

T.C.
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT BİLİM DALI

TÜRKİYE'DE YENİ EKONOMİ OLUŞUM SÜRECİ

Yüksek Lisans Tezi

FATMA ÇİĞDEM GÜLLÜ

Gaziantep, 2015

T.C.
HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İKTİSAT ANABİLİM DALI
İKTİSAT BİLİM DALI

TÜRKİYE'DE YENİ EKONOMİ OLUŞUM SÜRECİ

Yüksek Lisans Tezi

Danışman: SELİM ERDOĞAN

FATMA ÇİĞDEM GÜLLÜ

Gaziantep, 2015

Yüksek lisans tezi olarak sunduğum "TÜRKİYE'DE YENİ EKONOMİ OLUŞUM SÜRECİ" başlıklı çalışmanın tarafımca, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve onurumla doğrularım.

21.01.2015

Fatma Çiğdem GÜLLÜ

ÖZET

Dünya ekonomisinde, son yıllarda yaşanan ekonomik, sosyolojik, teknolojik değişimler ve özellikle bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler olarak ifade edilen yeni ekonomi, tüm ekonomik birimleri etkilemektedir.

Bilginin üretim faktörü olarak kullanılmasıyla üretimde azalan verimler kanunu yerine artan verimler kanunu geçerli olmakta ve piyasaya giriş ve çıkış önündeki engeller azalırken, bilgiye sahip olabilmek, rekabeti artırmaktadır.

Bu çalışmada, yeni ekonomi olgusunun, kavramsal çerçeveyi belirleyici özellikleri, kuralları, etkileri ile Türkiye'de yeni ekonomi oluşum sürecine yönelik çalışmalar değerlendirilmiştir.

ANAHTAR KELİMELELER

Yeni ekonomi, Bilgi Ekonomisi, Elektronik Ticaret, Elektronik Dönüşüm. Küresel Ekonomi, Bilgi Toplumu.

ABSTRACT

The world economy, in recent years economic, sociological, technological changes and especially in the new economy, expressed as developments in information and communication technology, affects all economic units. Law of diminishing returns rather than increasing production through the use of knowledge as a factor of production efficiency law in force and market while reducing the barriers to entry and exit to have an information knowledge, increasing competition. In this study, the new economic phenomenon, The conceptual framework defining characteristics and rules, studies on the effects of the new economic development process in Turkey will be assessed.

Keywords: New economy, Information economics, e-trade, e-transformation, information society

Bu çalışmanın amacı "yeni bir ekonomik dönemin olup olmadığı, yaşanan e-dönüşümün yeni bir dönemi başlatıp başlatmayacağı konusundaki tartışmalara az da olsa bir kapı aralamak ve bu değişim ve dönüşümün Türkiye' de oluşum tarihini incelemektedir.

"Türkiye' de Yeni Ekonomi Oluşum Süreci" konulu tezimi hazırlamamda her zaman destek olan danışmanım ve değerli hocam Prof. Dr. Selim ERDOĞAN' a sonsuz teşekkürleri bir borç bilirim.

Çalışmam esnasında her türlü desteği sağlayan aileme, konuyla ilgili çevirileri yapmama yardım eden İbrahim Doğan'a ve her zaman yanımda olan ve benden iyi temennilerini ve dostluğunu esirgemeyen çok değerli arkadaşım Zachary Mark Jahnsen'a ayrıca teşekkür ederim. Çalışmamın tüm ilgililere yararlı olmasını dilerim.

Gaziantep, 2015

Fatma Çiğdem Güllü

İçindekiler

TABLO LİSTESİ.....	II
KISALTMALAR.....	III
1.GİRİŞ	I.
<u>2. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE</u>	2
<u>2.1.Yeni Ekonomi Kavramı</u>	2
<u>2.2).Yeni Ekonomi Öncesi Dönemler</u>	3
<u>2.3. Yeni Ekonominin Özellikleri</u>	4
<u>2.3.1.Bilginin Öneminin Artması</u>	5
<u>2.3.2.Dijitalleşmenin Hız Kazanması</u>	5
<u>2.3.3.Sanallaşma</u>	5
<u>2.3.4.Molekülleşmenin Ortaya Çıkması</u>	6
<u>2.3.5. İletişim Ağlarının Gelişmesi</u>	6
<u>2.3.6. Aracıların Ortadan Kalkması</u>	6
<u>2.3.7.Sektörel Değişimin Yaşanması</u>	7
<u>2.3.8.İnnovasyon'un Önem Kazanması</u>	7
<u>2.3.9.Üretici ve Tüketici Bütünleşmesi</u>	7
<u>2.3.10.İşlemlerin Hız Kazanması</u>	7
<u>2.3.11.Küreselleşmenin hızlanması</u>	8
<u>2.3.12. Çatışma</u>	8
<u>2.3.13.Yükselen Yeni Sınıflar</u>	9
<u>2.4. Yeni Ekonominin Kuralları</u>	9
<u>2.4.1. Birleşme Kuralı</u>	9
<u>2.4.2.Bolluk Kuralı:</u>	9
<u>2.4.3.Üstel Değer Kuramı</u>	9
<u>2.4.4.Kırılma Noktası Kuramı</u>	10
<u>2.4.5 Artan Geri Dönüşüm Kuralı</u>	10..
<u>2.4.6Tersine Fiyatlandırma Kuralı</u>	10
<u>2.4.7. Cömertlik Kuralı:</u>	10
<u>2.4.8.Bağlılık Kuralı:</u>	11
<u>2.4.9. Aktarım Kuralı:</u>	11
<u>2.4.10. Yerine Geçme Kuralı:</u>	11
<u>2.4.11. Dengesizlik Kuralı</u>	11

<u>3. YENİ EKONOMİ SÜRECİNDE BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN ETKİLERİ</u>	12
<u>3.1. Yeni Ekonominin Dünya Ekonomisi Üzerindeki Genel Etkileri</u>	12
<u>3.1.1. Maliyet Üzerindeki Etkileri</u>	12
<u>3.1.2. Üretim Üzerindeki Etkileri</u>	12
<u>3.1.3. Tüketim Üzerindeki Etkileri</u>	13
<u>3.1.4. Küreselleşme Üzerindeki Etkileri</u>	13
<u>3.1.5. Yönetim Anlayışı Üzerindeki Etkileri</u>	14
<u>3.1.6. İşletmeler Üzerindeki Etkileri</u>	14
<u>3.1.7. Piyasa Üzerindeki Etkileri</u>	15
<u>3.1.8. Network Üzerindeki Etkileri</u>	15
<u>3.1.9. Fiyatlandırma Ve Tüketici Tatmini Üstündeki Etkileri</u>	15
<u>3.1.10. Verimlilik Artışı Üzerine Etkileri</u>	17
<u>3.1.11. Gelir Dağılımı Üzerindeki Etkileri</u>	17
<u>3.2. Yeni Ekonominin İktisat Bilimi Üzerindeki Etkileri</u>	18
<u>3.2.1. Değer Paradoksu Üzerindeki Etkileri</u>	19
<u>3.2.2. Maliyet Kavramındaki Etkileri</u>	19
<u>3.2.3. Makro Ekonomik Değişkenlerinde Etkileri</u>	19
<u>3.2.4. Mikro Ekonomi Üzerindeki Etkileri</u>	20
<u>3.2.5. Uluslararası Ticaret Üzerindeki Etkileri</u>	20
<u>3.3. Yeni Ekonominin Türkiye Ekonomi Üzerindeki Etkileri</u>	20
<u>3.3.1. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Türkiye'nin E-Ticaretine Etkisi</u>	21
<u>3.3.2. İnternet Üzerinden Sipariş Verilen veya Satın Alınan Mal ve Hizmetler</u>	27
<u>3.3.3. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Türkiye Milli Gelirine Etkisi</u>	32
<u>3.3.4. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Türkiye'nin Araştırma Geliştirme Harcamalarına Etkisi</u> 34	
<u>3.3.5. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Türkiye'nin Dış Ticaretine Etkisi</u>	36
<u>3.3.6. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Türkiye'nin Telekomünikasyon Yatırımlarına Etkisi</u>	37
<u>3.3.7. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Türkiye'nin İstihdamına Etkisi</u>	38
<u>4. YENİ EKONOMİ VE ESKİ EKONOMİ ARASINDAKİ FARKLAR</u>	39
<u>5. YENİ EKONOMİNİN SORUNLARI</u>	41
<u>5.1) Örgütlenme Biçimleri ve İşletme Yönetimlerinde Ortaya Çıkan Sorunlar</u>	41
<u>5.2) İktisadi Açından Ortaya Çıkan Sorunlar:</u>	42
<u>5.2.1) Verimlilik Açısından Ortaya Çıkan Sorunlar:</u>	42
<u>5.2.2) Pazar Gücünün Kötüye Kullanılması ve Tekelleşme:</u>	42
<u>6. YENİ EKONOMİ ENDÜSTRİLERİ VE ÖZELLİKLERİ</u>	45

<u>6.1.Başlıca ICT (Information and Communication Technologies) Ürünleri ve Hizmetleri</u>	45
<u>6.2)İnternet Altyapı Katmanı:</u>	47
<u>6.3)İnternet Uygulamaları Katmanı:</u>	47
<u>6.4)İnternet Arabuluculuk Katmanı:</u>	47
<u>6.5)İnternetin Ticareti Katmanı</u>	48
<u>7.TÜRKİYE'DE YENİ EKONOMİNİN OLUŞUM SÜRECİNE YÖNELİK ÇALIŞMALAR</u>	49
<u>7.1.Türkiye'de Bilim ve Teknoloji Politikaları:</u>	49
<u>7.2.Uygulanan Bilim ve Teknoloji Politikaları ve İhracat Performansı</u>	50
<u>7.3.Teknoloji Değişim Çabaları, Rekabet Gücü ve Teknoloji Politikaları</u>	51
<u>7.4.E-ticaretin yaygınlaşmasına yönelik çalışmalar</u>	52
<u>7.5.Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu Çalışmaları</u>	53
<u>7.6.Türkiye' de E-ticaret Etkinliğini Artırmaya Yönelik Çalışmalar</u>	53
<u>7.7.E-Dönüşüm Türkiye Projesi</u>	54
<u>8.SONUÇ VE DEĞERLENDİRME</u>	57
<u>KAYNAKÇA</u>	58

TABLO LİSTESİ

	Sayfa No.
Tablo 1: Türkiye' de E-Ticaret Pazarı.....	21
Tablo 2: Sanal Kart/Sanal Kredi İşlemleri.....	23
Tablo 3: Sanal POS İle Yapılan E-Ticaret İşlem Adedi.....	24
Tablo 4: Sanal POS ile Yapılan E-Ticaret İşlem Tutarı.....	25
Tablo 5: İnternet Kullanıcılarının Karşılaştıkları Güvenlik Sorunları.....	26
Tablo 6: İnternet Üzerinden Sipariş Verilen veya Satın Alınan Mal ve Hizmetler	28
Tablo 7: İnternet Üzerinden Satın Almama Nedenleri.....	29
Tablo 8: Alınan Güvenlik Önlemleri	29
Tablo 9: İnternet Kullanma Amaçları.....	31
Tablo 10 . Türkiye' de ve Dünyada Bilişim Hizmetleri Pazarının Büyüklüğü.....	32
Tablo 11 . Bilgi ve İletişim Teknolojileri Sektörü Pazarı Göstergeleri.....	33
Tablo 12. Bilgi Teknolojilerine İlişkin Temel Göstergelerde Gelişmeler.....	34
Tablo 13. Merkezi yönetim bütçesinden Ar-Ge faaliyetleri için ayrılan ödenek ve harcamalar ile dolaylı Ar-Ge destekleri.....	35
Tablo 16. Yeni Ekonomi ile Eski Ekonomi Arasındaki Farklar	39
Tablo 17. ABD Ticaret Bakanlığı'nın ICT Endüstrileri Sınıflaması.....	46

KISALTMALAR

Ar-Ge	Araştırma ve Geliştirme
BTKY	Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu
BT	Bilgi Teknolojileri
BİT	Bilgi ve İletişim Teknolojileri
DİE	Devlet İstatistik Enstitüsü?????
DPT	Devlet Planlama Teşkilatı
DTM	Dış Ticaret Müsteşarlığı
EFT	Elektronik Fon Transferi
EETK	Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu
GSMH	Gayri Safi Milli Hasıla
GSYİH	Gayri Safi Yurt İçi Hasıla
IGEME	İhracatı Geliştirme Vakfı
İMKB	İstanbul Menkul Kıymetler Borsası
İTO	İstanbul Ticaret Odası
KOSGEB	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme Başkanlığı
KOBİ	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler
MERNİS	Merkezi Nüfus İdaresi Sistemi
MEBİS	Milli Eğitim Bakanlığı Bütünleşik Yönetim Sistemi
OECD	Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği
POLNET	Polis Bilgisayar Ağı Projesi
TAKBİS	Tapu ve Kadastro Bilgi Sistemi
TOBB	Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği
TÜBİTAK	Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu
TÜHİS	Türk Ağır Sanayi ve Hizmet Sektörü Kamu İşverenleri Sendikası
TTGV	Türkiye Teknolojileri Geliştirme Vakfı
UYAP	Ulusal Yargı Ağı Projesi
VEDOP	Vergi Daireleri Otomasyon Projesi

GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde tüm hızıyla devam eden gelişme ve değişimler ekonominin etkinliğini artırmaya, yeni iş olanakları ortaya çıkarmaya ve farklı uzaklıklarda yaşayan insanları eş zamanlı iletişim kurdurmaya olanak sağlamakta ve toplumun her kesiminden insanları, birçok sektörü ve birçok bilim dalını, ticareti ve işlerin yapılış yöntemlerini etkilemektedir. İnternet, telekomünikasyon ve bilgi teknolojilerinin kullanımındaki hızlı gelişmeler, ekonomiyi şüphesiz ki derinden etkilemiş, ekonominin yapısında ve işleyişinde önemli değişimlere yol açmıştır. Bilgi teknolojilerinin hızla gelişmesiyle birlikte, "e-ticaret, e-para, network etkisi, yeni makro iktisat, e-devlet gibi" ortaya çıkan kavramlar iktisadın kuralları, işleyişi ve söylemlerinde yaşanan değişimlerin nasıl ifade edileceği üzerinde önemli tartışmaları beraberinde getirmiştir. İktisatçılar arasında "yeni ekonomi kavramları, ekonomide yaşanan değişimlerin normal bir süreç olup olmadığı bu değişimlerin eski ekonominin kuralları ve kavramları ile açıklanıp açıklanamayacağı" konuları tartışılmaktadır.

Yeni ekonomi ile bilgiye, innovasyona ve Ar-Ge yatırımlarına verilen önem artmaktadır. Beraberinde birçok değişiklik ve kolaylık getiren yeni ekonomi, yönetim ve pazar gücü, verimlilik gibi kavramlar üzerinde de olumsuzluklar ortaya çıkarmıştır.

Bu çalışmada; yeni ekonominin olumlu ve olumsuz özellikleri, sorunları ve Türkiye' üzerindeki etkileri değerlendirilmeye çalışılmaktadır.

