamamıyla ihale firmalarıyla anlaşmanıza bağlı. Sizin yapınıza bağlı, yılda kaç tane ihale yaptığınıza, hangi hizmetleri onun üzerinden aldığınıza bağlı. Yani tek bir kural yok bu ihale sisteminde. Müşterinin avantajına, müşteriye daha çok tasarruf sağlayacak ve onun normal süreçlerine engel olmayacak, oradan tasarruf sağlayacak şekilde sunuluyor. Diğer sorulara arkadaşlarıma bırakıyorum.

**Cevap 3:** Şimdi ben baştan geçeyim soruların üzerinden. Şimdi bizim kendi platform yapımız itibarıyla biz hizmet veriyoruz diye bakıyoruz işe. Dolayısıyla satın alma yapan firmanın yapmış olduğu satın alma, bizim işimiz değil. Biz orada bir satın alma çözümü satıyoruz.

Başta aslında sunumlarımda da bahsettiğim, ihtiyacın doğduğu andan, ürünün depoya teslimine kadar olan kısmı, elektronik ortama aktarıyoruz ve bu hizmeti veriyoruz. Bu gözlükle de baktığımız zaman sizin 100 bin dolarlık



bir ürün için, pazarlık açıp, 600 bin dolarlık alma insiyatifiniz de yine sizde saklıdır. Çünkü biz standart bir ücret politikasıyla aslında yaklaşıyoruz firmalara. Dolayısıyla bu gözlükle baktığınızda böyle bir problem çıkmıyor.

Tedarikçi tarafında baktığınızda, platformdaki üyelik mantığında da biz bir referans sistemi kullanıyoruz. Bu nedir? Platformdaki üyelik işlemi için başvuran bir firmaya, bazı soru setleri gönderiliyor. Bunu web üstünden kendileri dolduruyor aslında. Ve bu setler içerisinde aslında firmanın hangi firmalarla çalıştığından, büyüklüğüne kadar farklı soru tipleri yöneltiliyor. Buradaki amaç şu, bir firmanın sisteme ya da platforma üye olması, aslında sadece diğer firmalara ulaşması açısından değil, referanslı bir tedarikçi havuzuna da sahip olunması demek.

Diğer arkadaşların da belirttiği gibi, biz ticarete bir taraf değiliz. Ama burada, gerçekleşecek işi destekleyici hizmeti sunuyoruz. Bağlayıcılık tarafında başta biraz evvel söylediğim gibi, mobil imza ve e-imza uygulamasını devreye soktuk ama, yine arkadaşların belirttiği gibi, etik bir bağlayıcılığı var.

Çünkü tedarikçilerin çalışmış olduğu alıcı firmalar, büyük firmalar ve dolayısıyla sizin vermiş olduğunuz bir taahhüdü, “hayır ben yapmıyorum” gibi kestirip atma şansı pek olmuyor. Bu açıdan bu şekilde bir yaptırım var. Şu an benim söyleyeceklerim bu kadar.

**Başkan:** Teşekkür ediyoruz. Başka sorusu olan var mı? Güzel sorular geldi, açıklayıcı sorgulayıcı sorular geldi. Arkadaşlarım da hem sunumlarıyla, hem de cevaplarıyla konuyu etraflı bir şekilde açıklamaya çalıştılar. Ben katılımlarınız için çok teşekkür ediyorum, başka bir benzer panelde seminerde tekrar görüşmek üzere, hepinize iyi günler diliyorum. Hoşçakalın. Teşekkür ediyoruz.

