



OCTOBER 2021 / Vol:7, Issue:45 / pp.1868-1877

Arrival Date : 15.10.2021

Published Date : 25.11.2021

Doi Number : <http://dx.doi.org/10.31589/JOSHAS.754>

Cite As : Çakır, G. & Özcan, A. (2021). "Stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminin Kurumsal Performans Üzerine Etkisi: Türkiye'de İşletmeden Tüketiciye (B2C) E-Ticaret Modeli Üzerine Bir Araştırma", Journal Of Social, Humanities and Administrative Sciences, 7(45):1868-1877.

Research Article

## STRATEJİK İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİNİN KURUMSAL PERFORMANS ÜZERİNE ETKİSİ: TÜRKİYE'DE İŞLETMEDEN TÜKETİCİYE (B2C) E-TİCARET MODELİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA <sup>1</sup>

The Effect Of Strategic Human Resources Management On Corporate Performance: A Study On The Business To Consumer (B2C) E-Commerce Model In Turkey

Gökhan ÇAKIR

Nişantaşı Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, İşletme Yönetimi Bölümü, İstanbul/Türkiye  
ORCID ID: 0000-0002-7551-6111

Dr. Ali ÖZCAN

Nişantaşı Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Öğretim Üyesi, İstanbul/Türkiye  
ORCID ID: 0000-0003-3751-8148



### ÖZET

Bilim ve teknolojinin son yıllardaki hızlı gelişimi internet kullanıcılarındaki artışa vesile olurken dolaylı olarak buna paralel elektronik ticaretin, dünya ticaret hacmindeki pazar payının dikkate değer oranda büyümesine olanak sağlamıştır. Çalışmada ortaya konan analizler, e-ticaret yöntemleri arasında yaygın kullanılan modellerden biri olan B2C e-ticaret modeli kapsamında faaliyetlerini sürdüren hem günümüz işletmeleri için hem de teknolojik gelişmelerin daha da artarak devam edeceği düşünüldüğünde gelecek dönemde ortaya çıkacak işletmeler için kaynak oluşturacak niteliktedir. İşletmelerdeki bireylerin yönetilmesi, rekabet avantajı sağlamak adına işletme stratejilerinin belirlenmesi ve bu stratejilerin uygulanması için alınan tüm kararları içeren stratejik insan kaynakları yönetimi, işletmeler için önemli araçlardan biridir. Stratejik insan kaynaklarının ön plana çıkmasındaki en büyük etkenler teknolojinin gelişmesiyle birlikte artan küresel ve teknolojik rekabettir. Bu Araştırmanın temel amacı; Stratejik İnsan kaynakları yönetiminin Türkiye'de B2C e-ticaret modeli ile faaliyet gösteren işletmelerin kurumsal performansına nasıl bir katkı sağladığının incelenmesidir. Bu doğrultuda, çalışmada stratejik insan kaynakları yönetiminin ve alt boyutlarının, işletmelerin kurumsal performansına etkisi incelenmiştir. Stratejik insan kaynakları yönetiminin işletmelerin rekabet performansını, politika performansını ve yenilik performansını belirli oranlarda etkisi olduğu tespit edilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** B2C (İşletmeden Tüketiciye) E-Ticaret, Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi, Kurumsal Performans

### ABSTRACT

In recent years, the rapid development of science and technology has led to an increase in internet users, while indirectly the market share of electronic commerce in the world trade volume has increased significantly. The analyzes presented in the study are a source for both today's businesses that continue their activities within the scope of the B2C e-commerce model, which is one of the widely used models among e-commerce methods, and for businesses that will emerge in the future, considering that technological developments will increasingly continue. Strategic human resources management, which includes all the decisions taken to manage individuals in businesses, to determine business strategies to provide competitive advantage and to implement these strategies, is one of the important tools for businesses. The biggest factors in the prominence of strategic human resources are the increasing global and technological competition with the development of technology. The main purpose of this research is; It is the examination of how human resources management strategies contribute to the development of businesses operating with the B2C e-commerce model in Turkey. In the study, the effects of strategic human resources management and its sub-dimensions on corporate performance of enterprises were examined. In this direction, it has been determined that strategic human resources management affects the competitive performance, policy performance and innovation performance of enterprises at certain rates.

**Key Words:** B2C (Business to Consumer) E-Commerce, Strategic Human Resources Management, Corporate Performance.

### 1. GİRİŞ

Son yıllarda tüm dünyada hızla artan teknolojik gelişmelerin ışığında dünya ticaret pazarında da çeşitli yenilikler yaşanmaktadır. E-ticaretin dünya ticaret pazarına dahil olması bu yeniliklere en belirgin örneklerden bir tanesidir. E-ticaret kullanıcılarına sağladığı kolaylıklarla beraber, geleneksel ticarete göre daha kullanışlı

<sup>1</sup> Bu makale IERFM2021 Kongresinde sunulan bildirinin gözden geçirilmiş ve düzenlenmiş halidir

bir konuma gelmiştir (Şenol, 2016: 1). Tüketiciler için zaman ve ekonomik tasarruf anlamına gelen elektronik ortamda gerçekleşen ticaret, satıcılar içinde daha düşük maliyet ve rekabet avantajı anlamı taşımaktadır.

Diğer taraftan, günümüzde stratejik insan kaynakları yönetimi uygulamaları tüm işletmeler için artık hayati bir önem ifade etmektedir. Geleneksel İKY 'den Stratejik İKY 'e geçiş sırasında belirgin değişiklikler yaşanmıştır. Bu değişikliklerin başında, işletmeler tarafından bireysel performans yerine artık daha çok örgütsel performansın değerlendirme ölçütü olarak kabul edilmesi gelmektedir (Keçecioğlu ve Unnu, 2009: 1073). Bununla birlikte uygulamalar sonucunda mevcut insan kaynağını en verimli şekilde kullanılması, çalışanlarını geliştirilmesi ve doğru şekilde yönlendirilmesi beklenmektedir.

İşletme üst yönetimi tarafından belirlenen genel işletme stratejileri ile insan kaynakları yönetim stratejileri arasındaki uyumun sağlanması için İKY departmanları, işletmelere yön veren kilit bir konuma sahiptir (Cingöz ve Akdoğan, 2013: 92). İşletmelerin gelişme kaydederken bilmesi ve rekabet avantajı oluşturabilmesi için üst biriminden en alt birimine kadar bir uyum ve düzen içerisinde hareket etmesi gerekmektedir. Bu durumun sağlanabilmesi için insan kaynakları yönetiminin, strateji ve politikalarına ihtiyaç duyulmaktadır.