GİRİŞ

Bilgi ve iletişim teknolojilerinde tüm hızıyla devam eden gelişme ve değişmeler ekonominin etkinliğini artırmaya, yeni iş olanakları ortaya çıkarmaya ve farklı uzaklıklarda yaşayan insanları eş zamanlı iletişim kurdurmaya olanak sağlamakta ve toplumun her kesiminden insanları, birçok sektörü ve birçok bilim dalını, ticareti ve işlerin yapılış yöntemlerini etkilemektedir. İnternet, telekomünikasyon ve bilgi teknolojilerinin kullanımındaki hızlı gelişmeler, ekonomiyi şüphesiz ki derinden etkilemiş, ekonominin yapısında ve işleyişinde önemli değişimlere yol açmıştır. Bilgi teknolojilerinin hızla gelişmesiyle birlikte, "e-ticaret, e-para, network etkisi, yeni makro iktisat, e-devlet gibi" ortaya çıkan kavramlar iktisadın kuralları, işleyişi ve söylemlerinde yaşanan değişimlerin nasıl ifade edileceği üzerinde önemli tartışmaları beraberinde getirmiştir. İktisatçılar arasında "yeni ekonomi kavramları, ekonomide yaşanan değişimlerin normal bir süreç olup olmadığı bu değişimlerin eski ekonominin kuralları ve kavramları ile açıklanıp açıklanamayacağı" konuları tartışılmaktadır.

Yeni ekonomi ile bilgiye, innovasyona ve Ar-Ge yatırımlarına verilen önem artmaktadır. Beraberinde birçok değişiklik ve kolaylık getiren yeni ekonomi, yönetim ve pazar gücü, verimlilik gibi kavramlar üzerinde de olumsuzluklar ortaya çıkarmıştır.

Bu çalışmada; yeni ekonominin olumlu ve olumsuz özellikleri, sorunları ve Türkiye' üzerindeki etkileri değerlendirilmeye çalışılmaktadır.

2. KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1.Yeni Ekonomi Kavramı

Ekonomide son çeyrek yüzyılda gözlemlenen değişiklikler genel olarak kabul edilmekle birlikte; bunun ifade edilmesi konusunda önemli görüş ayrılıkları oluşmuştur. Bir kısım iktisatçı "değişimin olduğunu fakat değişimin ekonomi kurallarını değiştirmedikten" ötürü, yeni bir dönem olmadığını ifade ederken; diğer bir kısım iktisatçı ise yaşanan değişim ve gelişmelerin ekonomi kurallarını da etkilediğini ve yeni bir dönemin başlamış olduğunu öne sürmektedir. Ekonomide yaşanan değişimin adının nasıl konulacağı da ayrı bir tartışma konusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Literatürde yeni ekonomi kavramıyla aynı anlama gelecek şekilde " bilgi ekonomisi", "dijital ekonomi", " sanal kapitalizm", "bilgiye dayalı ekonomi", "internet ekonomisi" gibi kavramlar da kullanılmaktadır (Öcal, 2006:750). Yeni ekonomi kavramını kullanmanın uygun olmadığını ileri sürenlerden biri olan Krugman; bilgi teknolojisindeki gelişmelerin dikkat çekici olduğunu fakat; teknolojiye bu gelişmelerin her zaman ilgi çektiğini ileri sürmektedir(Krugman, 1998:1).

Yeni ekonomi kavramını kullanmayanlardan bir diğer ise De Long' tur. De Long' a göre; yeni ekonomi kavramının kaynağını oluşturan Silikon Vadisindeki yeni buluşlar ve bunun ekonomide ve insan yaşantısında meydana getirdiği değişikliklerin, yüzyılı aşan bir süre önce Manchester (İngiltere) ve Detroit (ABD)' de yaşandığını belirtmekte; bugünkü Silikon Vadisi benzeri bir yerin daha önce Manchester' de olduğunu söylemektedir. Bu nedenle yeni ekonomi kavramının ekonomiyi tümüyle değiştirmediklerini; sadece teknolojik gelişmeler sayesinde hiç bir zaman sona ermeyen maliyet azalışlarının ortaya çıkardığı bir düşünce tarzı olduğunu kabul etmektedir(De Long, 1998:1-4).

Greenspan, ABD tarihinin en iyi ekonomik performansı olarak nitelendirilen ekonomik gelişmelerin yeni ekonominin bir habercisi olduğunu, ancak bu kavramın henüz tam olarak oturmadığını; torunlarımızın da zaman içinde bu kavram üzerinde tartışmalar yapacaklarını öne sürmektedir (Greenspan, 1998:7). Aktaş, yeni ekonomi hakkında; eski ekonominin "bilgi" ve "bilgi teknolojileri" öğelerinin her zamankinden daha çok önem kazandığı, ekonominin yenilemiş hali olduğunu savunur. Yeni ekonomi ifadesi yerine yenilenmiş ekonomi ifadesinin kullanılmasının daha yerinde olduğunu ifade eder (Aktaş, 2001:16).Yeni ekonomi dönemi için Pontin, ekonomide önemli değişikliklerin yaşanması, dijital teknoloji ile birlikte çalışma şekli ve şartlarının değiştiğini fakat, ekonomik herhangi bir kuralın değişmediğini,savunmaktadır (Pontin, 1997:1).

Yeni ekonomi kavramına inanmayanlar, "ekonominin sürekli değişim içinde olduğunu dolayısıyla; yenilenen ekonominin yeni ekonomi kavramıyla ifade edilemeyeceğini" ileri sürmektedir.Yapılan tanımlardan yeni ekonomi kavramının yüksek büyüme, düşük enflasyon, düşük işsizlik oranı, en önemli üretim faktörünün bilgi olması ve globalleşme gibi birden çok anlamı içerdiği anlaşılmaktadır. Yeni ekonominin ne anlama geldiğini daha iyi kavrayabilmek için, bu kavramın kullanılması durumunda neleri çağrıştırması gerektiğini belirtmekte yarar vardır. Bunları; "yeni piyasalara girmek için kurulan şirket ortaklıklarının artması, yeni firma ve ürünlerin piyasaya çok hızlı bir şekilde piyasaya girebilmesi, müteşebbis ya da yatırımcıların önemli miktarda servet kazanabilmesi, uluslararası ticaretin artması, doğrudan sermayelerin artması, daha kolay ve ucuza öğrenme imkanını sağlaması ve ev ortamında alışveriş yapılabilmesi, faturaların ödenebilmesi gibi hususlarla açıklayabilmek mümkündür (NationalGovernor'sAssociation New EconomyTask Force, 2000: 14-15).

2.2).Yeni Ekonomi Öncesi Dönemler

Sanayi Devrimi öncesi dönemde Milattan Önce, 8000 yılına kadar avcılık ve toplayıcılıkla geçinen ve hayatlarını göçebe olarak sürdüren insanlar M.Ö.8000 ' de ortaya çıkan Tarım Devrimi ile birlikte çiftçilik ve çobanlıkla uğraşmaya başlamışlar ve yerleşik hayata geçmişlerdir. Tarım Devriminden sonra ekonomik ve sosyal hayatta yaşanan bu değişimle birlikte tarım, insanların yaşamlarını sürdürmesi için gerekli olan gıda ihtiyacını karşılaması, diğer sektörlerle ham madde sağlaması ve sanayi ve hizmetler sektörünün gelişmesi için gerekli ortamın olmamasından dolayı hakim ekonomik faaliyet haline dönüşmüştür. Tarımın dünya genelinde ağırlıklı önemi, 18. yüzyılda ortaya çıkan Sanayi Devrimi ile birlikte ekonomik faaliyet alanı içindeki nispi önemi azalmaya başlamıştır (Chauhan,1952:12). Sanayi Devrimi bazı önemli avantajlara sahip olması bakımından ilk olarak İngiltere' de ortaya çıkmıştır. Ancak Tarım Devrimi'nin aksine küreselleşmenin de ilk evresinin bu dönemde yaşanmaya başlaması ile birlikte çok kısa sürede bütün dünyaya yayılmıştır. Bu kısa süreli yayılma ile birlikte öncelikli olarak gelişmiş ülkelerde (İngiltere, Almanya ve ABD gibi) üretim artık tarımdan sanayiye kayarak teknolojik yenilikler sayesinde fabrikalarda seri üretim yapılmaya başlanılmıştır. Üretim tarzında meydana gelen bu değişimle birlikte tarımın ekonomi içindeki ağırlığı azalırken, sanayinin ekonomi içindeki payı artmaya başlamış ve sanayi, Sanayi Devrimi ile İkinci Dünya Savaşı arası dönemde hakim ekonomik faaliyet haline gelmiştir (Freeman ve Soote, 1997:36-37).Sanayi Devrimi, bir seri teknolojik yeniliğin üretimde kullanılmasının ekonomik, sosyal, politik ve kültürel alanlara yansımaları kapsayan bir süreç olarak gerçekleşmiştir.

James Watt'ın 1756'da buhar makinesini bulması ve bunun bir enerji kaynağı olarak kullanılması teknolojik açıdan, Adam Smith'in 1776'daki " Milletlerin Serveti" adlı eseri ekonomi bilimi açısından, 1789'daki Fransız Devrimi ise, politik gelişmeler açısından önemli dönüm noktaları olmuştur.Kısacası, sanayi devrimi; İngiltere' de yaşanan teknolojik devrimle, Fransa'da yaşanan politik devrimin ortak bir ürünüdür. Başka bir deyişle sanayi devrimi, bir ayağı teknolojik ekonomik temele, diğer ayağı politik-ideolojik temele dayalı çifte devrim sonucunda tüm ekonomik, sosyal ve kültürel yapıyı sararak ve yeniden biçimlendirerek gerçekleşmiştir (Erkan, 1992:3).

Sanayinin hakimiyeti İkinci Dünya Savaşı sonrasına kadar devam etmiştir. Bu dönemde; teknolojik gelişmelerde yaşanan (bilgisayar, mikro-elektronik, robot ve kontrol sistemleri, iletişim, malzeme ve enerji teknolojilerine yönelik olarak her türlü yazılımsal ve donanımsal ürünlerde yaşanan teknolojik gelişmeler) artış, daha fazla boş zaman, demografik ve sosyo-ekonomik faktörlerdeki değişiklikler, satın alıcıların artan bilinç düzeyi gibi faktörlere bağlı olarak sanayiden yeni ekonomiye doğru bir yapısal değişim yaşanmaya başlamıştır.

Bu değişim küreselleşmenin hız kazandığı 1980' li yıllarda artmış ve yine küreselleşmenin doruk noktasına ulaştığı 1990'lı yıllarda en üst seviyeye ulaşmıştır (Çakır, 2005:233). İkinci Dünya Savaşı sonrası ortaya çıkan ve 1980'li ve 1990'lı yıllarda hızla gelişen bu yeni ekonomi kavramı; teknolojik gelişmelerle birlikte sağlanan verimlilik artışı ve buna bağlı olarak yaşanan üretim artışlarının ortaya çıkardığı, rekabet yapısının, istihdam yapısının ve dolayısıyla iktisat politikalarının değiştiği bir süre olarak tanımlanmaktadır (Öcal, 2006:51). Yeni ekonomi, bilginin elde edilmesi, işlenmesi ve dönüştürülmesiyle birlikte; dağıtım süreçlerini de kapsamaktadır (Nordhaus,2001:5). Yeni ekonomi aynı zamanda bilginin temel kaynak olduğu, bilgi üretimi ve iletişimin kaynak olduğu, yaygınlaştığı, bilgi çalışanlarının yoğunlukta olduğu, sürekli öğrenme ve bilgilenmenin kaçınılmaz hale geldiği yeni toplumsal ve ekonomik düzeni temsil etmektedir (Haftacı ve Karacan, 2006:970).

Bilgi toplumunun oluşmasına neden olan en önemli faktör, bilginin hızlı bir biçimde toplumun en üst kesiminden, en alt kesimine ulaşmasıdır. Bilginin bu hızlı yayılımı, sosyal hayatı etkilemiş, bilinçlenen tüketicilerin mal ve hizmet talepleri değişime uğramıştır. Eskiden üretilen çelik ve enerji miktarı ile ölçülen ülkelerin gelişmişlik düzeyi, bilgi ekonomisiyle birlikte, enformasyon teknolojisi, bilgisayar teknolojisi olanaklarından faydalanma gücüyle ölçülür hale gelmiştir.

2.3. Yeni Ekonominin Özellikleri

Yeni ekonomide, sürekli değişen koşullara uyum ve anında tepki göstermek önem taşımaktadır. Yeni ekonomide bilişim teknolojilerinin yaygınlaşmasında, dünya çapında büyük bir hızla yaygınlaşan internet ağının çok büyük rolü vardır. Yeni ekonominin genel özelliklerini aşağıdaki başlıklar altında toplamak mümkündür.

2.3.1. Bilginin Öneminin Artması

Bir bilgi ekonomisi olan yeni ekonomide, bilginin ortaya çıkması insanlara aittir. Bilginin tüketici tercihleri ve üretime yansmasıyla, akıllı ürünlere olan talep hızla artmaktadır. Yeni ekonominin gerektirdiği bilgiyi yaratma, bilgiyi keşfetme ve yenilik yapma görevi belli bir departmana değil; yaşayan bir organizma olarak görülen tüm işletmeye aittir. Yeni bilginin kaynağı ise bireydir. Bilgi yaratan organizasyonun temel yaklaşımı, bireysel bilgiyi örgütün tümüne mal edebilecek bir sistem geliştirmektir (Akın, 2005:17). Bilgi, bir şeyi ya da bir kişiyi değiştiren enformasyon anlamına gelmektedir. Bunu ya eylem için etkili bir neden oluşturarak ya da bir kişiyi (veya kuruluşu) farklı veya daha etkili bir eylemi gerçekleştirebilecek bir konuma getirerek yapmaktadır (Drucker, 1992:256).

Bilginin ekonomiye olan etkileri incelendiğinde, " Bilgi Ekonomisi", bilginin, bilgi yoğun yeni ürün ve hizmetlerin üretimindeki işlevine odaklanmaktadır. Bu nedenle bilgi bir anlamıyla mal ve hizmetlerin nasıl üretebileceğini belirleyen bir yönerge veya reçete olarak düşünülebilir. Bilgi bu biçimde ele alındığında iki farklı boyutu belirleyici olmaktadır. Bilgi bir yandan bir üretim faktörü olarak ele alınmakta, diğer yandan ise bir ekonomik ürün olarak değerlendirilmektedir. Bilgi, hem bir üretim faktörü olarak, hem de ekonomik bir ürün olarak diğer ürün ve üretim faktörlerinden oldukça farklı özellikler taşımaktadır (Söylemez, 2006:1).

2.3.2. Dijitalleşmenin Hız Kazanması

Yeni ekonomi dijital bir ekonomidir. Dijitalleştirme tekniği; her türlü ses, yazı, belge, müzik, görüntü, hareketli obje, dijital kameralar aracılığı ile görüntülü konferans vb. her türdeki veriyi önce 0 ve 1'lerden oluşan bilgisayar bitlerine dönüştürmek ve daha sonra telekomünikasyon teknolojisi yardımıyla başka bir yere göndermek anlamına gelmektedir. Gönderildiği yerde bu kodlar, aslına çok yakın olarak tekrar çözülmekte ve alıcının kullanımına sunulmaktadır (Friedman, 2000:74).

Eski ekonomide bilgi analog veya fiziksel bir niteliğe sahipken günümüzde dijital enformasyon ve teknolojileri ile taşınan dijital bir forma bürünmüştür. Bilginin dijitalleşmesi arttıkça insanoğluna sunduğu imkanlar, kalitesi ve erişim hızı da artmaktadır. Bugün seyahatlerde dizüstü bilgisayarlar aracılığıyla yapılan her türlü veri iletişimi, dijital ekonominin en güzel örneğidir (Oduncu, 2007:7).