## İTO YAYINLARI (2008)

- 2008-1 Türkiye'nin Küreselleşmesi Fırsatlar ve Tehditler (3 cilt)
- 2008-2 İnternet Üzerinde Hukuki Yükümlülükler - Bilişim Suçları
- 2008-3 Avrupa Birliği'ne Uyum Sürecinde Otomotiv Sektörü Rehberi
- 2008-4 Türkiye'de KOBİ'lerin BASEL II'ye Uyum Süreci ve Öneriler
- 2008-5 Orta Asya'da Girişimcilik: Fırsatlar, Sorunlar ve Çözüm Önerileri
- 2008-6 Lonca'dan Oda'ya Nadir Eserler Kataloğu
- 2008-7 Organik Pamuk ve Tekstil Sanayi
- 2008-8 İş Dünyasına Yönelik Bilgi Merkezleri
- 2008-9 İstanbul Ticaret Odası Görev ve Hizmetler
- 2008-10 Uluslararası Hizmet Ticaretinde Gelişmekte Olan Ülkeler ve Türkiye
- 2008-11 İstanbul'da Şiddet ve Şiddetin Sosyolojik Arka Planı
- 2008-12 İhracat Yönelimli Yabancı Yatırım Ortamı: Karşılaştırmalı Bir Analiz ve Politika Önerileri
- 2008-13 AB ve Diğer Uluslararası Birlikler ile İlişkilerde Türkiye'nin Seçenekleri
- 2008-14 Yöneticilerin Toplantı Yönetimi Becerileri ve Çalışanların Kararlara Katılma Düzeyleri Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi
- 2008-15 Yöneticilerin Liderlik Stilleri, Değişim Yönetimi ve Ekip Çalışması Arasındaki İlişkilerin Çok Yönlü Olarak Değerlendirilmesi
- 2008-16 Kozmetik, Güzellik ve İtiryat Sektörünün Sorunları, Çözüm Önerileri ve Geleceği
- 2008-17 Fiyat İndeksleri
- 2008-18 Öğrenci Yönetmeliği
- 2008-19 Yeni Başlayanlar İçin Tüccarlığın Prensipleri
- 2008-20 Dersaadet / İstanbul Ticaret ve Sanayi Odası'nda Kayıtlı Olan Banker, Tüccar ve Komisyoncuların İsimleri
- 2008-21 İstanbul Ticaret ve Sanayi Odası Mecmuası
- 2008-22 Sigortacılık Yasası, Yeni Yönetmelikler, Yeterlilik Belgesi ve Levhalar
- 2008-23 Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Yönelik Vergi Teşvik Politikası
- 2008-24 Küreselleşme Sürecinde Rekabet Gücünün Artırılması ve Türkiye'deki KOBİ'ler
- 2008-25 Sigorta Sektörünün, Sigorta Düzenleme ve Denetleme Yasasından Beklentileri ve Vergi Problemleri
- 2008-26 Türkiye'de Sınır Ticaretinin Gelişimi ve Mevcut Durumu
- 2008-27 Tüketicinin Korunması Hakkında Kanunun Eksik ve Aksak Yönleri ile Tadiline İlişkin Çözüm Önerileri
- 2008-28 Teknik Eğitim Fakülteleri Araştırması