Araştırma 3 ana başlık altında incelenmiştir. Birinci bölümde, stratejik insan kaynakları yönetimi kapsamında kavramsal analizi, gelişimi ve günümüzdeki işletmeler için önemi noktasında bilgiler verilmiştir. Ayrıca işletmeler için stratejik insan kaynakları yönetiminin ve politikalarının önemi üzerinde durulmuştur.

İkinci bölümde, elektronik ticaretin kavramsal analizine yer verilmiştir. Öncelikle, e-ticaretin gelişim süreci değerlendirilmiş, hem geçmiş hem de gelecekteki konumuna dair istatistik veriler ortaya konulmuştur. Tüketiciler için geleneksel ticaret ile e-ticaretin farklılıkları üzerine değerlendirme yapılarak, e-ticaretin satıcılara ve tüketicilere sağladığı avantajlarla birlikte araştırmanın ana konusunu içeren B2C e-ticaret modelinin Dünyadaki ve Türkiye'deki mevcut konumu detaylandırılmıştır.

Araştırmanın üçüncü ve son bölümünde, ortaya konan hipotezlerin yanıtlanması için anket tekniği yardımıyla katılımcılardan veriler elde edilmiştir. Bu kapsamında bilimsel analiz yöntemleri ile sonuç ve bulgulara ulaşılmıştır. Sonuç ve öneri başlığı altında yorumlama yapılarak çalışma tamamlanmıştır.

## 2. ARAŞTIRMA KONUSUNUN LİTERATÜR GEÇMİŞİ

### 2.1. Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimine İlişkin Kavramsal Analiz

Organizasyondaki bireylerin yönetilmesi ve rakiplere karşı üstünlük sağlayacak stratejilerin belirlenmesi ve uygulanması için alınan tüm kararlara stratejik insan kaynakları yönetimi denir. Organizasyonlar 1970'lerden itibaren rekabet avantajı sağlamak için stratejik yönetime ilgilerini arttırmışlardır. İhtiyacın belirginleşmesiyle birlikte birçok akademisyen ve uzman iş dünyasına önerilerde bulunmuş ve çeşitli deneme süreçleri gerçekleştirmiştir. Stratejik insan kaynaklarının ön plana çıkmasındaki en büyük etkenler teknolojinin gelişmesiyle birlikte artan küresel ve teknolojik rekabettir. 1980'li yılların ortalarına gelindiğinde stratejik insan kaynakları yönetimi üzerine makaleler ve çalışmalar yapılmaya başlamış özellikle işletme alanında çalışmalar yapılmıştır. SİKY ile İKY arasındaki en belirgin fark örgüt stratejisi ile örgütün amaçlarının koordineli ve bağlantılı bir uyumla yönetilmeye başlamasıdır. 1990'lı yıllara kadar organizasyonlarda insan kaynaklarının herhangi bir strateji oluşturmayı çalışma kapsamına almazken bu tarihten sonra insan kaynakları yönetiminin artık stratejiler geliştirdiğini ve uyguladığını net bir şekilde gözlemlemek mümkündür (Bingöl, 2019: 15-17).

Strateji kavramı, değişim ve gelişim için gerekli olan, örgütlerin iç ve dış çevre ile uyumunu artıran, planlanmayan ve ani gelişen durumlar karşısında ise kontrollü bir şekilde çözümler üretilmesine olanak sağlayan yönetim aracıdır. İşletme içerisinde uygulanan stratejiler analitik bir düşünce ile gerçekleştirilmeli ve mantıklı karar verme sürecinin tamamlanması ile mevcut engeller ortadan kaldırılmalıdır. İşletmelerin amaçları ile stratejileri birbirleriyle ilişkili ve paralel olmalıdır. İşletmelerin belirledikleri stratejiler hedeflerine ve amaçlarına hizmet edecek şekilde belirlenmelidir. İşletmeler hem iç hem de dış çevreye karşı belirledikleri strateji politikaları günlük ve gelecekle ilgili uzun vadeli planlarında ayrı ayrı değerlendirmeli ve bu doğrultuda hareket etmelidir (Barutçugil, 2004: 56-57). Stratejik yönetimin görevi ve hedefi örgütün içerisinde barındırdığı değerlerin, çevre faktörünün ve mevcut kaynakların birbiriyle uyumunu yönetmesi bu doğrultuda ortaya çıkan fırsatların analiz edilerek karşılaşılan değişkenliklere göre işletme yönetimine kaynak sağlamasıdır. (Yüksek, 2019: 8).

Organizasyonlar arasında insan kavramı en önemli rekabetçi üstünlük aracı olarak kabul edilmektedir. Günümüzde teknolojinin ve bilginin sürekli katlanarak büyümesinden kaynaklı modern organizasyonlarında

kullandıkları insan kaynağının stratejik bir şekilde ele alınması ve mevcut insan kaynağına göre stratejiler belirlenmesi gerekliliği artık kaçınılmaz bir zorunluluk haline gelmiştir.

İnsan kaynakları yönetimi genel olarak beş basamakta stratejik yaklaşımını belirlemekte ve çalışmayı sonuçlandırmaktadır (Barutçugil, 2004: 58-60). Bunlar;

- ✓ Organizasyon için gerekli olan stratejik amacın belirlenmesi
- ✓ Strateji planların uygulamaya alınması
- ✓ Organizasyonun hedef ve gelecek konumlandırılmasının yapılması
- ✓ İnsan kaynakları konularının ve iyileştirilmelerin belirlenmesi
- ✓ İnsan kaynakları yönetim stratejilerinin uygulanması

## 2.2. Stratejik İnsan Kaynakları 5P Modeli

Sürekli değişen İKY uygulamaları ile işletme stratejilerinin birbirleri ile daha uyumlu hale gelmesi için Schuler (1992) tarafından İKY stratejileri kapsamında 5P modeli ortaya çıkarılmıştır (Yıldırım, 2017: 27). Bu model sayesinde işletme stratejisi ve ihtiyaçları bir bütün olarak ele alınmaktadır. İK politikaları ile işletme içindeki diğer politikalar uyumlu hale getirilmekte, tüm kadroların uygulamayı benimsenerek sisteme tam uyumu sağlanmaktadır (Biçer, 2004: 35). 5P modeli aşağıda detaylandırılmıştır.