2.3.3.Sanallaşma

Fiziksel nesnelerin sanallaşması, bilginin analogdan dijitalle doğru yön değiştirmesiyle gerçekleşmiştir. Sanal, İngilizce "virtual" kelimesinin karşılığı olarak, bir şeyin gerçeğe çok yaklaşması ya da bir şeyin fiilen olması anlamını taşımaktadır (Akın, 2001:36). Sanal piyasa ise, internet ortamında alışveriş yapılan her türlü alışveriş sitesini kapsamaktadır.

Sanallaşma, dijital ağlar aracılığıyla fiziksel nesnelerin sanal nesnelere dönüştüğü bir süreç olup; kurumların yapısında, ilişkilerin türlerinde ve ekonomik aktivitenin kendi doğasında değişime yol açmaktadır. Günümüzde artık sanallaşma önemli bir boyuttur. Alışverişler sanal ortamda yapılmakta, çeşitli sektörlerdeki firmalar, kurumlar, akademisyenler, öğrenciler, araştırmacılar gerek duydukları bilgilere sanal ortamda ulaşabilmektedirler (Özgür, 2006:15).

2.3.4.Molekülleşmenin Ortaya Çıkması

Yeni ekonomiyle birlikte; köklü büyük şirket yapısı sanal alışverişle yıkılıp yerini, dinamik moleküllere bırakmıştır. Dolayısıyla ekonomik faaliyetler molekülleşme yoluna gitmek zorunda kalmıştır. Kitlesele yaklaşımın yerine, ekonomik ve sosyal yaşamın her aşamasında moleküler bir yaklaşım hakim olmaya başlamaktadır. Buna bağlı olarak da, geleneksel örgüt yapısı yeni yapıya uygun olarak değişim göstermektedir.

2.3.5. İletişim Ağlarının Gelişmesi

Bir iletişim ağı ekonomisi olan yeni ekonomi, teknolojik iyileşme ve gelişmeyle birlikte, multi medya kaynaklarına ulaşımı kolaylaştırmaktadır. Bunun neticesinde, küçük ölçekli işletmeler de büyük ölçekli işletmeler kadar hızlı bir biçimde bilgiye ulaşma, bilgiyi kullanma avantajı elde etmişlerdir. Büyük işletmelerde küçük birimlere bölünüp, hızlı hareket etme olanağı elde etmişlerdir. Yeni teknoloji ile birlikte gelen iletişim ağları, küçük ölçekli işletmelere büyük ölçekli işletmelerin sahip olduğu avantajları sunmaktadır, ölçek ekonomisi ve kaynağa ulaşma gibi.

Diğer yandan, büyük ölçekli gibi belirli zayıf noktaları küçük işletmelerde bulunmamaktadır; bu noktada, büyük ölçekli işletmelerin ancak küçük ve mobilitesi yüksek gruplar halinde organize olmaları durumunda, çeviklik ve esneklik kazanabilecekleri ortaya çıkmaktadır (Göker, 1995:150-151).

2.3.6. Araçların Ortadan Kalkması

Yeni ekonomide, sanal iletişim ağları sayesinde üretici ve tüketici aracı olmaksızın bir araya gelebilmekte, tüketici istediği ürünü, istediği fiyattan karşılaştırmalı olarak bulabilmekte, üretici ise ürününü istediği fiyattan, tüketiciyle buluşturabilme imkanına sahip olmaktadır. Yeni ekonomide üreticiler ve tüketiciler arasındaki aracı nitelikteki fonksiyonlar da dijital ağlar sayesinde ortadan kalkmakta, özel ve kamu sektörü kurum ve kuruluşları tüketiciler ile doğrudan ilişkide bulunmaktadır. Örneğin, müzisyenlerin ve yapımcılarının, plak şirketlerine, müzikleri internetteki bir veritabanına eklendiğinde de yayıncılara ve pazarlayıcılara ihtiyaçları kalmayacaktır. Aynı şekilde dijital ağların git gide yaygınlaşması ile birlikte biletler ortadan kalkacak ve seyahat acentaları zor duruma düşecektir. Bu bakımdan acentalar yeni hizmet sunan seyahat danışmanlarına dönüşmelidir. Özetle acentalar, gelecekte herhangi bir zorlukla karşılaşmadan önce dijital ekonomiye uygun bir yapıya dönüşmelidirler (Özgür, 2006:16).

2.3.7.Sektörel Değişimin Yaşanması

Sanayi ekonomisinde otomotiv sektörü anahtar sektör iken, yeni ekonomide hakim sektör, diğer tüm sektörlerin refah yaratmasına giden yolu oluşturan bilgisayar, iletişim ve eğlence sanayilerinin birleşmesiyle oluşan yeni medya sektörüdür. Yeni ekonomide önemi iyiden iyiye artan medya sektörü insanların iş yapma, çalışma, eğlenme ve düşünme yöntemlerini, yaşam biçimlerini ve dolayısıyla arz-talep yapısını tamamen değiştirmektedir (Güvenilir, 1999:73).

2.3.8.İnnovasyon'un Önem Kazanması

Yeni ürünler, üretim teknikleri, organizasyon yapıları ve hizmetler olarak tanımlanan innovasyon; yeniyi yaratmak için eskiyi geliştirerek yeni ürünlerin, üretim proseslerinin, hizmet ve organizasyonlarının araştırılması, bulunması, denenmesi, geliştirilmesi, izlenmesi ve benimsenmesidir (Durgut, 2003:27). Yeni ekonominin temel ilkesi "kendi ürününün modasını kendin geçir" olarak ifade edilmektedir.

Eğer yeni ve başarılı bir ürün geliştirilmiş ve piyasaya sürülmüş ise; hedef bu ürünün daha gelişmişinin ortaya çıkarılması ve böylece ilk ürünün modasının geçirilmesinin gerekliliği olmaktadır (Trapscott, 1996:62). Eğer ürününüzü kendiniz eskitmezseniz bunu mutlaka bir başkası yapacaktır (Güvenilir, 1999: 172).

2.3.9.Üretici ve Tüketici Bütünleşmesi

Yeni ekonomide enformasyon ve bilgi bazlı ürün ve hizmetlerdeki artış nedeniyle tüketiciler, sadece bilgi ve teknoloji kullanmakla kalmayıp fiilen bilgi ve teknoloji üreticisi konumuna gelmektedir (Akın, 2001:42). Büyük miktarlarda yapılan kitle üretiminin yerini müşteri isteklerine göre üretimin almasıyla birlikte; üreticiler bireysel tüketicilerin zevk ve ihtiyaçlarına uygun özel mal ve hizmetler oluşturmak zorunda kalmışlardır. Yeni ekonomide tüketiciler fiilen üretim sürecine katkıda bulunabilmektedirler. Yeni bilişim teknolojileri müşterilerin üreticiler ile daha fazla etkileşim içinde olmalarına imkan sağlamıştır (Akın, 2005:24).

2.3.10.İşlemlerin Hız Kazanması

Bilgi ekonomisi bilginin hızlı bir biçimde dijital yolla gönderilmesi; cevabında aynı şekilde hızla geri gelmesi ve bunun sağlanması için, güncellemelerinde hızlı şekilde gerçekleşmesini gerekli kılmaktadır. Dijital bir ekonomide bilginin; acil bir ihtiyaç durumuna gelmesi, ekonomik faaliyet ya da işletme başarısında onun temel bir faktör haline geldiğini göstermektedir. Günümüzde müşterilerin talepleri elektronik yoldan alınmakta, eş zamanlı olarak değerlendirilerek karşılanmakta, ilgili belgeler yine elektronik ortam aracılığı ile geri yollanmakta ve veri tabanları sürekli güncellenmektedir (Bayraç, 2003:8).

2.3.11.Küreselleşmenin hızlanması

Küreselleşme, uluslararasıdaki iletişimin artması sonucu, değişen iktisadi politikalar, dünyayı tek bir bütün haline getirmiş, toplumların iletişimi ve ticari faaliyeti hız kazanmıştır. Küreselleşme kavramı genellikle, malların, hizmetlerin, paranın, teknolojinin, fikirlerin, enformasyonun, kültürün ve halkların hızlı ve sürekli biçimde sınır ötesine akışı, veya dünya ölçeğinde ulusal kimliklerin, ekonomilerin ve sınırların çözüldüğü, sosyal hayatın büyük bir bölümünün küresel süreçler tarafından belirlendiği; dünyanın ekonomik bir bütün oluşturma, dünya toplumlarının birbirine benzemesi, buna bağlı olarak tek bir küresel kültürün ortaya çıkmasını veya toplumların kendi kimliklerini ve farklılıklarını ifade etme ve tanımlama, nihayet dünyanın sıkışması, küçülmesi, ulusal olan her şeyin anlamını yitirmesi ve dünyanın

tek bir mekan olarak algılanma bilincinin artış sürecini tanımlamak için kullanılmaktadır (Tutar, 2000:17).

Küreselleşme aslında çok boyutlu bir gelişme olarak, toplumları derinden ve çok yönlü etkileyen bir süreçler topluluğu niteliğindedir. Ekonomik, siyasal, kültürel, toplumsal, teknolojik vb. alanlarda yaşanan değişim ve dönüşümler, küreselleşme süreçleri olarak tanımlanmaktadır. Kısacası küreselleşmeyi, " sadece ekonomik olmayan, sosyal, siyasi, çevresel, kültürel ve hukuksal boyutları da olan bir süreç" olarak tanımlayabilmek mümkündür (Öymen, 2000:27).

Küreselleşme olgusunun en etkili hissedildiği kesimlerin başında ekonomi dünyası gelmektedir. Bu yeni eğilimle birlikte, firmalar dünya ekonomisinin bütün bir pazar olarak görmekte; rekabet stratejilerini buna göre ayarlamaktadır. Bu açıdan küreselleşme kavramı; " genişleyen uluslararası ticaret, sınırları aşan finansal kaynakların aktarımı, artan dış yatırımlar, büyüyen çok uluslu işletmeler ve ortak girişimler anlamına gelmektedir (Akın, 2005:114). Küreselleşmenin bilgisayarlaşma, minyatürleşme, dijitalleşme, uydu iletişimi, fiber optik teknolojisi ve internet olarak belirlenen kendine özgü bazı tanımlayıcı teknolojileri de bulunmaktadır. Bunlar aracılığı ile küreselleşmenin tanımlayıcı perspektifini bütünleşme olarak ifade etmek mümkündür (Friedman, 2000:31).

2.3.12. Çatışma

Yeni ekonomi, güç, güvenlik, eşitlik, kalite, iş hayatı kalitesi ve demokrasinin geleceği gibi bir takım sosyal problemleri de beraberinde getirmektedir. Çalışma hayatında gerekli bilgi, yetenek ya da motivasyona sahip olmayan insanların gelirlerindeki azalmalar önemli problemler olarak ortaya çıkabilecektir. Hemen her sektörde teknolojinin hızlı bir dönüşüm başlatması birçok kurumda ciddi dirençlerin gösterilmesine neden olacaktır. Gelişen teknolojilerin diktatör rejimler tarafından kötüye kullanılması, nükleer teknolojinin kötü niyetli kişilerce elde edilme ihtimali, iletişim ağları ve bilişim teknolojisinin küçük devletlerce yerel savaşlarda kullanılması ve benzeri birçok sorun yeni ekonomilerde dikkate alınması gereken konulardır (Ölmezoğulları, 2001:21).

2.3.13.Yükselen Yeni Sınıflar

Bilgi toplumunda sadece çalışma koşulları, çalışma alanları değil; yapılan işin türü de değişmektedir. Yarı vasıflı işçilerin çoğunluk oluşturduğu sanayi toplumunun aksine, bilgi toplumunda, P.Ducker' in " bilgi işçisi" olarak nitelendirdiği; bilim insanları, teknisyenler,

mühendis ve öğretmenler, hem sayıca artış göstermekte olup, hem de toplum içinde saygınlık kazanmakta; güç bilgiyi elinde bulundurana geçmektedir (Ölmezoğulları, 2001:22).

2.4. Yeni Ekonominin Kuralları

Yeni ekonominin kendine has kurallarının oluşup oluşmadığı konusu, yeni ekonomi ile ilgili tartışmaların merkezinde yer almaktadır. Bu aşamada, yeni ekonominin kurallarının şimdilik yüksek teknolojilerin yaygın olduğu endüstrilerde geçerli olduğunu belirtmek gerekmektedir (Kelly, 1997:1)

2.4.1. Birleşme Kuralı

Yeni ekonomide bilgisayar çipleri küçülerek mikroskobik boyutta gelmekte ve fiyatları azalmaktadır. Çiplerin küçülmesi ile, bunların her yerde ve göze çarpmadan kullanılabilir hale gelmektedir. Günümüzde bilgisayarların dışındaki objelerde 6 milyar çip kullanıldığı tahmin edilmektedir. Hayatın her aşamasında kullanılmaya başlanan çiplerin birleşmesiyle, sessiz güç diye adlandırılan bir güç ortaya çıkmaktadır. Sessiz güç, bilgisayar ağlarından alınan bütün bilgilerden oluşmaktadır. Bu mekanizma, insan beyninin sessiz sınırlar vasıtasıyla çalışmasına benzemektedir. Çipleri birleştiren temel unsur donanımdır. Bu mekanizma, birbirleriyle süper iletişim içerisinde bulunan bilgisayarların kendi aralarında karşılıklı olarak gönderdikleri mesajların çipler arasında sürekli olarak dolaşmasıyla işlemektedir (Kelly, 1997:5).

2.4.2. Bolluk Kuralı

Yeni ekonomide ortaya çıkan temel kural; networkun toplam değerinin networku kullanan üye sayısının arttıkça yükselmesiyle ilgilidir. Diğer bir ifade ile, networkun içerdiği bilgi dağılımı aritmetik olarak artarken; networkun değeri üstel bir şekilde (geometrik) artmaktadır.

Her ilave üye, çarpıcı bir şekilde diğer üyelerin değerini artırmaktadır. Yeni ekonomi ile birlikte, değer kavramı konusunda temel ilke yıkılmıştır. Bu da değer kısıtlıktan kaynaklandığı yönünde kabullenilmez. Bu kabullenmeye göre altın, elmas, petrol ve yüksek eğitimli olmak gibi az bulunan unsurlar, değerli kabul edilmektedir. Oysa yeni ekonomide değer kısıtlıktan değil; bolluktan kaynaklanmaktadır (Kardaş, 2001:82).

2.4.3.Üstel Değer Kuramı

Yeni ekonomide firmaların karlarının çok hızlı artabileceği Microsoft gibi çeşitli firmaların karlarındaki gelişmeleri izlemek mümkündür. Yeni ekonomi ile birlikte bazı firmaların karları yıllar boyunca düşük düzeylerde seyrederken, zamanla karların gelişimi yukarı doğru bir sıçrama göstermiştir.

Dünya genelinde internet sitesi sahipleri yıllardır çeşitli sıralamalarda en alt sıralarda yer alırken, son yıllarda site sahiplerinin sayısı önemli ölçüde artarak tüm dünyaya yayılmaktadır(Kelly, 1997:9).