- 2008-29 Meslek Yüksek Okulları Araştırması  
2008-30 Solvent ve Baz Yağların Kullanımına Yönelik Karşılaşılan Sektör Sorunları  
2008-31 Enerji ve Çevre Uyumu  
2008-32 Dünyada Türkiye ve İstanbul (Broşür)  
2008-33 Turkey & İstanbul in the World (broşür)  
2008-34 Türkiye’de Kongre Turizmini Geliştirme İmkanları  
2008-35 Sahra Altı Ülkeleri Pazar Araştırması: Senegal, Mali, Fildişi Sahili, Gana  
2008-36 Avrupa Birliği Vergi Sisteminde Gelişmeler  
2008-37 Osmanlı Misafirperverliği ve Avrupa’daki Yankıları (2.baskı)  
2008-38 20 Soruda Reach: AB’nin Yeni Kimyasallar Stratejisi  
2008-39 Mikroenerji Santralleri  
2008-40 AB ve Türkiye’de Sosyal Diyalogun Gelişimi  
2008-41 İş Makinası Tescil Belgesi İşlemleri  
2008-42 Milano Ulusal ve Uluslararası Tahkim Odası Tahkim Kuralları  
2008-43 Makro Ekonomik Göstergeler  
2008-44 Kamu İhale Kanunu’na Göre Sağlık ve İnşaat Sektörlerinde Teklif Hazırlama ve Sözleşme Yönetimi  
2008-45 Rakamlarla İstanbul Ekonomisi  
2008-46 Istanbul in Figures  
2008-47 Rakamlarla İstanbul Ekonomisi (Arapça)  
2008-48 Rakamlarla İstanbul Ekonomisi (Rusca)  
2008-49 Türk Yan Sanayi Borsası Üye Profili Araştırması  
2008-50 Türk Bankacılık Sektöründe Yabancılaşma: Risk mi, Fırsat mı?  
2008-51 Uluslararası Finans Merkezi Olarak İstanbul’un Yapılanması ve Finans Kümelenmesi  
2008-52 Taşınmaz Kültürel Miras Yönetimi ve Mali Teşvikler  
2008-53 Uluslararası Ticarete Risk Yönetimi  
2008-54 Bavul Ticareti ile Başlayan Tekstil Dış Ticaretinin Sorunları ve Çözüme Yönelik Beklentileri  
2008-55 İstanbul’da Gayrimenkul Pazarı  
2008-56 Türkiye Ekonomisinde Son Yıllarda Yaşanan Yüksek Oranlı Büyüme Rakamlarının İç Piyasa Üzerindeki Etkileri  
2008-57 Türkiye’de Katılım Bankacılığı  
2008-58 Sorularla Açıklamalı Güncel Kambiyo Mevzuatı  
2008-59 Türkiye’de Yayın Hayatı (Türkçe)  
2008-60 Türkiye’de Yayın Hayatı (İngilizce)  
2008-61 Türkiye’de Yayın Hayatı (Almanca)  
2008-63 Rakamlarla Türkiye Ekonomisi (Türkçe)  
2008-64 Rakamlarla Türkiye Ekonomisi (İngilizce)

- 2008-65 Yer-Yüzey, Havuz Suyu Kimyasalları Mevzuat, Sorunları ve Çözüm Önerileri  
2008-66 2007 Yılı İstanbul Küçük Sanayi Kapasite Kullanım Araştırması  
2008-67 Türk Tekstilinin Altyapısının Yaşamaları için Alınması Gereken Önlem ve Çözümler  
2008-68 Trafik Kaza Tutanakları ile İlgili Uygulamada Karşılaşılan Sorunlar ve Çözüm Önerileri  
2008-69 Sosyal Güvenlikte Yeni Dönem ve İstihdam Paketinin Getirdikleri  
2008-70 Bir Zamanlar İstanbul: Şehir Mektupları  
2008-71 Yargıtay Kararları Işığında Sorularla 4857 Sayılı İş Yasası (gncl.2.bs)  
2008-72 Hamdım...Çizdim...:Mesnevi'den Çizgiler  
2008-73 Türkiye'de Tarımsal Kooperatifçilik ve AB Modeli  
2008-74 İstanbul'un Esnaf Lokantaları (Cook Book)  
2008-75 Başarılı Vergi Mükellefleri 2007 (kitap-cd)  
2008-76 2023 İçin 13 Genç Fikir  
2008-77 Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi  
2008-78 Ottoman Hospitality and Its Impact on Europe  
2008-79 Başarılı İhracatçılar 2007 (kitap-cd)  
2008-80 İstanbul'un Ekonomik ve Sosyal Göstergeleri  
2008-81 İstanbul'un Ekonomik ve Sosyal Göstergeleri (İng)  
2008-82 Türk El Halıcılığı Sektör Araştırması  
2008-83 Ekonomik Rapor: 2008  
2008-84 Economic Report:2008