- ✓ İnsan Kaynakları Psikolojisi: Çalışanların yaptıkları iş sonucunda aldıkları ücretin yanı sıra işletmeye bağlılıklarını ve onlara verilen değeri ortaya çıkaran uygulamaların bütünü olarak ele alınmaktadır. İşletme içinde kültürel ve sosyal etkinliklerin örgüt içinde çalışanlar üzerinden nasıl bir etki bıraktığı ile ilgilenir.
- ✓ İnsan Kaynakları Politikaları: İşletmenin faaliyetlerini sürdürebilmesi için gerekli olan işgören tedarikinin sağlanması, mevcut çalışanların performans ve verimliliğini arttırmak için çalışmaların yapılması, iş güvenliği ve maliyetleri azaltacak şekilde tasarruf stratejilerinin belirlenmesi, personel devir hızı, kariyer planlaması ve eğitim geliştirme gibi insan kaynakları yönetiminin esas görevleri ile ilgili belirlenen çalışmaların tamamını içermektedir.
- ✓ İnsan Kaynakları Programları: İşletme faaliyetlerini stratejik olarak belirlemek ve tüm örgüt içerisinde bu faaliyetlerin yayılmasını sağlanması hedeflenmektedir.
- ✓ İnsan Kaynakları Pratikleri: Etkin lider bir yönetim oluşturulması hususunda pratiklerin belirlenmesi ve lider tarafından performansı olumlu yönde etkileyecek stratejilerin ortaya çıkarılmasıdır.
- ✓ İnsan Kaynakları Prosesleri: Bu kapsamda, örgüt içerisindeki tüm faaliyet ve etkinliklerin birbirleri ile uyum içerisinde olması anlamına gelir. Faaliyetlerin nasıl, nerede ve ne hangi zaman diliminde gerçekleşeceğinin tanımlanması yapılır.

## 2.3. E-Ticaret'e İlişkin Kavramsal Analiz

E-ticaret, bilgisayar veya başka iletişim araçları ile internet ya da diğer bilgisayar ağları üzerinden gerçekleşmektedir. Bilgi teknolojilerinin gelişmesi ile birlikte iletişim teknolojisi araçları da buna bağlı olarak gelişmiştir böylece ticaretin sanal ortamda yapılmasına olanak sağlayan yeni bir oluşum ortaya çıkmıştır. Son dönemdeki internet kullanımındaki artış yenilikçi birçok işletmenin bu alanda faaliyet gösterdiğini ve ticaretini farklı alışveriş sistemleri oluşturarak sanal ortamda şekillendirdiğini ortaya koymaktadır. İşletmelerin, pazarlama teknikleri ve reklam stratejileri e-ticaret kanalları üzerinden şekillenmiştir. Klasik alışveriş alışkanlıkları bu gelişmelerle ve internetin yaygın kullanılmasıyla değişmeye başlayarak yerini elektronik ortamdaki ticaret sistemlerine bırakmaya başlamıştır (Yüksek, 2020: 9).

Ticarette rekabet ortamı da internetin gelişmesiyle değişmiştir. Rekabetteki en güçlü faktörlerin başında e-ticaret sektöründeki fiyat avantajları gelmektedir. İnternet üzerinden gerçekleşen mal ve hizmet satışlarında klasik ticarete göre daha avantajlı fiyatlarla karşılaşmaktadır (Özel, 2013: 1-2). Ayrıca e-ticaret, klasik ticarete göre uluslararası arenada işletmeler için daha büyük pazar payına sahip olmalarına olanak sağlamaktadır (Yumuşak, 2001: 3). Pazardaki paylarını ve şanslarını arttırmak için işletmelerin elektronik ortamdaki ticaret kanallarının tümünü kullanmaları ve teknoloji ile ticaretlerini en verimli şekilde uyumlu hale getirmeleri gerekmektedir. Bunu gerçekleştiremeyen işletmelerin varlığını sürdürmeleri, değişime ayak uydurmaları mümkün değildir. Tüm işletmeler elektronik ortamda gerçekleşen ticari faaliyetlerden rekabet avantajı sağlayacak kaynakları üretmelidir (Poirier ve Bauer, 2000: 38-39).

Yurtiçi ya da yurtdışı satışlarında iki ya da daha fazla tarafın karşılıklı alışverişinde aşağıdaki modellerden biri kullanılmaktadır (Kalaycı, 2008:142).

- ✓ İşletmeler arası e-ticaret (Business to Business-B2B)
- ✓ İşletmeden tüketiciye e-ticaret (Business to Consumer-B2C)
- ✓ İşletmeden devlete e-ticaret (Business to Government-B2G)
- ✓ Tüketiciden devlete e-ticaret (Consumer to Government-C2G)
- ✓ Tüketiciler arası e-ticaret (Consumer to Consumer -C2C)
- ✓ Devletler arası e-ticaret (Government to Government-G2G)

#### 2.4. B2C E-Ticaret Modelinin Gelişimi

1994 yılı itibari ile ortaya çıkan ve günümüzde en yaygın kullanılan e-ticaret modellerinden biri olan B2C için en belirgin işletme örneği Amazon.com'dur. Amazon da ki tipik tüketiciler ile işletme arasındaki ilişki bu sınıfta değerlendirilmektedir (Turban ve diğerleri, 2018: 10).

B2C, e-ticaret modeli özelinde son yıllardaki istatistikler incelendiğinde 2018 yılında 634 Milyar Amerikan dolarlık ticaret hacmi ile Çin'in ilk sırada yer aldığı gözlemlenmektedir. Onu ABD 504 Milyar Amerikan doları, Japonya 123 Milyar Amerikan doları, Birleşik Krallık 86 Milyar Amerikan doları, Almanya 70 Milyar Amerikan doları ile takip etmektedirler. 2020 yılı itibari ile bu pazarın 994 Milyar Amerikan dolarına ulaşması tahmin edilmiştir (www.eticaret.gov.tr, 2021). Dünyada, B2C alışveriş yöntemi ile son dönemde dijital platformlar tarafından öne çıkarılan ve bu sayede sanal pazaryerleri olarak özellikle KOBİ'lerin kullanıldığı bu e-ticaret yönteminde işletmelerin lojistik, dağıtım, dijital pazarlama, ürün geliştirme gibi uygulamalarını tamamlaması sonucunda ürünlerini son tüketiciye kolaylıkla ulaştırması hedeflenmektedir.

Perakende satışta B2C işletmelerinin klasik ticarete göre daha ucuz maliyet fırsatına sahip olmasından dolayı müşterilerine de daha uygun fiyatlar sunmaktadırlar. Türkiye'de e-ticaret pazarı daha çok işletmeden son tüketiciye doğru gerçekleşmektedir (Sezgin, 2013: 5). B2C, işletmeler için, arama motorları, fiyat karşılaştırma siteleri, sosyal ağlar, bloglar ve diğer yayıncı siteleri gibi çevrimiçi araçlar tarafından da ürünlerin pazarlandığı bir e-ticaret platformudur (Chaffey, 2009: 52).