2.4.4.Kırılma Noktası Kuramı

Yeni ekonomide işlemlerin çok hızlı olması nedeniyle, sağlanan başarılar çok hızlı bir şekilde bulaşıcı hale gelir ve elde edilmesi zorlaşınca kadar yayılır. Herhangi bir iş dalında, endüstri veya network üzerinde kendi kendini besleyen bir başarı söz konusudur. Belirli bir süre sonra bu başarının bir kırılma noktası olacaktır. Bununla birlikte yeni ekonomideki kırılma noktası, düşük, sabit ve önemsiz marjinal maliyetler ile hızlı dağıtım sayesinde endüstriyel dönemlerin altında olmaktadır (Kelly, 1997:7).

2.4.5 Artan Geri Dönüşüm Kuralı

Artan geri dönüşüm kuralı, pozitif geri beslemeye dayanmaktadır. Diğer bir ifade ile, network'un gücü sayesinde sürekli ileriye doğru bir gidiş söz konusudur. Böylece, endüstriyel ekonomide değer artışı ölçeği lineer olurken; artan geri dönüşüm kuralında bu katlamalı bir şekilde gerçekleşmektedir. Ayrıca endüstriyel ekonomilerde aşırı çalışarak daha ucuza yüksek değer oluşturmaya çalışılması ve uzmanlık ve sahip olunan diğer bazı avantajlar sayesinde şirketin tek başına gelişmesi söz konusu iken, yeni ekonomide yüksek değer için daha az çalışılmakta ve artan geri dönüşüm sayesinde de network'un değeri katılımcılarla birlikte yaratılmaktadır (Kelly, 1997:6).

2.4.6.Tersine Fiyatlandırma Kuralı

Yeni ekonominin ilginç bir yüzü de, tüketicilere daha kaliteli mal ve hizmetleri her yıl giderek daha ucuza satın alma imkanı sağlamasıdır. Bu kural aynı zamanda, yeni ekonominin itici gücü durumundadır. Geleneksel ekonomide üreticiler ürünün kalitesinin artması durumunda, o ürünün fiyatının yükseleceğini tecrübe etmişlerdir. Ancak mikro işlemciler gelindiğinde, fiyat oluşumundaki bu kuralın değiştiği görülmektedir. Şöyle ki , bilgi çağında üreticiler daha kaliteli ürünü daha düşük fiyatlarla üretmek zorunda kalmaktadırlar.

Neticede fiyat ve kalite eğrileri birbirlerinden öylesine ayrılmışlardır ki, bazen en iyi olan bir malın en ucuza alınması mümkün hale gelmektedir(Kelly, 1997:2).

2.4.7. Cömertlik Kuralı:

Hizmetler sektörünün daha verimli hale gelmesi ve maliyetlerdeki azalmanın devam etmesi halinde, en değerli mal ve hizmetler giderek daha çok yaygınlaşacaktır. Nitekim firmaların müşterilerine Internet tarayıcısını, e-mail programını, program paketinin bir üst versiyonunu satabilmek için hediye etmesi, virüs programının bedava kopyasını dağıtması bunun açık bir kanıtıdır. Bedava ürün dağıtma stratejisi, networkun başa oynama stratejisinde bir tanesidir. Buna imkan sağlayan en önemli unsur, ek bir kopya yapmanın maliyetinin sıfıra yakın olmasıdır(Kelly, 1997:2).

2.4.8.Bağlılık Kuralı

Network, sınırları belirlenmiş bir mekana sahip değildir. Burada önemli olan konu o anda networkun içinde olup olunmamasıdır. Böyle bir durumda belirli ülke vatandaşlığı network vatandaşlığına doğru bir geçiş söz konusudur. Yani ulus devletlerin vatandaşı, e-devletin ağdaşına dönüşmektedir. Burada coğrafilik veya bir sınırın olmaması, 24 saat, 365 gün çalışan bir dünyanın olması ve buradaki ilişkilerin çok sıkı, samimi ve sıklıkla yürütülmesi gibi sebepler, bağlılık oluşturmaktadır (Kelly, 1997:4).

2.4.9. Aktarım Kuralı

Yeni ekonomide herhangi bir iş türünün aniden ortaya çıkması ve zirveye doğru hareket etmesi, bir başka yeni ürünün de bu zirveye ulaşmak için yola çıkmasını ifade etmektedir. Bu süreçte bugün zirveye çıkmış bir ürünün, yarın ortadan kalkması söz konusudur. Çünkü zirveye çıkmak konusunda ürünler arasında sürekli bir yarış vardır(Kelly, 1997:4).

2.4.10. Yerine Geçme Kuralı

Geleneksel ekonomideki materyallerin, bilgi teknolojileri sayesinde aşamalı olarak, yerini yeni ekonomideki materyallere bırakması anlatılmaktadır. Bilgi teknolojileri sayesinde eski ekonomide yer alan bir çok malın daha kalitelisi, ucuzu, hafifi, küçüğü ve hızlısı yaratılabilmektedir. Yeni ekonominin eski ekonominin yerini alabilmesi için ya eski ekonomideki malların değişmesi ya da tamamen yeni ürünlerin üretilmesi gerektiği açıktır. Şüphesiz bu süreç çok uzun bir dönemi kapsayacaktır. Nitekim, yapılan çalışmalarda günümüzde ortaya çıkarılan yeni ürünlerin sadece % 10 'unun tam anlamı ile yeni bir ürün olma özelliği taşıdığı ifade edilmektedir (Knowledge, Wharton, 2001: 1).

2.4.11. Dengesizlik Kuralı

Yeni ekonominin sürekli olarak değişim ve arayışlar içerisinde olduğunu açıklamaktadır. Eğer ekonomik sistemde bir ahenk veya denge sağlanmış ise, bu durum yeni ekonominin sonunun gelmesi demektir. Bir anlamda yeni ekonominin temel hedefinin, bir şirketin veya bir endüstrinin başka bir endüstri tarafından imha edilmesi olduğu söylenebilir.

3. YENİ EKONOMİ SÜRECİNDE BİLGİ VE İLETİŞİM TEKNOLOJİLERİNİN ETKİLERİ

1990'lı yılların ortalarından itibaren, dünya ekonomisinde oluşan yeni koşullar (küreselleşme, uluslararası rekabet ve yeni yönetim uygulamaları), teknolojik atılımla birlikte verimlilikte artış ve maliyetlerde düşmeye neden olmuştur. Özellikle teknolojik değişim ve buluşlarla tanımlanan yeni ekonominin getirileri, bu dönemden sonra görülmeye başlanılmıştır(Çağlar,2009:14).

3.1. Yeni Ekonominin Dünya Ekonomisi Üzerindeki Genel Etkileri

3.1.1.Maliyet Üzerindeki Etkileri

Yeni ekonomide, bilişim teknolojilerinin hızlı gelişimi, ekonomik işlemleri kolay hale getirmektedir. Yeni Ekonomi pazara girim kolaylığı sağlamakla birlikte, rekabet unsurunun etkinliğini artırmaktadır. Etkinlik; yanlışsız iş yapma, işlemlerin kolay yapılması ve işlemler sırasında zaman kazanılması , verimlilik ise; girdi başına birim üretim maliyetinin azalması olarak tanımlanmaktadır (Kepenek,1999:69). Yeni ekonomide üretim miktarı arttıkça üretim maliyetlerinin azalması; geleneksel ekonomilerde belirli bir seviyeden sonra ortalama maliyetlerin yükselmeye başlaması durumunu ortadan kaldırmaktadır. Dolayısıyla artan üretimle birlikte, son birim maliyeti asimptotik olarak sıfıra doğru yaklaşmaktadır (Ülgen, 2001:2).

3.1.2.Üretim Üzerindeki Etkileri

Yeni ekonominin geleneksel üretim sürecine etkisi, bilgi ve teknolojik gelişmenin üretim fonksiyonunu değiştirerek, yeni bir teknoloji ile yeni bir üretim fonksiyonunu tanımlaması suretiyle açıklanabilmektedir. Bilgi kısa dönemde üretime katılan diğer üretim faktörlerinin verimliliklerinde bir artış meydana getirerek, aynı miktar değişken girdi ile daha fazla çıktı elde edilmesine neden olmaktadır. Bilgi gelişiminin üretim fonksiyonu ya da geleneksel üretim üzerindeki etkisi, girdilerle üretim miktarı arasındaki verim artışı olarak ifade edilmektedir.

Yeni ekonominin temel özelliği, ürünlerin artan bir şekilde bilgiye dayalı ve hizmet temelli hale gelmesidir. Örneğin yeni mühendislik, mimari ve materyal kullanım teknikleri sayesinde, aynı alanı kapsayan ancak 50 veya 100 yıl öncesine göre daha az fiziki materyal kullanılması söz konusudur. Yeni ekonomi ile fiziki ağırlığı bulunan malların GSYİH içerisindeki payının gittikçe azaldığı görülmektedir (Greenspan, 1998:2).

Otomobil fabrikalarının ve petrol kuruluşlarının fiziki ağırlıkları ve önemi bilinmektedir. Ama fiziki ağırlığı olmayan software programlar yapan bir şirket olan Microsoft' un piyasa değeri 600 milyar dolara gelmiştir. Kısaca bugün 20. yüzyılda tanınan ekonomik büyüklük kavramlarının yerine ve onun dışında yeni bir ekonomi kavramı ile karşı karşıya bulunmaktayız ve fiziki ağırlık denilen şey, yani ekonominin özgül ağırlığı, artık bugün fazla bir anlam taşımamaktadır. Bu sürecin yaşanmasında bilgi teknolojisi endüstrilerinin ekonomideki ağırlığının giderek artmasının rolü büyüktür.

Bilgi teknolojilerinin ekonomideki payları 1990 yılların başında % 5-6 oranları arasında değişirken, bu oran 1990'li yılların sonunda %8-8.5' lere çıkmıştır. Bilgi teknolojilerinin ekonomideki ağırlığının giderek artmasında, teknolojik ürünlerin fiyatlarının hızla düşmesi ve internet temelli ticari faaliyetlerin artmasının önemli katkıları olmuştur (Henry ve Dalton, 2000:24-25). Yeni ekonomide ürünlerin önemini kaybetme nedeni, ekonominin dijitalleşmesinden ötürüdür.

3.1.3.Tüketim Üzerindeki Etkileri

Yeni ekonomi her zaman fayda maksimizasyonunu en düşük fiyatla karşılama amacıyla olan tüketiciye, yeni ihtiyaçlarla karşılaşma, ihtiyaç duyduğu ürüne ulaşım süresini kısaltma, fayda maksimizasyonu sağlarken, farklı davranış modelleri sergileme imkanları sunmaktadır. Aynı zamanda yeni ekonomi tüketici zevk ve tercihlerinde zaman içinde temel değişimler meydana getirmekte ve tüketim kalıbının değişmesine neden olmaktadır (Uzgören ve Kara, 2003:16).

3.1.4.Küreselleşme Üzerindeki Etkileri

Ekonomik entegrasyon, en zayıfından en ileri aşamasına kadar, ticareti engelleyen unsuları ortadan kaldıran, ülkeler arasında faktör hareketlerine serbestlik tanıyan, ulusal ekonomik politikaları uluslararası ilişkiler lehine uyumlu hale getiren bir oluşum sergilemektedir (Tutar, 2000:49). Küreselleşme sürecini doğuran ve sürecin temel dinamiği olan eğilimler, sanayi toplumundan bilgi toplumuna, işgücü ağırlıklı teknolojiden yüksek teknolojiye, ulusal ekonomiden dünya ekonomisine, merkezi yönetimden yerel yönetime,

temsili demokrasiden katılımcı demokrasiye, hiyerarşiden hiyerarşik görünümlü şebeke ve sanal organizasyon yapılarına geçiş gibi sosyal, siyasal, ekonomik, yönetsel ve örgütsel faaliyetlerde çeşitli transformasyonlar yaşanmasına neden olmaktadır (Öğüt ve Sevinç, 2003:3)

Yeni dünya düzeninde, dış ticarete dönük ulusal ekonomiler ortaya çıkmaktadır. Bu süreçte amaç, gerekli teknolojik ve yapısal değişiklikleri gerçekleştirerek serbestleşen dünya pazarlarında rekabet edebilme potansiyelini geliştirmektedir (Düren, 2000:51). İletişim teknolojisindeki gelişmeler ve globalleşme ile birlikte, dünya ticaretinde, doğrudan sermaye yatırımlarında ve uluslararası kredi işlemlerinde önemli gelişmeler yaşanmaktadır. Örneğin IMF verilerine göre, dünya ihracatı 1998 yılının ilk yarısında 5.6 trilyon olarak gerçekleşmiştir. Bu rakam 1989 yılına göre % 86'lık bir artışı ifade etmektedir. Ayrıca Uluslararası Ödemeler Bankası verilerine göre, 1989 yılının ikinci çeyreğinde 4.6 trilyon dolar olan uluslararası bankacılık kredileri, 1998 yılı ortalarında 9.1 trilyon dolara yükselmiştir. ABD' deki doğrudan yabancı sermaye yatırımları ile ABD' den yurt dışına giden doğrudan sermaye yatırımları 1990'lı yılların başında 94 milyon dolar iken, 1998 yılında 224 milyar dolara yükselmiştir (Yardeni, 1999:5).

3.1.5.Yönetim Anlayışı Üzerindeki Etkileri

Günümüz toplumunun gelişiminde, bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan devrim niteliğindeki gelişmeler önemli yer kaplamaktadır. Özellikle bilginin edinilmesi, depolanması ve paylaşılması süreçlerinde yaşanan gelişmelerde teknolojik gelişmeler kritik rol oynamaktadır. Yine bu dönemde güçlenen rekabet olgusu; anlayışların, eğilimlerin, yöntemlerin değişimine neden olmaktadır. Tüketicinin davranış biçimleri, istek ve ihtiyaçları, tüketim tarzlarına bağlı olarak iş dünyası ve toplumu değiştirmektedir. Pazar anlayışı değişen işletmeler, yerel ölçekte faaliyet göstermek yerine, pazarın dinamiklerini önemseyerek, küresel pazar anlayışının getirdiği bir takım yeniliklere uyum sağlamak zorunda kalmaktadır (Çağlar:2009:38). Küreselleşmeyle beraber yaşanan yoğun rekabet ortamında ileri üretim teknolojilerinin gelişmesiyle yerel ve mikro talepleri karşılayabilecek esnek üretim gerçekleştirerek standardize olmuş kitlesel üretim yerine dünya pazarlarındaki farklı yerel özellikleri dikkate alan ama küresel ilke ve normlara bağlı üretimler yapılmıştır. Hatta kişiye özel üretimler de gerçekleşmektedir (Dulupçu, 2001:30). Yeni ekonominin yönetim üzerindeki etkileri; bilginin bütün yönetim kademelerince kullanılmasına olanak tanınması, yönetim bilgisinin yöneten kadar yönetilen açısından da önemli hale gelmesi, gizlilik anlayışı yerini açıklık ve anlaşılabilirlik ilkesine bırakması, alt kademelerin yönetime katılımının

sağlanması, emir-komuta zinciri yerine, örgütsel esnek bir anlayışının getirilmesi olarak sıralanabilir (Çağlar,2009:39).