### İTO YAYINLARI (2009)

- 2009-1 Züccaciye-Turizm Sektörleri Ekonomik Etkileşimi  
2009-2 Züccaciye-Turizm Sektörleri Ekonomik Etkileşimi (özet)  
2009-3 Organik Tarım Bakımından Türkiye'nin Potansiyeli, Bugünkü Durumu ve Geleceği  
2009-4 Sosyal Güvenlik ve Vergi Mevzuatındaki Düzenlemelerin Etkileri  
2009-5 Ticari Mutfak ve Yemek Servisi Ekipmanları İçin Avrupa Direktifleri ve Standartlarının Uygulama Rehberi  
2009-6 Haberlerden Yansıyan İTO  
2009-10 Türkiye'de Optometrik Ürünler Sektörü  
2009-11 Sektörler İtibariyle İstanbul'daki Meslek Liseleri  
2009-12 Fiyat İndeksleri  
2009-13 İstanbul Balık Hali'nin Pazarlama ve Satış Durumu  
2009-14 Türkiye'de ve Dünyada Tarımsal Destekleme Politikası  
2009-15 Türkiye'de Madencilik

- 2009-17 İstanbul'da Kırk Yıllık 40 Lezzet (Türkçe-Fransızca)  
2009-18 Türkiye'de Otelciliğin ve Kongre Turizminin Geliştirilmesi  
2009-19 Halkla İlişkiler Yönetimi  
2009-20 Geçmişten Günümüze İstanbul Hanları  
2009-21 Herkes İçin Ekonomi  
2009-22 Makroekonomik Göstergeler  
2009-24 Özürlüler Vadisi  
2009-25 Telif Hukukunda Yayın Sözleşmesi Örnekleri  
2009-30 Dünden Bugüne Kapalıçarşı  
2009-31 Yaşayıp Unuttuğumuz İstanbul

\* Ağustos itibariyle.

**Not: 2004 yılı ve sonrası çıkan bütün yayınlarımıza internet sitemizden tam metin olarak ücretsiz ulaşılabilir.**

# e-İHALE

Global rekabetin her geçen gün arttığı günümüz iş dünyasında şirketlerin kâr marjlarını koruyarak ticari işlemlerini sürdürmeleri giderek imkânsız hale gelmektedir. Ürünler ve hizmetler, piyasa koşullarının belirlediği fiyatlarda sunulmakta ve şirketlerin hedefledikleri satış ve kâr rakamlarına ulaşmalarının maliyeti (Personel, Reklam vb. giderler sebebiyle) ağır olmaktadır.

Ticaret dünyasının satış tarafında yaşanan bu rekabet, satın alma faaliyetlerinde bulunan firmalar için maliyetlerini kısma ve kârlılıklarını arttırmayı zorunlu kılmaktadır. Elektronik İhale Sistemleri, şirketlere, satın alma işlemlerinde, zaman ve maliyet avantajı sunarken aynı zamanda şeffaflık ve denetlenebilirlik kavramlarını da getirmektedir.

“e-ihale” isimli bu yayında, Elektronik İhale ve Elektronik Satın Alma Sistemlerinin Şirketlere sağlamış olduğu faydalar tüm yönleriyle ele alınmıştır. Aynı zamanda Elektronik İhale Sistemlerinin yapısı, bu sistemlere ilişkin yazılım uygulamaları, sistem donanımları, sistemin kullanılışı, sistemin diğer sistemlerle entegrasyonu ile ilgili bilgiler verilmektedir. Ayrıca Şirketlerin Elektronik İhale Sistemlerini nasıl kullanacakları ve sistemin Tedarik Zinciri Yönetimi kavramı içerisindeki hayati önemine dikkat çekilmiş, sistemle ilgili denenmiş örnekler verilmiştir.



(Elektronik) ISBN 978-9944-60-511-3



İSTANBUL TİCARET ODASI

ISBN 978-9944-60-507-6



9 789944 605076