2019 yılı itibarıyla Türkiye'de e-ticaret hacminin 136 Milyar TL olduğu belirlenmiştir. Bu tutarın %85'i yurt içi alışverişlerden, %9'u diğer ülkelerin Türkiye'de ki e-ticaret sitelerinden gerçekleştirdiği alışverişlerden, %6'sı ise Türkiye'de yaşayan insanların yurt dışı sitelerinden yaptığı alışverişlerden oluşmaktadır (www.eticaret.gov.tr, 2021). Türkiye'de GittiGidiyor.com ile başlayan pazaryerlerinin varlığı, n11.com, Hepsiburada.com gibi büyük işletmelerin de dahil olmasıyla bu e-ticaret modelinin Türkiye'de hızla gelişmesine olanak sağlamıştır. 2018 yılına kadar sadece bir moda mağazası olarak faaliyet gösteren trendyol.com Alibaba tarafından satın alınması ile birlikte pazarın en önemli firmalarından biri olarak ortaya çıkmıştır.

### 3. ARAŞTIRMA METODOLOJİSİ

#### 3.1. Araştırmanın Amacı ve Kapsamı

Araştırmanın temel amacı örnek olarak ele alınan işletmelerin SİKY uygulamalarının düzeyleri belirlenerek, işletmelerin kurumsal performanslarına etkisi üzerine çalışma gerçekleştirmektir. Daha önce yapılan geleneksel İKY araştırmalarında, işletme performansına, İKY uygulamalarının bir şekilde etki ettiği belirlenmiştir. Buna bağlı olarak işletme stratejileri ile SİKY arasında gerçekleşen uyum sayesinde bu durumun işletme performansına olumlu etki edeceği de bilinmektedir (Cingöz, 2011: 215). Bu kapsamda faaliyetlerini e-ticaret alanında B2C olarak sürdüren işletmeler özelinde araştırmanın hipotezleri aşağıdaki gibi belirlenmiştir.

H1: Stratejik insan kaynakları yönetimi, Türkiye'de işletmeden tüketiciye (B2C) e-ticaret modeli ile faaliyet gösteren işletmelerin kurumsal performansını etkilemektedir.

H2: Stratejik insan kaynakları yönetimi, Türkiye'de işletmeden tüketiciye (B2C) e-ticaret modeli ile faaliyet gösteren işletmelerin, politika performansını etkilemektedir.

H3: Stratejik insan kaynakları yönetimi, Türkiye'de işletmeden tüketiciye (B2C) e-ticaret modeli ile faaliyet gösteren işletmelerin, yenilik performansını etkilemektedir.

H4: Stratejik insan kaynakları yönetimi, Türkiye’de işletmeden tüketiciye (B2C) e-ticaret modeli ile faaliyet gösteren işletmelerin, rekabet performansını etkilemektedir.

### 3.2. Araştırmanın Evreni ve Örnekleme

Araştırma’nın evreni; Türkiye’de e-ticaret sektöründe B2C hizmet veren işletmelerdir Zaman ve maliyet tasarrufu sağlaması adına araştırma da örneklem yöntemi olarak küme örnekleme kullanılmıştır. Araştırmanın örnekleme olarak İstanbul’daki büyük altyapıya sahip 10 tane e-ticaret firması belirlenmiştir.

### 3.3. Araştırmanın Veri Toplama Aracı

Araştırma da veri toplama aracı olarak çevrimiçi anket tekniği kullanılmıştır. Anketin ilk bölümünde genel demografik bilgiler elde edilmiş, anketin ikinci bölümde ise belirlenen iki ölçek ile veriler elde edilmiştir. Ankette stratejik insan kaynakları ölçeği ve kurumsal performans ölçeği kullanılmıştır.

Ankette SİKY ölçeği olarak Green ve arkadaşları tarafından 2006 yılında geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Araştırmada SİKY Ölçeği çalışanlara, işletmedeki stratejik insan kaynakları yönetimi uygulamalarına ait veriler elde edilmesi için uygulanmıştır. Bu kısımda toplam 26 soru katılımcılara yöneltilmiştir. Ankette ikinci ölçek olarak Kurumsal Performans Ölçeği kullanılarak çalışanlardan işletme performansına dayalı verilere elde edilmiştir. Bu kısımda toplam 11 soru ile tamamlanmıştır.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin son hali izin alındıktan sonra gerekli bilimsel kurallar dikkate alınarak Barış Yıldırım (2015) ve Ayşe Cingöz (2011) ’ün yapmış oldukları çalışmalardan elde edilmiştir. Anketin tamamı 5’li likert tipi (1: Kesinlikle katılıyorum, 2: Katılıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılmıyorum, 5: Kesinlikle katılmıyorum) olarak uygulanmıştır. Anket sonuçları IBM SPSS 26 paket programı ile analiz edilmiştir.

## 4. ANALİZ VE BULGULAR

### 4.1. Araştırmaya Katılanlar Hakkında Genel Bilgiler

Araştırmaya katılanlar hakkındaki elde edilen demografik bulgular ve genel bilgiler sayısal ve yüzdesel olacak şekilde Tablo 1 de belirtilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya Katılanlar Hakkında Genel Bilgiler

Yaş	N	Yüzde
18-25	58	18.770
26-33	150	48.544
34-40	52	16.828
41 ve üzeri	49	15.858
<b>Cinsiyet</b>		
Kadın	131	42.395
Erkek	178	57.605
<b>Medeni Hal</b>		
Bekar	133	43.042
Evli	176	56.958
<b>Eğitim Durumu</b>		
Lise	18	5.825
Ön lisans	35	11.327
Lisans	191	61.812
Yüksek lisans	65	21.036
<b>Kurumda Kaç Yıldır Çalışıyor</b>		
1 ve aşağısı	59	19.094
2-5 yıl	154	49.838
6-10 yıl	71	22.977
11 yıl ve üzeri	25	8.091
Total	309	100.000

Araştırmaya katılanların yaşlarına bakıldığında, %18,77’sinin 18-25, %48,544’nün 26-33, %16,828’nin 34-40, ve %15,858’nin 41 ve üzeri yaşta olduğu gözlemlenmektedir. Cinsiyet dağılımına göre ise ankete katılanların %42,395’inin kadın, %57,605’nin erkek olduğu tespit edilmiştir. Ankete katılanların medeni hallerine göre dağılımları ise %43,042’si bekar, %56,958 si evli şeklindedir. Katılımcıların eğitim durumu incelendiğinde, %5,825’inin lise, %11,327’sinin ön lisans, %61,812’sinin lisans, %21,036’sının yüksek lisans eğitim düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Son olarak katılımcıların kurumdaki çalışma yıllarına bakıldığında %19,094’ünün 1 yıl ve aşağısı, %49,838’inin 2-5 yıl, %22,977’sinin 6-10 yıl ve %8,091’inin 11 yıl ve üzeri kurumlarında çalıştığı görülmektedir.