3.1.6.İşletmeler Üzerindeki Etkileri

Bilgi ekonomisiyle birlikte, işletmelerin iş organizasyonları ve örgütlenmeleri konusu önem kazanmaktadır. Bir yandan bilgi iletişim teknolojilerinin yardımıyla küreselleşen piyasalarda artan rekabet işletmeleri daha esnek ve yatay örgütlenme biçimlerini seçmeye zorlarken; diğer bir yandan yalın üretim sistemleri (leanproduction) ve yüksek performanslı iş yerleri gibi artan ölçüde yüksek beceri sahibi işgücü, teknolojiye ve esnek iş organizasyonlarına dayanan işletme yapıları öne çıkmaktadır. Bu süreçte bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımı önemli rol oynamaktadır. Bu teknolojiler sayesinde işletmeler, gerek tüketiciler, gerekse tedarikçilerle ağ tarzı ilişkilere girerken, kısalan ürün ömrü ve değişen tüketici tercihleri nedeniyle; talepteki hızlı değişmeye ayak uydurabilmekte ve böylece önemli bir rekabet avantajı sağlamaktadırlar. Yine bu teknolojiler sayesinde işletmeler 24 saat müşterilere hizmet verebilirken, bilgisayar destekli üretim yapabilmektedirler (Kelleci, 2003:8). Bilgi ekonomisi sürecinde işletmeler; iş organizasyonlarını ve örgütlenmelerini de yeni koşullara adapte etmeye çalışmaktadırlar. OECD' nin 2001 yılında yaptığı bir çalışmada BIT kullanan işletmelerin önemli bir kısmının organizasyonlarını yeniden yapılandırıdıkları belirtilmektedir (OECD, 2001:65).

İşletmelerde yeni ekonomi kendini, "örgütleri asıl yetkinlik alanlarına yönlendirilerek, üretim ve çalışma koşullarında esneklik sağlanılarak, eğitime verilen önemi artırarak, personelin gerek mesleki gerek iletişim konularında hizmet içi eğitimlerle destekleyerek, yatay ilişkileri artırarak, teknolojinin etkin kullanımını oluşturarak, stratejik ortaklıklar kurarak" göstermektedir. (Çağlar,2009:97).

3.1.7 . Piyasa Üzerindeki Etkileri

Tam rekabet piyasasında değişik satıcıların satışa çıkardıkları mallar arasında bir fark olmadığı varsayılmaktadır (Türkay, 2000:154). Alıcıların gözünde firmaların sattığı mal aynıdır. Homojenlik özelliği bulunan bir piyasada belirli bir mal veya hizmeti üreten çok sayıda firma olsa da her birimin arasında ne objektif olarak ne de subjektif olarak bir fark bulunmamaktadır (Berberoğlu, 1995:136). Yeni ekonomide ise mal ve hizmetlerin homojen olduğu söylenemez. Özellikle sayısal mallarda aynı ürün farklı yöntemlerle üretilmektedir. İnternet ortamında ise, bazı mal ve hizmet üretimlerinin kişisel talepler doğrultusunda üretildiği görülmektedir. Bu durumda heterojenlikartmaktadır.Tam rekabet piyasasında alıcı

ve satıcıların birinin veya birkaçının piyasa fiyatı üzerinde etkili olamayacağı kadar çok sayıda oldukları varsayılmaktadır (Türkay, 2000:155). Bu durumda alıcı ve satıcılar piyasada oluşan fiyatı veri kabullenecek ve bireysel veya grup davranışlarıyla değiştiremeyeceklerdir (Parasız, 1998:75). Alıcı ve satıcıların sınırlı olduğu yeni ekonomik düzende ise, sayısal mal ve hizmetler başta olmak üzere, üretim yüksek oranda teknoloji içerdiğinden, bu hizmet ve malları üreten firma sayısı da sınırlı olmaktadır. Sınırlı sayıdaki firma da piyasa fiyatını belirleme gücü elde etmektedir (Uzgören ve Kara, 2003:16). Artan rekabet ve küreselleşme sayesinde firmaların ihtiyaç duydukları girdileri daha ucuza ve istedikleri yerden karşılayabilme olanaklarına kavuşmuş olmaları; bir bütün olarak düşünüldüğünde piyasaya giriş/çıkış engellerini azaltacaktır (Türkay, 2000:155). Alan isimleri olan firmalar, sanal ortamda faaliyet gösterebilir, belirli hukuki kurallar çerçevesinde, belirli bir bedel ödeyen kişi ve firmaların piyasaya giriş ve çıkışları kolaylaşmaktadır.

Alıcı ve satıcılardan her birinin, tam rekabet piyasasında her çeşit bilgiye her an sahip oldukları varsayılmaktadır (Türkay, 2000:155). Alıcı ve satıcılar piyasa fiyatlarını, ürünün özelliklerini anında öğrenirler (Berberoğlu,1995:137). Yeni ekonomide ise, iletişim olanaklarının artması ve özellikle internet, alıcı ve satıcıların daha kolay bilgi edinmesini sağlama, hem de bilgi edinme maliyetini azaltmaktadır, internet dünyayı tek bir piyasa haline getirdiğinden, en etkin fiyatı bulabilme olanağı sağlamaktadır. Bu durum sanal piyasalarda fiyattaki farklılaşmalara karşın talebin duyarlılığının yüksek olduğunu göstermektedir (Bozkurt, 2000:88). Böylelikle fiyatlar homojenleşme eğilimine girmekte, yeni ekonomide internette tam yararlananların kazanımları daha fazla olmaktadır.

Tam rekabet piyasasında bir mal veya hizmetin arzı ve talebi, tam rekabet piyasasının özelliklerine bağlı olarak fiyatı belirlemede yeterli olacaktır. Bu durumda piyasa fiyatı o malı satmak isteyenlerle, almak isteyenlerin karşı karşıya gelmesiyle oluşacaktır.

Piyasada oluşan bu fiyatı veri kabul eden firmalar için denge üretim düzeyinin belirlenmesi teorik olarak marjinal maliyet fiyat eşitliğinde olmaktadır(Berberoğlu,1995:138).

3.1.8. Network Üzerindeki Etkileri

Network etkisi, "bilgi teknolojilerinin olanaklı kıldığı e-ticaretin etkileri ile sektörlerin faaliyetlerinde meydana gelen değişikliklerin, diğer sektörlerle yayılması" şeklinde tanımlanabilir. Büyük ölçekli, yoğun teknoloji içeren arz yönlü ekonomilerde, network etkili talep yönlü ekonomilerin birleşimi piyasalarda baskın firmaların ortaya çıkmasını ve etkili olmasını sağlamaktadır. Network etkisi ile çalışan bir firma piyasadaki baskın konumundan

faydalanmak için etkin araçlara sahiptir. Tüketiciler, rakip firmalar piyasa ve ürünler hakkında bedelsiz ve tam enformasyona çok yakındır. Dijital ürünler için işlem maliyeti sıfır kabul edilir. Büyük ölçekli ekonomilerde, rekabet politikaları büyük ölçekli ekonomilerden faydalanma ve küçük işletmelerin teşvik etme noktalarından bir denge oluşturmaktadır. Bu denge yeniekonomi, e-ticaret veya bilgiekonomisinde daha güçlü teknolojik, büyük ölçekli ekonomilere network etkileri nedeni ile de daha yoğun endüstrilere doğru kayar (Şahin, 2008:6). Yeni ekonomide başarının anahtarı tüm işletmeler için, bilgi teknolojisinin etkin kullanımına bağlıdır. Bu nedenle işletmelerin bilgi teknolojisine ayırdıkları sermayenin giderek arttığını gözlemek mümkündür. ABD' de işletmelerin yazılım programları için yaptıkları yatırımlar 1987 yılında 28 milyar dolarken, 1999 yılında 149 milyar dolara yükselmiştir (U.S. Department of Commerce, 2000:3).

3.1.9.Fiyatlandırma Ve Tüketici Tatmini Üstündeki Etkileri

Yeni ekonomiyle tüketicinin zevk ve ihtiyaçlarına yönelik üretim, kitle üretimin önüne geçmiştir. Yeni ekonomiyle önem kazanan şeffaflık ile tüketiciler, dünyanın her yerindeki ürünler hakkında bilgi alma, bu ürünlerin fiyatlarını kıyaslama şansı elde etmişlerdir. Fiyatların şeffaflaşması ticari faaliyetlerde çeşitli aşamalarda rol alan ve çok az hatta sıfır denebilecek düzeyde katma değer yaratan komisyoncuların sistem dışı kalmasına neden olur. Böylece üreticiler ve tüketiciler birbirlerine daha da yaklaşır. Ticarete mevcut olan tüketici-üretici ekseninde tüketiciler daha etkin bir rol oynamaya başladılar. Amerika' da firmalar, müşteriler arasında internet aracılığı ile açık arttırmalar düzenleyebilmekte, aslında ikisi de tüketici konumunda olan alıcı ve satıcıyı " garagesalles" yönetimi ile karşı karşıya getirebilmekte, nihayetinde tüketiciye alacağı malın dünyanın neresinde daha ucuz olduğu enforme edebilmektedir. Bu yolla üreticiler, tüketicinin hangi malı hangi fiyat düzeyinde tercih ettiklerini çok kısa bir süreçte öğrenerek aynı anda fiyat düzeyinde tercih ettiklerini çok kısa bir süreçte öğrenerek aynı anda fiyat ayarlamasına giderek talepleri kendi lehlerine çevirebilirler (DTM, 2000:1).

3.1.10.Verimlilik Artışı Üzerine Etkileri

1996-1999 yılları arasında Amerika' da enflasyon ve başka ekonomik sorunlar olmadan, ekonomide ortaya çıkan % 25 'lik artış, enformasyon teknolojilerine yapılan yatırımların bir karşılığı olarak değerlendirilmiştir. Yine Amerika' da tarım dışı sektörlerde 1980-1989 döneminde yılda ortalama % 1.37'lik verimlilik artışı sağlanırken, bu oran 1990-2000 döneminde ortalama % 2.15' e kadar çıkmaktadır (Bureau of LaborStatistics Data (BLS), 2001).Verimlilik artışına neden olan faktörler, "bilginin elde etme olanaklarının

yayılması ve kolaylaşması, piyasalara giriş sınırlamalarının ortadan kalkması, Tam rekabetçi piyasa koşullarına ulaşip maliyetlerin azalması, alışverişin dinamik fiyatlarla yapılması, müşteriler ile elde edilen kişisel bilgilerin nitelik ve nicelik olarak genişlemesi, ürünlerin pazara sunulmuş süresinin azalması, globalleşmenin etkisi ile müşteri kitlesinin artması, sürekli faaliyette kalma ve kesintisiz hizmet sunabilme imkanının artması, müşteri belirleyiciliğinin etkinleşmesi, hiyerarşik sistem yapısının azalması, müşterini memnuniyetinin önem kazanması "olarak sıralanabilir (Çağlar, 2009:19). Verimlilik artışı sayesinde, reel ücretlerin yükselmesi, istihdamın ve büyümenin artması ve enflasyonun düşmesi sağlanabilmiştir. Bu sebeple ekonomide bir çok kavramın sorgulanması gerekmektedir. Verimlilik artışı ile birlikte, büyüme, kişi başına reel gelir ve birim emek maliyetinde önemli düşüşler sağlanmıştır (Yardeni, 2001: 5-12).

3.1.11. Gelir Dağılımı Üzerindeki Etkileri

Yeni ekonomide reel ücret artışı, eğitilmiş, kalifiye elemanları kapsayacak şekilde gerçekleşmekte, yeterli eğitim ve donanıma sahip olmayan insanların reel ücretlerinin artması bir yana, azalması ya da bu kişilerin kayıt dışı ekonomiye geçişlerinin de artacağını söylemek mümkündür. Nitekim 1997 yılında ABD' de kolej mezunları, lise mezunlarından ortalama olarak % 77 daha fazla kazanmaktaydılar. Daley' e göre çalışma ortamının yapı değişikliği, bazı insanların işlerini kaybetmelerine neden olacak; ancak yeteneklerini günün şartlarına uyumlaştırabilenlerin yeni iş alternatifleri olabilecektir (Daley, 1999:1-2).

Gelir dağılımı sadece çalışanlar açısından değil, firmalar, şehirler, devletler açısından da değişecektir. Dünya Bankası'nın yayımladığı " Dünya Kalkınma Raporu 2000/2001' de, 1960 yılında en zengin ülkelerin kişi başına gayri safi yurt içi hasılası en yoksul ilkelere 18 kat daha fazla iken, 1995 yılında bu oranın 37 kat seviyesine çıktığı belirtilmektedir (The World Bank Group, 2000:51). Açığın giderek artmasının temel nedeni; ülkeler arasındaki büyüme performanslarının farklılık göstermesidir. Sonuç olarak yeni ekonominin de ülkeler arasındaki gelir dağılımı adaletsizliğini daha da artıracak olduğunu söylemek mümkündür. Yeni ekonomide gelişmeyi yakalayabilmenin yolunun iletişim ve enformasyon teknolojilerindeki gelişmeleri yakından takip etmekten geçtiği dikkate alındığında dünyanın farklı bölgelerindeki gelişmişlik-azgelişmişlik farkının kapanmasının ne kadar güç olduğu ortaya çıkmaktadır (Ölmezoğulları, 2000:54).

3.2. Yeni Ekonominin İktisat Bilimi Üzerindeki Etkileri

Drucker, 1975-1989 yılları arasında meydana gelen ekonomik olayları hiçbir ekonomik kuramın açıklayamadığını çünkü; mevcut ekonomi kurallarının sanayi ekonomisinin işleyişini açıklamaya yönelik olduğunu, insanlığın geleceğini kökünden değiştiren bilgi toplumunun yarattığı olguları sanayi toplumunun bakış açısı ve analiz teknikleri ile yeterli düzeyde açıklamanın mümkün olmadığını ifade etmektedir (Erkan, 1994:5). Einsere göre; iktisat teori üretmemekte ve itibar kaybetmektedir. Robinson de "geçmiş yüzyılın hantal teorileri ile, bugünün girift sorunlarını çözmeye çalışanlar, dünyanın en tehlikeli insanlarıdır" diyerek, Keynes'den sonra temel olarak hiçbir şey üretilmediğine dikkatleri çekmektedir (Alkın, 2001:128-129). Burada dikkate alınması gereken şey, iktisat kuramı aracılığıyla değişen dünyanın mı yorumlanacağı, yoksa değişen dünya karşısında iktisat kuramının mı değerlendirileceği sorunudur.

Bir diğer ifadeyle; acaba teorilerin değişmesi ortamdaki etkilenir mi? Sonuçta iktisat teorilerinin gelişmesi de, günün ve dönemin koşullarından bir şekilde etkilenir ya da düzeltmelere uğrar mı?(Üşür, 2001:139). Tüm bu sorulara karşılık en azından şunu söylemek mümkündür: Olaylar ortaya çıktıkça, sorunlar ortaya çıktıkça yeni kuramlar türemese bile, yeni açıklamalar türemektedir (Arın, 2001:130). Toffler, "ekonomi ile ilgili herkesin ekonomiyi, arazi, emek ve sermaye olarak değerlendirdiğini; evinizdeki iktisat kitabı hala bunları söylüyorsa bunun atılmasını, ekonominin kendisinin bile değiştiğini ve bilginin nadir bir kaynak olmadığını" ifade etmektedir. Toffler'in düşüncelerinde yola çıkarak, ekonominin yapılan birçok tanımları arasına, kıtlık kavramının ana tema olarak vurgulanmadığı yeni bir tanımın ilave edilmesi gerektiğini söylemek mümkündür. Çünkü artık en önemli üretim faktörü haline gelen bilginin kıt değil; sınırsız olduğu kabul edilmektedir. Nitekim bu konuda bazı gelişmelerin olduğu görülmektedir. Örneğin Avusturya Okulu, iktisadın temel sorunu " bireylerin iktisadi kararlarının koordinasyonu ve bilginin dağılımı" olarak görürken, Kamusal Tercih Yaklaşımı iktisadı " bir mübadele bilimi" olarak tanımlamaktadır. Ayrıca Coase de, iktisadın sorunsalını, hukuki yapıdan, siyasi sisteme, sosyo-kültürel niteliklerden eğitim sistemine kadar tüm kurumları ile birlikte iktisadi sistemin işleyişinin incelenmesi olarak algılamaktadır (Yay ve Yay, 2001:19-19).

