

E-Ticarete Tüketici Gizliliğinin Korunması Üzerine Bir Araştırma

A Research on Protection of Consumer Privacy in E-Commerce

Serpil KARLIDAĞ

Başkent Üniversitesi
Sosyal Bilimler M.Y.O
06530 Etimesgut/Ankara, Türkiye
skarli@baskent.edu.tr

Selda BULUT

Gazi Üniversitesi
İletişim Fakültesi
06490 Emek /Ankara, Türkiye
seldabulut@gmail.com

Özet

Tüketiciler bir taraftan çevrimiçi alışverişten yararlanırken diğer taraftan kişisel bilgilerinin korunması konusunda kaygı duymaktadırlar. Bu çalışma da, e-alışveriş sitelerinin tüketicilere ait kişisel bilgileri korumakta ne gibi politikalar uyguladıklarını analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmanın verileri Türkiye'nin önde gelen 50 alışveriş sitesinin gizlilik politikaları incelenerek elde edilmiş ve içerik analizi uygulanmıştır. Kodlanan kategoriler doğrudan gizlilik politikalarıyla ilgili metinlerden çıkarılmıştır. Gizlilik metinleri iki farklı kodlayıcı tarafından aynı biçimde kodlanmış ve çıkarımların geçerliliği sağlanmıştır. Buna göre, e-alışveriş siteleri tüketicilere ait kişisel verileri onların bilgisi olmadan üçüncü taraflara aktarmayacaklarını ve ticarileştirmeyeceklerini açıklamakta ancak istisnalara yer vermektedir. Bazı işletmeler de bu bilgileri kendi mülkiyetleri altında, işletmeye ait varlıklar olarak görmekte ve kendi çıkarları doğrultusunda kullanmaktadır. Buna karşın müşterilerinin bilgilerini korumakta herhangi bir sorumluluk almamaktadırlar.

Anahtar kelimeler: E-alışveriş, Gizliliğin korunması, İçerik analizi

Abstract

As consumers benefit from online shopping they are concerned with the protection of their personal information. This study aims to analyze what kind of policies e-shopping web sites implement to protect their customers' personal information. Data of the study have been obtained by examining Turkey's 50 leading e-shopping web sites. Content analysis has been used to examine the collected data. The coding categories have been derived directly from the privacy policy texts. Privacy texts have been coded in the same way by two different people and the validity of inferences has been provided. Accordingly, the shopping web sites explain that they do not transfer the personal information to the third parties without any notification. However they have exceptions. Some businesses see the customers' information as their own property and use them for their own gain. Moreover, they do not take any responsibilities to protect customer's information.

Keywords: E-shopping, Protecting privacy, Content analysis