## 4.2. Korelasyon Analizine Ait Bulgular

İşletmelerin rekabet performansı, politika performansı, yenilik performansı, stratejik insan kaynakları politikası, stratejik insan kaynakları süreci, stratejik insan kaynakları beklentileri, stratejik insan kaynakları örgüt yapısı ile uyumu, stratejik insan kaynakları kararlılık, değişkenleri arasındaki korelasyon değerleri ve betimsel istatistikler Tablo 2’de verilmiştir.

Tablo 2. Değişkenler Arasındaki Korelasyon Katsayıları ve Betimsel İstatistikler (N=309 )

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Rekabet Performansı	—							
2. Politika Performansı	.67***	—						
3. Yenilik Performansı	.51***	.48***	—					
4. Stratejik İnsan Kaynakları Politikası	.51***	.58***	.31***	—				
5. Stratejik İnsan Kaynakları Süreci	.47***	.69***	.30***	.66***	—			
6. Stratejik İnsan Kaynakları Beklentiler	.38***	.54***	.24***	.65***	.71***	—		
7. Stratejik İnsan Kaynakları Örgüt Yapısı ile Uyumu	.38***	.49***	.20***	.61***	.67***	.68***	—	
8. Stratejik İnsan Kaynakları Kararlılık	.34***	.54***	.23***	.60***	.69***	.80***	.65***	—
Ortalama	14.24	28.85	7.52	7.35	25.14	14.40	22.29	10.56
Ss	2.97	5.63	1.50	1.51	5.13	2.69	4.16	2.12
Çarpıklık	-0.37	-0.92	-0.47	-1.02	-0.86	-0.65	-0.97	-0.51
Basıklık	-0.10	0.99	0.19	1.48	0.94	0.54	1.06	0.16

\* p < .05, \*\* p < .01, \*\*\* p < .001

Çalışmada analizlerin varsayımlarını sağlamak için normallik incelenmiş ve verilerin normal dağıldığı tespit edilmiştir. Buna göre çarpıklık -0.97 ve -0.37 arasında, basıklık -0.10 ve 1.48 değerini almıştır. Çalışma değişkenleri arasında çoklu bağlantı olmadığı tespit edilmiştir.

## 4.3. SİKY Alt Boyutlarının Rekabet Performansına Etkisi Regresyon Analizi

Bu bölümde, işletmelerin rekabet performansının, stratejik insan kaynakları politikası, stratejik insan kaynakları süreci, stratejik insan kaynakları beklentileri, stratejik insan kaynakları örgüt yapısı ile uyumu, stratejik insan kaynakları kararlılık tarafından yordanıp, yordanmadığı araştırılmıştır. Analizde otokorelasyon sorunu olmadığı, tolerans değerleri ve VIF değerlerinin beklenen aralıklarda olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonucu bulunan regresyon sonuçları tablo 3’de verilmiştir.

Tablo 3. SİKY Alt Boyutlarının Rekabet Performansı Üzerine Etkisi

Yordayıcı/Bağımsız Değişkenler	B	Std. Hata	Beta ( $\beta$ )	t	p
Sabit	5.648	0.862		6.554	.001
Stratejik İnsan Kaynakları Politikası	<b>0.674</b>	<b>0.140</b>	<b>0.343</b>	<b>4.828</b>	<b>.001</b>
Stratejik İnsan Kaynakları Süreci	<b>0.146</b>	<b>0.045</b>	<b>0.253</b>	<b>3.264</b>	<b>.001</b>
Stratejik İnsan Kaynakları Beklentiler	0.212	0.206	0.192	1.028	.305
Stratejik İnsan Kaynakları Örgüt Yapısı ile Uyumu	0.022	0.051	0.030	0.422	.674
Stratejik İnsan Kaynakları Kararlılık	-0.337	0.242	-0.241	-1.393	.165

Çalışmada işletmelerin rekabet performansına etki eden stratejik insan kaynakları yönetimi stratejilerinin analiz eden regresyon analizinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir  $F= (5, 303)= 25.945, p<.001, R^2=.30$ .

Bu sonuçlara göre Stratejik insan kaynakları politikası kurumsal rekabet performansını arttırmaktadır ( $\beta= .34, p<.001$ ). Benzer şekilde Stratejik insan kaynakları süreci düzeyi rekabet performansını arttırmaktadır ( $\beta= .25, p<.001$ ). İşletmelerin rekabet performansına, stratejik insan kaynakları beklentileri, stratejik insan kaynakları örgüt yapısı ile uyumu ve stratejik insan kaynakları kararlılık düzeyleri etkilememektedir.

Bağımsız değişkenler olan stratejik insan kaynakları politikası ve stratejik insan kaynakları süreci rekabet performansının %30’nu açıklamaktadır. Bu verilere göre, rekabet performansının %30 oranında stratejik insan kaynakları yönetimine bağlı olduğu edilmiştir. Araştırma sonucuna göre stratejik insan kaynakları yönetimi değişkeninin varyansa olan katkısının anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu bulgulara göre H1 ve H4 hipotezi kabul edilmiştir.

## 4.4. SİKY Alt Boyutlarının Politika Performansına Etkisi Regresyon Analizi

Çalışmada işletmelerin Politika performansına onların stratejik insan kaynakları politikası, stratejik insan kaynakları süreci, stratejik insan kaynakları bilgilendirmesi, stratejik insan kaynakları örgüt yapısı ile uyumu, stratejik insan kaynakları kararlılık tarafından yordanıp yordanmadığı araştırılmıştır. Analizde otokorelasyon sorunu olmadığı, tolerans değerleri ve VIF değerlerinin beklenen aralıklarda olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonucu bulunan regresyon sonuçları tablo 4 de verilmiştir.

Tablo 4. SİKY Alt Boyutlarının Politika Performansı Üzerine Etkisi

Yordayıcı/Bağımsız Değişkenler	B	Std. Hata	Beta ( $\beta$ )	t	p
Sabit	7.984	1.355		5.894	.001
Stratejik İnsan Kaynakları Politikası	<b>0.867</b>	<b>0.219</b>	<b>0.233</b>	<b>3.954</b>	<b>.001</b>
Stratejik İnsan Kaynakları Süreci	<b>0.602</b>	<b>0.070</b>	<b>0.548</b>	<b>8.548</b>	<b>.001</b>
Stratejik İnsan Kaynakları Beklentiler	<b>-0.667</b>	<b>0.324</b>	<b>-0.319</b>	<b>-2.063</b>	<b>0.040</b>
Stratejik İnsan Kaynakları Örgüt Yapısı ile Uyumu	-0.038	0.081	-0.028	-0.468	0.640
Stratejik İnsan Kaynakları Kararlılık	<b>0.928</b>	<b>0.381</b>	<b>0.349</b>	<b>2.438</b>	<b>0.015</b>

Çalışmada işletmelerin politika performansına etki eden stratejik insan kaynakları yönetimi stratejilerinin analiz eden regresyon analizinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir  $F = (5, 303) = 65.633$ ,  $p < .001$ ,  $R^2 = .52$ .