Yeni ekonomi ile birlikte, kaynakların kıtlığı, makro ekonomik değişkenler arasındaki bazı ilişkilerin zayıflaması, makro iktisadın bazı ekonomik olayları açıklamada yetersiz kalması, buna karşılık mikro iktisadın öneminin artması ve uluslararası ticaret rejimlerinin

değişmesi gibi daha bir çok konu gündeme gelmiştir. Ayrıca bilgi teknolojilerindeki gelişmelerin emek piyasası, gelir dağılımı ve refah üzerine etkileri ve elektronik para gibi daha birçok gelişme iktisat biliminin gündemine taşınmıştır (Ruben, 2001:35).

3.2.1. Değer Paradoksu Üzerindeki Etkileri

İnsan hayatı için önemli olmayan altın ve elmas gibi mal ve hizmetlerin, insan hayatı için çok önemli olan su gibi mal ve hizmetlerden daha değerli olmasını ifade eden değer paradoksuna göre, bir mal veya hizmetin değerli olması, o malın kıt olmasından kaynaklanmaktadır. Oysa yeni ekonomide bir mal ve hizmetin değerli olması; kıtlıktan değil bolluktan kaynaklanmaktadır. Yeni çıkan bir programı kullananların sayısı arttıkça, bu programın değeri daha da artmaktadır. Örneğin internetteki bir sitenin değeri, bu siteyi ziyaret edenlerin sayısındaki artışa bağlı olarak daha da artmaktadır(Akyazı, Kalça 2003:17).

3.2.2. Maliyet Kavramındaki Etkileri

Yeni ekonomide firmaların çok geniş coğrafyada ve fiziki mekanlarda faaliyette bulunmasına gerek yoktur. Artık gelişmiş bilgi teknolojileri sayesinde, çok küçük mekanlarda büyük bir şirketin daha az çalışanla birlikte faaliyetlerini yürütmesi mümkün hale gelmektedir.

Dolayısıyla firmaların özellikle sabit maliyetlerinde önemli düşüşler ortaya çıkmaktadır. Üretimdeki bir birimlik değişme sonucu toplam maliyetlerdeki değişme olan marjinal maliyette, bir programın kopyasının piyasaya sürülme maliyeti "0" olabildiğinden, marjinal maliyet seyri de değişmektedir (Akyazı; Kalça 2003:17).

3.2.3. Makro Ekonomik Değişkenlerindeki Etkileri

İktisadın makro ve mikro iktisat şeklindeki alt ayrımında , mikro iktisadın önem kazandığı; makro iktisadın ise daha pasif hale geldiği, hatta ortadan kalkabileceği dile getirilmektedir. Yardeni, kapitalizmin yol açtığı sonuçlardan birisinin mikro iktisadın makro iktisada karşı zafer kazanması olduğunu vurgulamakta ve makro iktisadın piyasa yapısı ve ekonomide endüstriyel organizasyonların değişiminin sonuçlarının anlamada ve açıklamada başarısız olduğunu savunmaktadır. Ayrıca, ekonomik gelişmelerin makro modellerle değil; mikro modellerle daha kolay tahmin edilebileceğini bu nedenle Keynesyen, Monetarist ve diğer makro modellerin bittiği şekilde büyük bir önermeye gitmektedir. Yarden' in ortaya

koyduğu temel düşünce, piyasaların tam rekabetçi hale geldiğidir. Tam rekabet piyasasında, firma amacının kar maksimizasyonu olması, yeni firmaların piyasaya girmesinde hiç bir engelin olmaması; tüketicilerin amacının bütçe imkanları dahilinde faydalarını maksimize etmesi ve tüketicilerin mal ve hizmetleri en düşük fiyattan istedikleri üreticiden satın alabilmesi gibi özellikler vardır (Yardeni, 1999:77). Yeni ekonomide para araçlarının gücünü kaybetmesinden dolayı, makro politikaların uygulanışının çok zor olacağı; dolayısıyla makro ekonominin giderek zayıflayacağı; üreticilerin doğal işsizlik oranını azaltacağı; işsizlik oranının düşmesine karşılık, enflasyon oranının yükseleceği yönündeki kabullenmenin de, 1990' lı yıllarda ABD ekonomisindeki gelişmelerden de yola çıkarak, geçerliliğini yitirdiği bir çok çalışmada dile getirilmektedir (DeLong, 2000:3; DeLong, 2001:3-4).

3.2.4. Mikro Ekonomi Üzerindeki Etkileri

Yeni ekonominin mikro iktisat düzeyinde yaptığı önemli değişiklikler ise; piyasaları daha rekabetçi hale getirmesi, firmalar arasında fiyat rekabetinin yanı sıra müşteri bağlılığını artırıcı faaliyetler artmış, ürün yaşam süreci azalmış ve hız, rekabetin can alıcı silahı haline gelmiştir. Firmalar arasındaki rekabetin bilgisayarın klavyelerine taşınması, tüketicilerin talep ettikleri mal ve hizmetler hakkında her an, hızlı ve maliyetsiz bilgi edinmelerini mümkün kılmış, akabinde firmalar fiyat rekabetinin yanı sıra hediyeler, çekilişler gibi fiyat dışı rekabet yolları açılmıştır. Satıcıların amacı tüketicileri mal ve hizmetlerini pazarladıkları sitelere olabildiğince yönlendirmek ve buralarda tutabilmektedir. Satıcılar bunu başardıkları sürece monopol gücü elde edebilmektedir. Eğer tüketiciler rasyonel davranırsa, monopol gücü zayıflar ve monopolcünün sosyal maliyeti de azalır. Ayrıca firmalar arasındaki fiyat rekabeti de, Web temelli fiyat rekabetine dönüşmektedir. Burada bir firmanın fiyatı değiştirdiği zaman, diğer firmanın da hızlı bir şekilde bunu takip etmesi yüksek bir olasılıktır.

Dolayısıyla, fiyat rekabetinden tüketicini yarar sağlayıp sağlamayacağı, firmaların fiyat ayarlamasını ne kadar hızlı yaptığına bağlıdır. Eğer firmalardan biri fiyat değişikliğine gitmiş ise diğer firmaların bu firmanın yaptığı değişikliğe göre fiyat belirlemesi zaman alacaksa tüketicilerin bu durumdan yararlanma imkanı vardır. Aksi halde bu olasılık gerçekleşmeyecektir. Çünkü web tabanlı fiyat politikalarında firmalar, genellikle fiyatlarını diğer firmaların fiyatlarına paralel değişiklikler yapması söz konusudur.

3.2.5. Uluslararası Ticaret Üzerindeki Etkileri

Geleneksel uluslararası ticaret rejimi GATT (General Agreement on Tariffs and Trade) kuralları çerçevesinde yürütülmektedir. GATT' ta geçerli olan kurallar daha çok fiziksel görünümüleri olan mallar için söz konusudur. Oysa yeni uluslararası ticaret rejiminde ticari kurallar, WTO (World Trade Organization) esaslarına tabi olmaktadır. Buradaki kurallar ise, hem fiziki hem de dijital yani fiziki olmayan mallar içinde geçerlidir (Economic Commission For Africa, 1999:11-12).

3.3. Yeni Ekonominin Türkiye Ekonomi Üzerindeki Etkileri

Dünyadaki gelişmelere paralel olarak Türkiye'de bilgi ve iletişim teknolojileri bilinci ve kullanımı giderek yaygınlaşmakta, iktisadi ve sosyal yaşamda, kurumsal yapı ve ilişkilerde değişim süreci hız kazanmaktadır. Bu değişim sürecinin bir sonucu olarak ortaya çıkan bilişim ekonomisi ve bu ekonominin önemli parametrelerinden biri olan bilgi ve iletişim teknolojilerinin ekonomik hayatta kullanımı; e-ticaret, milli gelir, Ar-Ge harcamaları, dış ticaret, yatırımlar ve istihdam olmak üzere birçok önemli değişkeni etkilemektedir (Kılıç ve Kılıç, 2011:28).

3.3.1. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Türkiye'nin E-Ticaretine Etkisi

Türkiye' de Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin kullanılması ilk olarak, 1992 yılında Merkez Bankası ile bankalar arasında başlayan EFT uygulaması ile gerçekleştirilmiştir. 1995 yılında UNCTAD tarafından Ankara'nın ticaret noktası seçilmesi de, e- ticaretin gelişmesi yolunda atılan ikinci adım olmuştur. Türkiye'de e-ticaret uygulamalarına özellikle 1997 yılında geçilmiştir. 1997 yılında Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu toplanmış ve e-ticaret ağının kurulması kararını almıştır. Bu çalışma çerçevesinde TÜBİTAK aynı yıl TUENA'yı (Türkiye Ulusal Enformasyon Altyapı Planı'nı başlatmıştır (Ölçer ve Özyılmaz, 2007:77 ve TÜBİTAK, 2002:14).

Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu'nun yine 1997 yılında yaptığı toplantıda, e-ticaretin koordinatörlük görevi Dış Ticaret Müsteşarlığı'na verilmiştir. Bunlara paralel olarak da Türkiye' de özel sektörün e-ticareti kullanma oranı ve bilişim sektöründeki firmaların üretim miktarlarında artışlar olmuştur (Canpolat, 2004:47).

Tablo 1: Türkiye' de E-Ticaret Pazarı

E-Ticaret Pazarı	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Tüketiciye Yönelik E-Ticaret Hacmi(Milyon Dolar)	7	68	200	375	840	2.625	6.188
GSMH'daki payı (%)	-	-	0,1	0,2	0,3	1,0	2,3
Müşteri Sayısı	150	450	1.000	1.500	2.400	5.250	8.250
Toplam İnternet Kullanıcıları İçindeki Payı(%)	10	15	20	25	30	35	50
Müşteri Başına Ciro	47	150	200	250	350	500	750

Kaynak: Naseh, (2003:28).

Türkiye' de e-ticaret pazarına bakıldığında, 1999 yılında 7 milyon dolar olan tüketiciye yönelik e-ticaret hacminin, 2000 yılında 68 milyon dolara, 2001 yılında 200 milyon dolara, 2002 yılında 375 milyon dolara, 2003 yılında 840 milyon dolara, 2004 yılında 2,625 milyon dolara, 2005 yılında ise 6,188 milyon dolara çıktığını gözlemlenmektedir. Aynı şekilde e-ticaret pazarının GSMH' daki payı 1999 ve 2000 yılında yok iken, 2001 ' de % 0,1, 2002 yılında % 0,2, 2003'de % 0,3 , 2004'de % 1,0 ve 2005 yılında ise % 2,3 oranına yükselmiştir. Yine Tablo 1' göre, müşteri sayısı, e-ticaretin toplam internet kullanıcıları içindeki payı ve müşteri başına ciro oranı da yıllara göre artmıştır.

Son yıllarda e-ticaret hacminde genişleme eğilimi gözlenmektedir. Türkiye'de kredi kartı sayısının 2010 yılında 46.956.124'e ve POS sayısının 1.823.530'a yükselmesinin önemi büyüktür. Kredi kartı kullanıcıları, internet ve telefon bankacılığını teknolojiye ve güven sorununun aşılmasına paralel olarak artan ölçüde kullanmaktadır.Türkiye'de yapılan aylık alışveriş tutarının %65' ini kartla yapılan alışverişler oluşturmaktadır Bunun yanı sıra kredi kartları ile aylık ortalama 881 TL harcanmaktadır.Kredi kartlarının en beğenilen özellikleri sırasıyla %50 ile taksitlendirme ve % 27 ile puan toplama uygulaması olmaktadır. Bireyler cüzdanlarında ortalama 2.2 kredi kartı taşımaktadırlar. İşyerleri ise birçok nedenden dolayı kredi kartı ile satış yapmayı tercih etmektedir. Bu nedenlerin başında %60'lık büyük bir oranla kredi kartı kullanımının müşteri sayısını artırması yer almaktadır.

Bunun yanı sıra taksitli satış yapılması, nakit para riskinin kalkması, bozuk para derdinin olmaması, veresiye satış yapılmasına gerek kalmaması, fiş kesildiği için mali sorumlulukların kolaylaşması gibi nedenler de işyerlerinin kredi kartı ile satış yapmasını sağlamaktadır. İşyerlerinin toplam satışları içerisinde kredi kartı ile yapılan satışları % 44 ' lük bir orana sahiptir (BKM, 2009:1-2).

Tablo 2:Sanal Kart/Sanal Kredi İşlemleri

Dönem	İşlem Adedi			
	Sanal Kart ile Yapılan			İnternette Yapılan Ödül Programı
	Yurtiçi	Yurtdışı	Toplam	
2005	434.870	105.248	540.118	102.407
2006	653.905	189.640	843.545	103.522
2007	320.332	88.803	409.135	57.505
2008	1.307.233	493.868	1.801,01	304.675
2009 (Ocak-Temmuz)	638.224	278.145	1.801,101	79.224
Dönem	İşlem Tutarı (Milyon TL)			
	Sanal Kart ile Yapılan			İnternette Yapılan Ödül Programı
	Yurtiçi	Yurtdışı	Toplam	
2005	25,74	8,79	34,53	4,24
2006	39,59	15,18	54,77	8,5
2007	16,38	7,04	23,42	5,6
2008	83,64	37,23	120,88	12,17
2009 (Ocak-Temmuz)	51,09	22,45	73,54	5,06

Kaynak: bkm, (2010:1).

Türkiye 'de 2005 yılında sanal kart ile yapılan işlem adedi 540.118 iken, 2006 da artarak 843.545 adete çıkmış, 2007 de küçük bir gerileme yaşayıp, 2008 ve 2009 ilk döneminde yine artış göstermiştir. Aynı zamanda 2005 yılında 34,53 milyon TL tutarında iken; bu miktar 2009 yılı Ocak-Temmuz döneminde 73,54 milyon TL tutarına yükselmiştir.

Tablo 3: Sanal POS İle Yapılan E-Ticaret İşlem Adedi

Dönem	Yerli Kartların Yurtiçi ve Yurtdışı Kullanımı		
	Yurtiçi	Yurtdışı	Toplam
2005	16.962.149	706.438	17.668.587
2006	19.933.704	1.326.038	21.259.742
2007	49.591.402	1.950.119	51.541.521
2008	57.689.412	3.316.656	61.006.068
2009	63.149.123	4.162.181	67.311.588
2010	87.995.976	8.142.181	96.138.157
2011(Ocak)	9.764.404	1.006.980	10.771.384
Dönem	Yerli ve Yabancı Kartların Yurtiçi Kullanımı		
	Yurtiçi	Yurtdışı	Toplam
2005	18.038.607	248.169	18.286.776
2006	21.106.016	582.021	21.688.037
2007	53.366.582	779.222	54.145.804
2008	61.699.605	2.861.143	64.560.748
2009	63.149.123	3.338.000	66.487.123
2010	88.080.301	3.842.980	91.923.281
2011 (Ocak)	9.764.404	251.695	10.016.099

Kaynak:bkm, (2010:2).