Bu sonuçlara göre Stratejik insan kaynakları politikası kurumsal performans politikasını arttırmaktadır ( $\beta = .23$ ,  $p < .001$ ). Benzer şekilde Stratejik insan kaynakları süreci düzeyi politika performansını arttırmaktadır ( $\beta = .55$ ,  $p < .001$ ). Stratejik insan kaynakları beklentileri düzeyleri politika performansını azaltmaktadır ( $\beta = -.32$ ,  $p < .05$ ). Stratejik insan kaynakları kararlılık düzeyleri politika performansını yükseltmektedir ( $\beta = .35$ ,  $p < .05$ ). İşletmelerin politika performansına stratejik insan kaynakları örgüt yapısı ile uyumu düzeyleri etkilememektedir.

Bağımsız değişkenler olan stratejik insan kaynakları politikası, stratejik insan kaynakları süreci, stratejik insan kaynakları beklentileri ve stratejik insan kaynakları kararlılık politika performansının %52'sini açıklamaktadır. Bu sonuca göre, politika performansının %52'si stratejik insan kaynakları yönetimine bağlıdır. Araştırma sonucuna göre stratejik insan kaynakları yönetimi değişkeninin varyansa olan katkılarının anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu verilere göre H2 hipotezi kabul edilmiştir.

#### 4.5. SİKY Alt Boyutlarının Yenilik Performansına Etkisi Regrasyon Analizi

Çalışmada işletmelerin yenilik performansına onların stratejik insan kaynakları politikası, stratejik insan kaynakları süreci, stratejik insan kaynakları bilgilendirmesi, stratejik insan kaynakları örgüt yapısı ile uyumu, stratejik insan kaynakları kararlılık tarafından yordanıp yordanmadığı araştırılmıştır. Analizde otokorelasyon sorunu olmadığı, tolerans değerleri ve VIF değerlerinin beklenen aralıklarda olduğu tespit edilmiştir. Analiz sonucu bulunan regresyon sonuçları tablo 5'de verilmiştir.

Tablo 1. SİKY Alt Boyutlarının Yenilik Performansı Üzerine Etkisi

Yordayıcı/Bağımsız Değişkenler	B	Std. Hata	Beta ( $\beta$ )	t	p
Sabit	4.962	0.487		10.179	.001
Stratejik İnsan Kaynakları Politikası	<b>0.228</b>	<b>0.079</b>	<b>0.229</b>	<b>2.882</b>	<b>0.004</b>
Stratejik İnsan Kaynakları Süreci	<b>0.061</b>	<b>0.025</b>	<b>0.209</b>	<b>2.411</b>	<b>0.016</b>
Stratejik İnsan Kaynakları Beklentiler	0.001	0.116	0.002	0.010	0.992
Stratejik İnsan Kaynakları Örgüt Yapısı ile Uyumu	-0.030	0.029	-0.084	-1.041	0.299
Stratejik İnsan Kaynakları Kararlılık	6.971	0.137	9.850	0.005	0.996

Çalışmada işletmelerin yenilik performansına etki eden stratejik insan kaynakları yönetimi stratejilerinin analiz eden regresyon analizinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir  $F = (5, 303) = 8.401$ ,  $p < .001$ ,  $R^2 = .12$ .

Bu sonuçlara göre Stratejik insan kaynakları politikası kurumsal performans yeniliğini arttırmaktadır ( $\beta = .23$ ,  $p < .01$ ). Benzer şekilde Stratejik insan kaynakları süreci düzeyi yenilik performansını arttırmaktadır ( $\beta = .21$ ,  $p < .05$ ). İşletmelerin yenilik performansına, stratejik insan kaynakları beklentileri, stratejik insan kaynakları örgüt yapısı ile uyumu ve stratejik insan kaynakları kararlılık düzeyleri etkilememektedir.

Bağımsız değişkenler olan stratejik insan kaynakları politikası ve stratejik insan kaynakları süreci yenilik performansının %12'si açıklamaktadır. Bu sonuca göre, yenilik performansının %12'si stratejik insan kaynakları yönetimine bağlıdır. Araştırma sonucuna göre stratejik insan kaynakları yönetimi değişkeninin varyansa olan katkılarının anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Tespit edilen bu bulgulara göre H3 hipotezi kabul edilmiştir.

## 5. SONUÇ VE ÖNERİLER

21. Yüzyılın son çeyreği ile birlikte tam anlamıyla işletmelerin gündemine giren stratejik insan kaynakları yönetimi, işletmelerin vizyon, misyon ve amaçlarından başlayarak dış çevre ve iç çevre analizi, insan kaynakları stratejilerinin belirlenmesi, mevcut insan kaynağının planlanması, kurum kültürüne uygun şekilde sosyal sorumluluklarının gerçekleştirilmesi bununla birlikte kurum içindeki tüm farklılıkların en verimli şekilde kullanılması, etik bir anlayışla belirlenen stratejilerin uygulanmaya konulması ve bu uygulamalar sonucunda ortaya çıkan verilerin değerlendirilmesini ve geliştirilmesini içermektedir.

Teknolojinin ve ekonomik rekabet ortamının hızlı bir şekilde gelişmesiyle birlikte işletmeler yapılarını dönüştürmeye başlarken, geleneksel insan kaynakları yönetiminden “stratejik” insan kaynakları yönetimine bir geçiş sağlamışlardır. Bu geçişte ortaya çıkan en temel değişiklik kuşkusuz işletmelerin bireysel performans yerine artık örgütsel performansı değerlendirme ölçütü olarak kabul etmeye başlamalarıdır. Stratejik insan kaynaklarını verimli şekilde kullanan işletmelerin, insan kaynaklarını bir sistem olarak değerlendirip daha geniş çerçeveden çalışanlarının tamamını bir bütün olarak görmeleri ve bu doğrultuda işletmeye yön verirken stratejik insan kaynakları yönetimi ile işletme içi performansın arasındaki uyumu en üst seviye çıkardıkları gözlemlenmektedir.