2005 yılında yerli kartlarla yurtiçinde ve yurtdışında yapılan e-ticaret işlem adedi 17.668.587 iken, bu adet 2010 yılında 96.138.157' ye yükselmiştir. Yine 2005 yılında yerli ve yabancı kartlarla yurtiçinde yapılan e-ticaret işlem adedi ise 18.286.776 iken, bu adet 2010 yılında 91.923.281' yükselmiştir.

Tablo 4: Sanal POS ile Yapılan E-Ticaret İşlem Tutarı (Milyon TL)

Dönem	Yerli Kartların Yurtiçi ve Yurtdışı Kullanımı		
	Yurtiçi	Yurtdışı	Toplam
2005	1.716,18	85,73	1.801,91
2006	2.471,73	166,01	2.637,75
2007	5.180,13	229,64	5.409,77
2008	7.613,04	387,39	8.000,43
2009	8.431,35	494,69	8.926,04
2010	13.100,71	1.022,33	14.123,04
Dönem	Yerli ve Yabancı Kartların Yurtiçi Kullanımı		
	Yurtiçi	Yurtdışı	Toplam
2005	1319,69	68,69	1.388,38
2006	2282,6	130,08	2.412,68
2007	5.345,38	191,79	5.537,17
2008	8.037,41	1.051,27	9.088,68
2009	8.437,33	1.836,34	10.273,68
2010	13.109,29	2.115,8	15.225,09

Kaynak: bkm, (2010:2).

Yerli Kartların Yurtiçi ve Yurtdışı Kullanımı bilgilerinde; " Yurtiçi" yerli kartların yurtiçi kullanımını, " Yurtdışı", yerli kartların yurtdışı kullanımını gösterir.Yerli ve Yabancı Kartların Yurtiçi Kullanım bilgilerinde; " Yurtiçi", yerli kartların yurtiçi kullanımını, "Yurtdışı", yabancı kartların yurtiçi kullanımını gösterir.

Türkiye'de 2005 yılında yerli kartlarla yurtiçinde ve yurtdışında yapılan e-ticaret tutarı 1.801,91 milyon TL iken, bu tutar 2010 yılında 14.123,04 milyon TL' ye yükselmiştir. 2005 yılında yerli ve yabancı kartlarla yurtiçinde yapılan e-ticaret tutarı 1.388,38 milyon TL iken, bu tutar 2010 yılında 15.225,09 milyon TL' ye yükselmiştir. Türkiye'de son yıllarda e-ticaret faaliyetlerinde asıl gelişme, finans kuruluşlarında görülmektedir. Finans kurumları, finansal işlemlerin yanında ticari faaliyetlerini de web sayfalarından gerçekleştirerek, faaliyet alanlarını genişletmektedirler. Ayrıca bankaların yanı sıra menkul kıymetler şirketleri de, web üzerinden kişilere hizmet vermektedirler. Türkiye internet bankacılığına 1997 yılında, İş Bankası ve Garanti Bankası ile başlamıştır. Müşteriler için sunulan olanaklar ve bu bankalarda görülen maliyet avantajları nedeniyle daha sonra, 20'in üzerinde banka internet bankacılığına yönelmiştir (Pala ve Kartal, 2010:46).

Tablo 5:İnternet Kullanıcılarının Karşılaştıkları Güvenlik Sorunları (%)

	2007	2008	2009
Kredi Kartı Kullanımında Usulsüzlük	1	2,1	0,9
Kişisel Bilgilerin İnternet Üzerinden Başkalarının Eline Geçmesi	6,2	5,1	3,2
İstenmeyen İletilerinin (spam e-posta) Alınması	47	52,2	58,7
Zaman ya da Bilgi Kaybına Neden Olan Bilgisayar Virüsü	70,3	70,6	64,5

Kaynak: DPT, (2010:18).

2009 yılında bireylerin en fazla karşılaştığı güvenlik problemi zaman veya bilgi kaybına neden olan bilgisayar virüsleridir. Bunu istenmeyen e-posta, kredi kartı kullanımına dair usulsüzlük veya kişisel bilgilerin başkalarının eline geçmesi sorunları takip etmektedir (KILINÇ,KILIÇ,2011;30).

Bu sorunların giderilmesi, gerekli güvenlik önlemlerinin alınması, internet kullanıcı sayısı ve internetten yapılan alışveriş miktarını artıracaktır.

3.3.2.İnternet Üzerinden Sipariş Verilen veya Satın Alınan Mal ve Hizmetler

İnternet kullananların internet üzerinde en çok sipariş verdiği veya satın aldığı mal elektronik araçlardır. Kırsaldaki kullanıcıların kentli kullanıcılara oranla daha fazla tercih ettiği mal veya hizmet türleri elektronik araç, ev eşyası, bilgisayar ve diğer ek donanım, bilgisayar ve video oyunları yazılımları ve geliştirilmesi ile telekomünikasyon hizmetleridir (Kılınç ve Kılıç,2011:30).

Tablo 6 'ya göre, internet kullananlar içindeki oranı en yüksek olan elektronik araç satın almadır. Elektronik araç satın alma, kırdan kentten daha yüksektir. Elektronik araç alım oranını, kitap, dergi, gazete alımı takip etmektedir. Kitap alımı kentte kıra göre daha yüksek izlenmektedir. Giyim-seyahat-bilet ise üçüncü sırada yer almakta, ve her üçü de kentte kırdan daha yüksek oranda seyretnmektedir. Bilgisayar ve ek parçaları ile gıda maddeleri, dördüncü sırada yer almakta olup, bilgisayar kırdan kente oranla fazla oranda, gıda maddeleri ise kentte kıra oranla daha fazla oranda satın alınmaktadır. Sinema-tiyatro bileti ve ilaç ise kentte küçük bir miktarda iken kırdan "0" oranındadır.

Tablo 6: İnternet Üzerinden Sipariş Verilen veya Satın Alınan Mal ve Hizmetler

Mal ve Hizmet Türleri	İnternet Kullananlar İçindeki Oran			İnternet Üzerinden Mal veya Hizmet Siparişi Verenler ya da Satın Alanlar İçindeki Oran		
	Türkiye	Kent	Kır	Türkiye	Kent	Kır
Elektronik araçlar	2,7	2,6	3,2	32,2	29,7	50,8
Kitap,dergi, gazete	1,8	1,9	1,1	20,8	21,2	18,3
Giyim	1,6	1,7	1,2	18,7	18,8	18,4
Seyahat, bilet	1,6	1,7	1,1	18,6	18,8	17,4
Bilgisayar ve ek parçalar	1,1	1,1	1,5	13,4	12,1	23,7
Gıda maddeleri	1,1	1,2	0,4	12,5	13,4	5,7
Film, müzik	0,8	0,9	0,3	9,1	9,7	4,8
Sinema, tiyatro bileti	0,6	0,7	0,0	6,7	7,7	0,0
İlaç	0,5	0,6	0,0	6,4	7,3	0,0
Bilgisayar yazılımı	0,3	0,2	0,8	3,8	2,6	12,6

Kaynak: DPT, (2010:19).

Tablo 7:İnternet Üzerinden Satın Almama Nedenleri (%),

	2007	2008	2009
Gizlilik ya da Güvenlik Kaygıları	0,4	34,7	30,7
İnternet Hızının Çok Düşük olması	6,4	0,2	0,5
Kredi Kartının Olmaması	28,3	2,9	3,2
Ürünün Teslimi, İadesi ya da sorun giderme konusunda güvensizlik	3,7	7,8	4,8
İnternette Alışveriş Yapacak Bilginin Olmaması	6,6	6,9	7
Ürünü Yerinde Görerek Almayı Tercih Etme	27,2	18,3	34,7
İhtiyaç Duymamak	75,7	77	72,6

Kaynak: DPT, (2010:17).

Bireylerin internet üzerinden alışveriş yapmaya ihtiyaç duymaması konusu oldukça yüksek bir oranda öne çıkmaktadır. 2008 ve 2009 yıllarında gizlilik ya da güvenlik kaygılarının önemli oranda arttığı görülmektedir. 2009 yılı için vatandaşlar tarafından belirtilen gizlilik kaygısı oranının %30.7 olduğu da dikkate alınmalıdır. Aynı zamanda gizlilik ya da güvenlik kaygılarının yıllara göre artış göstermesi de dikkat çekici bir veridir. Diğer taraftan internet üzerinden ödeme olanağı veren kredi kartına sahip olmama oranının azalmış olduğu görülmektedir (Kılınç ve Kılıç,2011:30).

Tablo 8:Alınan Güvenlik Önlemleri

	2007	2008	2009
Virüs Tarama veya Koruma Yazılımı	31.8	54.4	57.1
Yazılım veya Donanım Olarak Güvenlik Duvarı	13.9	27.8	32.4
Bilmiyor	2.4	9	13.9
Hiçbiri	65.2	46.4	28

Kaynak:DPT , (2010:18)

2009 yılında internet kullanıcılarının % 28' i herhangi bir güvenlik önlemi olmadığını, % 13.9'u ise bu konuda bir bilgisi olmadığını belirtmiştir. Yıllar itibariyle güvenlik önlemi alma oranı artsa da internette yaşanan güvenlik önlemi alma oranı artsa da internette yaşanan güvenlik sorunları Türkiye' de önemini korumaktadır. Ancak, internet kullanımının evlerde artmasıyla birlikte kullanıcıların bireysel anlamda güvenlik önlemleri ile daha fazla ilgilenmesi beklenmektedir (Kılınç ve Kılıç, 2011:32).

Tablo 9: İnternet Kullanma Amaçları (%),

Amaçlar	2009			2010		
	Türkiye	Kent	Kır	Türkiye	Kent	Kır
E-Posta gönderme	72,4	73,7	64,9	72,8	73,9	66,9
Çevrimiçi haber, gazete ya da dergi okuma	70,0	70,1	69,4	58,8	58,8	58,9
Sohbet odalarına, tartışma forumlarına mesaj gönderme	57,8	58,3	55,3	64,2	65,0	60,4
Oyun, müzik, film indirme	56,3	55,9	58,2	51,2	51,1	51,5
Mal ve hizmetler hakkında bilgi arama	52,9	55,0	41,6	55,7	57,7	45,6
İnternet üzerinden telefonda video görüşmesi	49,8	50,7	45,2	47,1	48,3	41,0
Sağlıkla ilgili bilgi arama	45,1	47,3	33,3	47,3	48,6	40,8
Radyo dinleme, tv izleme	43,3	44,0	39,8	47,1	42,1	36,1
Öğrenme amaçlı internete başvurma	31,7	33,4	22,0	37,1	38,1	32,1
Okul, üniversite ile ilgili faaliyetler için bilgi arama	25,7	25,7	25,3	26,4	27,0	23,5
Kendi oluşturduğu metin, fotoğraf vs. yükleme	24,1	25,0	19,3	30,3	31,3	25,1
Seyahat, konaklama ile ilgili hizmetlerin kullanımı	22,5	24,2	13,0	22,6	27,0	23,5
Yazılım indirme	15,2	16,1	10,0	14,8	15,6	10,5
İnternet bankacılığı	14,0	14,9	8,9	16,8	17,8	11,3
İş arama ya da iş başvurusu yapma	13,2	1,2	13,2	10,2	10,5	8,9
Herhangi bir konuda çevrimiçi eğitim alma	5,8	6,3	3,0	6,3	6,7	4,5
Mal ve hizmet satışı	2,0	2,2	0,9	4,1	4,3	3,1

Kaynak: TÜİK Hanehalkı Bilişim Teknolojileri Kullanım Anketi, 2010.

2009 yılında internet kullanıcılarının kullanım amaçlarına bakıldığında e-posta gönderme ile gazete, dergi okuma, haber indirme işlemlerinin en çok gerçekleştirilen faaliyetler olduğu görülmektedir. En çok talep edilen diğer hizmetler arasında sohbet odaları veya tartışma forumlarına mesaj iletme ve anlık ileti gönderme ile oyun, müzik, film, görüntü indirme veya oynatma da bulunmaktadır. Öğrenme amacıyla internete başvurmak % 31.7, internet bankacılığı %14, herhangi bir konuda eğitim alma % 5.8, mal veya hizmet satışı ise %2 olarak gerçekleşmiştir. Kent ve kırsal arasında kullanım amaçları incelendiğinde özellikle seyahat ve konaklama ile ilgili hizmetlerin kullanımı, internet bankacılığı, yazılım indirme ve öğrenme amacıyla internete başvurma konularında kırsaldaki kullanıcıların kentli kullanıcıların gerisinde kaldığı görülmektedir.

2010 yılında internet kullanım amaçları arasında e-ticaret önemli bir yer tutmaktadır. Ancak, 2010 yılında ankete katılanlar arasında çevrimiçi alışveriş yapanların oranı sadece % 6.3'tür. Çevrimiçi alışveriş faaliyeti incelendiğinde, son 12 ay içinde internet kullanıcıları tarafından internet üzerinden giyim ve spor malzemeleri ile elektronik araçların en çok sipariş verilen veya satın alınan mal ve hizmet türü olduğu görülmektedir (Tablo 9). İnternet üzerinden alınan verilere göre kırsal kullanıcılar çoğunlukla kentsel kullanıcıların gerisinde kalmakta, genelde düşük oranda gerçekleşen telekomünikasyon hizmetleri alımı için ise kırsaldan talep olmamaktadır. Diğer taraftan, 2010 yılında ev eşyası alımı için kırsaldaki talep kentteki talebin biraz gerisinde kalmıştır.

3.3.3. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Türkiye Milli Gelirine Etkisi

2000 yılında Türkiye'de bilişim teknolojilerinden 3.3 milyar dolar gelir sağlanmıştır. Fakat OECD üyesi ülkelerde, BİT sektörünün yarattığı değer yılda ortalama 1191 milyar dolardır. Çünkü OECD ülkelerinde bu dönemde BİT için yapılan Ar-Ge harcaması 116 milyar dolar civarındadır (Özgüler, 2003:163).

Tablo 10 .Türkiye' de ve Dünyada Bilişim Hizmetleri Pazarının Büyüklüğü

Yıl	Bilişim Hizmetleri (Milyar Dolar)		Toplam Hizmetler (Milyon Dolar)		Bilişim Hizmetlerinin Toplam Hizmetler İçindeki Payı (%)	
	Türkiye	Dünya	Türkiye	Dünya	Türkiye	Dünya
1999	355	313.719	899	826.829	19	38
2003	1,840	463.841	4014	1.189.198	22	59

Kaynak:bilgiyönetimi(2003).

Türkiye' de 1999 yılında bilişim hizmetlerinin hizmetler sektörü içindeki payı %19 olup, dünya ortalamasının çok altındadır.