Günümüzde bilginin geçmişe göre çok daha büyük bir hızla, sürekli ve katlanarak yeni nesillere aktarılması işletmelerin değişim ve gelişmelerini de zorunlu hale getirmektedir. Dünyanın ulusal bir pazar yeri haline dönüşmesi, tüm dünya ülkelerinin kolaylıkla birbirleri ile ticaret yapabilir konuma gelmeleri, tüketimin yaygınlaşması, işletmeleri hem ayakta kalmaları hem de rakiplerine karşı rekabet avantajı sağlamaları için plan ve bir strateji doğrultusunda gelişmeye itmektedir. Bunu gerçekleştiremeyen ve ayak uyduramayan mikro ya da makro ölçekli tüm işletmelerin bir süre sonra güç kaybederek yok olmaları kaçınılmazdır. Doğru stratejinin belirlenmesi ve mevcut insan kaynağının en doğru şekilde kullanılmasının yanı sıra doğacak fırsatlardan istifade eden firmaların rakiplerine göre rekabet avantajı sağladıkları aşikardır.

Özellikle 1990’lü yıllar itibari ile dünya gündemine giren e-ticaret kavramı internetin yaygınlaşması ile doğru orantılı olarak hızla gelişim göstermeye başlamıştır. Öncelikle makro ölçekli işletmelerin e-ticaret yolculuğuna başlaması ve bu alanda ki büyümeleri mikro ölçekli işletmelere de yol gösterici olmuştur. Her geçen gün e-ticaret’in sosyal ve ekonomik hayata sağladığı katkı ve yenilikler ile gelişimini sürdürürken, teknolojik anlamda yaşanan gelişmeler e-ticaretin geleneksel ticaret içerisindeki yüzdesini hızla artırarak günümüzdeki mevcut konumuna getirmiştir.

Ekonominin sanallaşması olarak ta ifade edebileceğimiz e-ticaret, satıcılar için işletme maliyetlerini düşürmek, tüketiciler ile arasındaki mesafeyi kaldırmak, yeni pazar yeri imkanlarına kavuşmak anlamına gelmektedir. Bu durum tüm dünyada yeni girişimlerin önünü açarken mevcut faaliyetlerini sürdüren işletmelerinde büyümesine katkı sağlamaktadır. Tüketici konumundaki kullanıcılara ise zaman ve mekan kavramı olmadan 7/24 sınırsız ürün imkanı sunan e-ticaret, alışveriş ağındaki sınırları kalkması, zaman tasarrufu, fiyat karşılaştırması ve en iyi ürünü en uygun fiyata alma imkanlarını kullanıcılarına sunmaktadır. Bu avantajlar hem tüketicilerin hem de satıcıların e-ticarete olan ilgisini her geçen gün arttırmaktadır.

E-ticaret avantajları olduğu gibi kullanımı sırasında kullanıcılar ve tüketiciler için bazı dezavantajlarda yaratmaktadır. Alışveriş sırasında ürüne dokunamamak, deneyememek veya yanlış ürün teslimatı, kişisel bilgilerin korunamaması ve fırsatçılık / dolandırıcılık gibi hususlar bazı kullanıcıların e-ticaret kavramına mesafeli yaklaşmasına ve tercih etmemesine neden olmaktadır. Bu şekilde eylemde bulunan kullanıcı nüfusu dünya genelinde yetişen yeni nesil ile birlikte azalma yönünde ivme çizse de azımsanmayacak şekilde istatistiklere yansımaktadır.

E-ticaretin ülkemize bakan yönündeki gelişmeler incelendiğinde, yeniliklerin ve gelişmelerin merkezi olarak kabul edilen Amerika, İngiltere, Çin gibi ülkelerde ki teknolojik gelişmelerin den yeni girişimler den etkilendiği dikkate çarpmaktadır. Bu alandaki gelişmiş ülkelerde ki artış oranı ülkemizde yakalanamamış olsa da e-ticaretin gelişimi önündeki engellerin kaldırılması, kullanıcı profiline zamanla değişecek olması bu oranın zamanla yakalanacağını göstermektedir. Bu çalışma da e-ticaret hakkında kavramsal analize yer verilmiş ve çalışmanın bağımlı değişkeni olarak Türkiye’de ki B2C e-ticaret firmaları seçilmiştir.

Araştırmada, son yirmi yılda ciddi oranda ticaret içerisinde ivme kazanmış e-ticaretin Türkiye’de ki işletmeleri özelinde gelişimi ve bu gelişime stratejik insan kaynaklarının bir etkisi olup olmadığı incelenmiştir. Özellikle stratejik insan kaynakları yönetiminin ilgili e-ticaret modeli ile faaliyet gösteren işletmelerin rekabet performansına, politika performansına ve yenilik performansına ne derecede etki ettiği üzerinde durulmuştur.

Çalışma kapsamında iki ölçek kullanılmıştır. Stratejik insan kaynakları yönetim ölçeğinde 5 adet değişken alt boyut olarak belirlenmiştir. Bu alt boyutlar stratejik insan kaynakları politikaları, stratejik insan kaynakları süreçleri, stratejik insan kaynakları kararlılıkları, stratejik insan kaynakları örgüt yapısı ile uyumu, stratejik insan kaynakları beklentileridir. Kullanılan diğer ölçek kurumsal yönetim ölçeğidir. Bu ölçekte ise kurumsal performans, politika performansı ve yenilik performansı alt boyut olarak belirlenmiştir.

Ortaya konan hipotezler sonucunda, stratejik insan kaynaklarının Türkiye’de ki B2C e-ticaret modeli ile faaliyetlerini sürdüren işletmelerin kurumsal performansı üzerinde etkisinin var olduğu ve stratejik insan



kaynaklarının, işletmelerin politika performansına %52, rekabet performansına %30 ve yenilik performansına %12 etki ettiği tespit edilmiştir.

Araştırmada gerçekleştirilen regrasyon analizine göre, işletmelerin, stratejik insan kaynakları politikalarının ve stratejik insan kaynakları süreçlerinin rekabet performansını olumlu yönde etkilediği belirlenmiştir. Bununla birlikte stratejik insan kaynakları politikaları, stratejik insan kaynakları süreçleri ve stratejik insan kaynakları kararlılıkları kurumsal politika performansını olumlu yönde etkilerken, stratejik insan kaynakları beklentilerinin kurumsal politika performansını olumsuz yönde etkilediği gözlemlenmiştir. Ayrıca, kurumsal rekabet performansında olduğu gibi stratejik insan kaynakları politikaları ve stratejik insan kaynakları süreçleri kurumsal yenilik performansını da olumlu yönde etkilemiştir.

Yukarıdaki verilerden elde edilen sonuçlara göre işletmelerin stratejik insan kaynakları yönetimine ilişkin aşağıdaki öneriler ilgili işletmelerin kurumsal performansına olumlu yönde katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

- ✓ İşletme içerisinde planlama ve stratejilerin belirlenmesi
- ✓ Strateji ve planlama yapılırken İK'nın bu sürece katkısının sağlanması
- ✓ İşletme içerisindeki yönetim planlamasının işletme çalışanlarına iletilmesi
- ✓ Belirlenen planlardaki eksiklerin giderilmesi ve çalışanların bilgilendirilmesi
- ✓ İnsanı işletme için bir maliyet unsuru olarak değil işletme için en önemli değer olarak görülmesi ve gelişimi için çalışmalarda bulunulması
- ✓ İşletme çalışanların performanslarını artırmaları için eğitimler düzenlenmesi.
- ✓ Geleceğe dair stratejilerin belirlenmesi ve buna göre iç ve dış kaynak araştırmasını bir plan dahilinde gerçekleştirilmesi
- ✓ İşletme içeriğinde iş analizi yapılması
- ✓ Oluşturulan insan kaynakları havuzundan en yetkin kişiyi organizasyon içindeki uygun pozisyona yerleştirilmesi
- ✓ İşletme başarısına etki edecek performans ölçütlerinin değerlendirmek ve düzenli olarak bunları olumlu yönde etki edecek çalışmalarda bulunulması

Benzer çalışmalar incelendiğinde, hem Aksoy'un (2016) hem Cingöz (2011) hem de Yıldırım'ın (2015) elde ettiği sonuçların bu çalışmada ortaya çıkan sonuçları destekleyici nitelikte olduğu belirlenmiştir. Bu çalışma, B2C e-ticaret modeli ile faaliyet gösteren işletmelerle sınırlı tutulmuştur. Gelecek dönemde gerçekleşmesi muhtemel çalışmalarda ilgili konu farklı alanlarda ve araştırmacılar tarafından derinleştirilebilir. Türkiye özelinde gerçekleştirilen bu çalışma özellikle e-ticaretin yaygın kullanıldığı İngiltere ve Amerika gibi ülkelerde ki işletmeleri konu edinerek de incelenebilir. Ayrıca çalışmanın kapsamı daraltılarak ilerleyen dönemde sektörel bazlı bir inceleme yapılabilmektedir. Örneğin e-ticaret alanında en yaygın kullanılan gıda veya tekstil sektörü daha ayrıntılı olarak araştırma kapsamında değerlendirilebilir. Bunun dışında B2C e-ticaret modeli ile faaliyet gösteren işletmeler yerine dünya da en yaygın kullanılan e-ticaret modeli olan B2B modeli ile faaliyet gösteren işletmeler üzerinde bu çalışma gerçekleştirilebilir. Bu doğrultuda yapılacak tüm bu çalışmalara ilgili mevcut çalışmamız destekleyici olacak ve çalışmalara ışık tutacaktır.

## KAYNAKÇA

### Kitaplar

- Barutçugil, İ. (2004). *Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi*. İstanbul: Kariyer Yayıncılık.
- Bingöl, D. (2019). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. 11. Baskı. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Chaffey, D. (2009). *E-Business And E-Commerce Management*. Fourth Ed. Essex: Pearson Education .
- Poirier, C. C. ve B. J. Bourer. (2000). *E-Supply Chain*. San Francisco: Berrett Koehler.
- Sezgin, A. G. Ş. (2013). *Dünyada ve Türkiye'de E-Ticaret Sektörü*. İstanbul: Türkiye İş Bankası.
- Turban, E., J. Outland, D. King, J. K. Lee, T. P. Liang ve D. C. Turban. (2018). *Electronic Commerce 2018 A Managerial and Social Networks Perspective*. Ninth Ed. Cham: Springer.

### Makaleler

Cingöz, A. ve A. Akdoğan. (2013). İnsan Kaynakları Yönetiminin Stratejik Bir Boyut Kazanması İçin Gerçekleştirilen Faaliyetlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 0(42), 91-122.

Kalaycı, C. (2008). Elektronik Ticaret ve Kobi'lere Etkileri. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 1(1), 139-150.

Keçecioglu, T. ve A. N. Ünnü. (2009). İnsan Kaynakları Yönetiminden Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimine Dönüşüm. *Ege Akademik Bakış Dergisi*, 9(4), 1171-1192.

Özel, H. A. (2013). E-Ticaret ve Türkiye'nin Bilgi Toplumundaki Yeri. *Akademik Bakış Dergisi*(38), 1-17.

Yıldırım, B. ve E. Şen. (2017). Stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminin Kurumsal Performansa Etkisi: İstanbul Üniversitesi'nde Bir Uygulama. *Yönetim ve Ekonomi Araştırma Dergisi*, 15(1), 23-40.

Yumuşak, İ. G. (2001). Elektronik Ticaretin Gelişmekte Olan Ülkelere Etkileri ve Türkiye Üzerine Bir Değerlendirme. *Uluslararası V. ODTÜ İktisat Kongresi*. Ankara.

### İnternet Kaynakları

E-Ticaret Bilgi Platformu, E-Ticaret Harcamalarının Yurtiçi Yurtdışı Dağılımları. <https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler>, Erişim Tarihi: 5.04.2021.

E-Ticaret Bilgi Platformu, E-Ticaret Hacminin Ödeme Yöntemlerine Göre Dağılımı. <https://www.eticaret.gov.tr/istatistikler>, Erişim Tarihi: 5.04.2021.

### Tezler

Aksoy, T. (2016). Stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminin Kurumsal Performansa Etkisi: Fırat Üniversitesi'nde Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul Beykent Üniversitesi SBE.

Bıçer, Ö. (2004). Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamalarının Çalışanların Performanslarıyla İlişkisi ve Konu İle İlgili Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul: İstanbul Üniversitesi SBE.

ŞenoL, İ. (2016). İşletmeler Arası (B2B) e-Ticarette Etkin e-Ticaret Sitesi Tasarlanması: Yaşar Pazarlama (YBP) e-Ticaret Sitesi Araştırma Projesi. *Yüksek Lisans Tezi*. İzmir: Yaşar Üniversitesi SBE.

Yıldırım, B. (2015). Stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminin Kurumsal Performansa Etkisi: İstanbul Üniversitesi'nde Bir Uygulama. *Yüksek Lisans Tezi*. İstanbul Gelişim Üniversitesi SBE.

Yüksek, C. (2020). Elektronik Ticaretin Gelişimi ve Türkiye'de İşletmeden İşletmeye (B2B) Elektronik Ticaret Üzerine Bir Araştırma. *Yüksek Lisans Tezi*. Ankara: Ankara Üniversitesi SBE.

Yüksek, T. (2019). Stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminin Firma Performansına Etkisi: Bir Alan Araştırması. *Yüksek Lisans Tezi*. Osmaniye: Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi SBE.