Tablo 11 .Bilgi ve İletişim Teknolojileri Sektörü Pazarı Göstergeleri

Yıllar	2007	2008	2009
BİT sektörü pazar büyüklüğü (Milyar ABD Doları)	22,18	23,05	22,20
-İletişim	16,25	17,09	15,54
-Bilgi Teknolojileri	5,93	5,96	6,66
-Donanım	4,80	4,72	5,44
-Yazılım	0,49	0,52	0,51
-Hizmetler	0,64	0,72	0,71
BİT sektörü pazar büyümesi (%)	-	3,89	-3,66
-İletişim	-	5,13	-9,03
-Bilgi Teknolojileri	-	0,51	11,74
-Donanım	-	-1,67	15,25
-Yazılım	-	6,12	-1,92
-Hizmetler	-	12,50	1,39
BİT sektörü GSYH içindeki payı (%)	3,42	3,13	3,61
-İletişim	2,51	2,32	2,53
-Bilgi Teknolojileri	0,92	0,81	1,08
-Donanım	0,74	0,64	0,88
-Yazılım	0,08	0,07	0,8
-Hizmetler	0,10	0,10	0,12

Kaynak: DPT, (2010:65).

Pazar büyüklüklerinin hesaplanmasında ABD Doları kuru 2007, 2008 ve 2009 yılları için sırasıyla 1,30 TL, 1,29 TL ve 1,55 olarak alınmıştır.

GSYH verileri Haziran-Temmuz 2010 DPT Temel Ekonomik Göstergeler yayınından alınmış olup, 2007 yılı için 648,6 milyar, 2008 yılı için 736,9 milyar ve 2009 yılı için 615.5 milyar ABD dolarıdır. 2008 yılı sonu itibariyle 23,05 milyar ABD doları seviyesine ulaşan Türkiye BİT sektörü, 2009 yılı itibariyle 22, 20 milyar ABD doları seviyesine gerilemiştir.

Tablo 12. Bilgi Teknolojilerine İlişkin Temel Göstergelerde Gelişmeler (Milyon ABD Doları),

Yıllar	2007	2008	2009
Paket Yazılım İç Pazar Büyüklüğü	489	515	511
Hizmetler İç Pazar Büyüklüğü	639	720	709
Bilgi Teknolojileri Donanımı İç Pazar Büyüklüğü	4.798	4.726	5.440
Bilgi Teknolojileri Sektörünün GSYH İçindeki Payı (%)	0,92	0,81	1,08

Kaynak: DPT, (2010:699).

BİT donanım pazarı 2007 yılında 4.798 milyon ABD doları iken, 2009 yılında 5.440 milyon ABD dolarına yükselmiştir. Bununla birlikte 2009 yılında bilgi teknolojileri sektörünün GSYH içindeki aldığı pay artmıştır (Kılınç ve Kılıç, 2011:32).

3.3.4.Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Türkiye'nin Araştırma Geliştirme Harcamalarına Etkisi

Teknoloji üretmeye yönelik politikaların en önemli faktörlerinden birisi Ar-Ge yatırımlarının öneminin farkına varılmasıdır. Türkiye' de yapılan Ar-Ge harcamaları ve Ar-Ge yapan araştırmacı sayısı AB ülkeleri ortalamasının çok altındadır. Ar-Ge faaliyetlerine çok sınırlı düzeyde kaynak ayıran Türkiye'de bu nedenle, yüksek teknoloji sektörlerinin imalat sanayi ihracatı içindeki payı da oldukça düşüktür (Saygılı, 2003:71).

Tablo 13.Merkezi yönetim bütçesinden Ar-Ge faaliyetleri için ayrılan ödenek ve harcamalar ile dolaylı Ar-Ge destekleri

Yıllar	Ar-Ge Harcamaları (Milyon TL)	Dolaylı Ar-Ge Destekleri (Milyon TL)
2008	2.427	195
2009	3.612	548
2010	3.786	668
2011	4.426	803
2012	4.523	921
2013	5.828	923
2014	5.528	1.178

Kaynak: TÜİK, (2015).

2008 yılında merkezi yönetim bütçesinden Ar-Ge' ye ayrılan ödenek ve harcamalar 2.427 milyon TL iken, 2009 da 3.612 milyon TL'ye, 2010 'da 3.786 milyon TL' ye, 2011 yılında 4.426 milyon TL'ye şeklinde artarak devam etmiştir. Yine dolaylı Ar-Ge destekleri de yıllar içinde 2008'den günümüze kadar artarak devam etmiştir.

Avrupa Birliği Ar-Ge faaliyetlerini ekonomik kalkınma, teknolojik yenilik ve büyümenin itici gücü olarak gördüğünden, Ar-Ge çalışmalarına verilen önem artmıştır. Türkiye için biran önce Ar-Ge bütçesi oluşturulmalı, Ar-Ge faaliyetlerinin yoğunlaştırılacağı teknolojiler belirlenmeli ve uluslararası Ar-Ge şirketlerinin Türkiye' de faaliyet göstermesini kolaylaştırıcı tedbirler alınmalıdır.

3.3.5. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Türkiye'nin Dış Ticaretine Etkisi

Tablo 14.BİT Sektörü Donanım Dış Ticaret Göstergeleri (Milyon ABD Dolar)

Yıllar	2007	2008	2009
İhracat	616,9	647,6	471,6
İhracat Büyümesi (%)	-	4,9	-27
İthalat	5.192,6	5.059,7	4.443,9
İthalat Büyümesi (%)	-	-2,1	-12,1
Dış Ticaret Dengesi	-4.575,7	-4.412,1	-3.972,3
İhracatın İthalatı Karşılama Oranı (%)	11,9	12,8	10,6

Kaynak: Dış Ticaret Müsteşarlığı verilerinden derlenmiştir.

2002 yılında 1.7 milyar dolar olan Türkiye'nin bilişim sektörü ihracatı, 2004 yılında 3.1 milyar doları aşmıştır. Bunun paralelinde ithalat oranlarında da önemli artışlar görülmektedir. 2002 yılında 3.8 milyar dolar olan ithalat, 2004 yılı sonu itibariyle 7.3 milyar dolara yükselmiştir. Türkiye'nin toplam bilişim dış ticareti ise 2002 yılında 5.6 milyar dolarken, 2004 yılında 10.4 milyar dolara yükselmiştir. Almanya, Fransa, İtalya, Çek Cumhuriyeti, Polonya, Macaristan, ABD, Hindistan ve Çin önemli oranda Türkiye'nin ithalat yaptığı ülkelerdir. Diğer sektörlerde olduğu gibi BİT sektöründe de toplam dış ticaretin büyük bölümü AB ile gerçekleştirilmektedir. 2003 yılı AB toplam BİT ürünleri ihracatı değeri 74 milyar euro, ithalatın değeri ise 106 milyar eurodur. 2005 yılına gelindiğinde Türkiye'nin BİT ihracat hacminin yine, yakın bölge ülkeleriyle olduğu görülmektedir. AB ülkeleri başta olmak üzere, 10 yeni katılımcı ülke ile yakın ve Orta Doğu ülkeleri 2005 yılında Türkiye ihracatının %72.8'sini oluşturmaktadır.

Türkiye'nin yazılım sektörü ihracatı ise 2002 yılında 5.5 milyon dolar iken, 2004 yılında yaklaşık üç kat artış göstererek 15 milyon dolara yükselmiştir. 2002 yılında 58 milyon dolara yaklaşan ithalat miktarı ise, 2003 yılında düşü göstererek 55.5 milyon dolara gerilemiştir. 2004 yılında ise tekrar önemli bir artış göstererek 75 milyon doları aşmıştır. Türkiye'nin yazılım ihracatı gerçekleştirdiği ülkeler arasında Almanya, ABD, Hollanda,

Romanya, İngiltere başta gelmektedir. Yazılım ithalatında ise İrlanda, ABD, Almanya, İngiltere ve Fransa gibi ülkeler önemli bir yer tutmaktadır.

2005 yılı verilerine göre 316 milyon dolar olan iç pazardaki paket yazılım oranı, BİT ihracatı ile 30 milyon dolar daha artmıştır. Yine 473 milyon dolar olan hizmetlerin büyüklüğü ihracatın artması ile 40 milyon dolar ve 1706 milyon dolar olan BİT donanım pazarının büyüklüğü 10 milyon dolar artmıştır.

2009 yılında ise BİT Donanım Sektörü ihracatı % 27, ithalatı ise % 12,1 oranında küçülmüştür. İhracatın ithalatı karşılama oranı ise % 10,6 seviyesine gerilemiştir.

3.3.6. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Türkiye'nin Telekomünikasyon Yatırımlarına Etkisi

Türkiye'de telekomünikasyon sektöründeki yerleşik işletmeci Türk Telekom'dur. Türk Telekom'un sabit telekomünikasyon hizmetleri alanındaki yasal tekeli 2004 yılında sona ermiş ve sektör tam rekabete açılmıştır. O tarihten bu yana sabit telefon hizmetleri ve altyapı hizmetleri alanında faaliyet göstermek üzere çok sayıda işletmeci sektöre girmiştir. Türk Telekom'daki kamu hisselerinin % 55 'i 2005 yılında özelleştirilmiştir. Mobil hizmetler ise Türkiye' de 1994 yılından itibaren sunulmaya başlanmıştır. Mobil haberleşme alanında Turkcell, Vodafone ve Avea isimli üç işletmeci faaliyet göstermektedir. Türkiye'de sabit telefon abone sayısı giderek azalmakta, mobil telefon kullanımı hızla artırmaktadır. Ancak yıllar itibariyle artan mobil telefon abone sayısında son bir yılda küçük ölçekli bir düşüş yaşanmıştır. Çünkü numara taşınabilirliği uygulamasının devreye alınması ile bazı kullanıcılar ikincil hatlarını iptal etmektedir. Yine tüketicilerin kablo TV hizmetine ikame bir hizmet olan ve daha fazla kanal seçeneği sunan uydu platformunu tercih etmeleri, kablo TV abone sayısında kayda değer bir artışın yaşanmamasına neden olmaktadır (DPT, 2010:71).

3.3.7. Bilgi ve İletişim Teknolojilerinin Türkiye'nin İstihdamına Etkisi

Tablo 15. Türkiye'de En Çok İhtiyaç Duyulan İş Pozisyonları

Donanım	Yazılım
Satış Uzmanı ve Pazarlama Uzmanı	Yazılım Mimarı
Ürün (teknik) destek elemanı	Yazılım Tasarımcısı
Hizmetler	Teknik Proje/Program Yöneticisi
Elektronik Komisyoncu	Ürün Planlama
Web Sitesi İçerik Uzmanı/Çağrı Merkezi Uzmanı	Proje Yöneticisi
Servis Sağlayıcı Operatörü	Güvenlik Uzmanı
Sanal Topluluk Yöneticisi	Görsel Tasarımcı
Elektronik Eğitim Program Geliştirici	Web Tasarımcısı
E-Dönüşüm Uzmanı ve Tercüman	Web Tabanlı Kod Yazılımcıları

Kaynak: Süzer, (2003:14).

Türkiye' deki en önemli sorunlardan birisi, istihdamın sektörel dağılımıdır. Türkiye, istihdamda sanayinin payı en düşük olan ülkelerden birisidir. Hizmetler sektörü açısından da ülke pek çok ülkeye göre geride kalmıştır. Türk ekonomisinin genel olarak istihdam yaratma gücü zayıftır. Bilişim sektörü diğer sektörlerle göre daha az maliyetle yeni iş yaratma olanağına sahip olduğu için, Türkiye'nin kronik işsizlik sorununa çözüm getirebileceklerdir (Süzer, 2003:14).

4.YENİ EKONOMİ VE ESKİ EKONOMİ ARASINDAKİ FARKLAR

Yeni ekonomi üretim, tüketim, istihdam, rekabet, büyüme, teknoloji, eğitim ve sektörel yapı gibi birçok konuda eski ekonomiden farklılık göstermektedir. Yeni ekonomi ile eski ekonomi arasındaki bu farklılıkları tablo yardımıyla incelemek mümkündür (Kılınç ve Kılıç,2011:2).Yeni ekonomi bilgiye dayalı bir ekonomidir, yeni ekonomide sanallaşmanın önemi büyüktür, yeni ekonomi bir ağ ekonomisidir, yeni ekonomide bilgiye dayalı mallar ağırlıktadır, yeni ekonomide aracılık büyük ölçüde azalmıştır, yeni ekonomide hakim sektör değişmiş ve bilgisayar, iletişim ve eğlence sanayilerinin bütünleşmesiyle oluşan medya sektörü hakim sektör konumuna gelmiştir, yeni ekonomi yenilik bazlı bir ekonomidir, yeni ekonomi hız ekonomisidir, yeni ekonomi küresel bir ekonomidir (Barışık ve Yirmibeşlik, 2006:41-42).

Tablo 16.Yeni Ekonomi ile Eski Ekonomi Arasındaki Farklar

Değişim unsuru	Eski Ekonomi	Yeni Ekonomi
Üretim ve Rekabet Alanı	Ulusal	Global
Organizasyon Yapısı	Hiyerarşik-Bürokratik	Ağ Örgüsü, Şebeke
Üretim Yapısı	Kitlesele Üretim	Esnek Üretim
Büyümenin Belirleyicisi	Sermaye, İşgücü	Yenilik, İcatlar, Bilgi
Teknolojinin Belirleyicisi	Makineleşme	Dijitalleşme
Karşılaştırmalı Üstünlüğün Kaynağı	Ölçek Ekonomileri, Düşük Maliyet	Kapsam Ekonomileri, Yenilik ve Kalite
Ar-Ge' ye Verilen Önem	Düşük, Orta	Yüksek
Diğer Firmalarla İlişkiler	Tek başına hareket etme	İşbirliği, Ortak Sinerji ve Birleşme
İşgücü Politikasının Amacı	Tam İstihdam	Yüksek Reel Ücret
Gerekli Eğitim	Mesleki Eğitim	Yaşam Boyu Öğrenim
İstihdamın Doğası	İstikrarlı	Risk ve Fırsatlarla Dolu
Regülasyonlar	Kumanda ve Kontrol	Piyasa Araçlarına Dayalı, Esnek
Beşeri Sermaye	Üretim Odaklı	Müşteri Odaklı
İşgücü	Önemli	Daha Az Önemli
İşgücünün Yapısı	Kalifiye Değil veya Belirli Bir Alanda Uzman	Bilgi, Deneyim ve Çok Yönlü Beceri, Yenilikçi, Yaratıcı
Varlıkların Önemliliği	Maddi Varlıklar Önemli	Maddi Olmayan Varlıklar Ön
Sektörel Yapı	Tarım ve Sanayi Sektörü Ağırlıklı	Hizmet Sektörü Ağırlıklı

Kaynak: Söylemez, (2001:23).

Eski ekonomi, ulusal üretim ve rekabet alanına sahip, organizasyon yapısı hiyerarşik-bürokrat, üretim yapısı kitsel üretim iken; yeni ekonomi global üretim yapısına, şebeke organizasyon yapısına ve esnek üretim yapısına sahiptir. Eski ekonomide, büyümenin belirleyicileri sermaye ve işgücü iken yeni ekonomide icatlar ve bilgidir. Teknolojinin belirleyicisi eski ekonomide makineleşme iken yeni ekonomide dijitalleşmedir. Eski ekonomide Ar-Ge' ye verilen önem düşükken, yeni ekonomide yüksektir. Aynı zamanda diğer firmalarla ilişki kurmak yerine tek başına hareket etmenin hakim olduğu eski ekonomi yerini, yeni ekonomide iş birliği ve ortak sinerjiye bırakmıştır. Bunun yanı sıra tam istihdam yerini yüksek reel ücrete, mesleki eğitim ise yaşam boyu öğrenmeye bırakmıştır. Üretim odaklı beşeri sermaye yerine müşteri odaklı sermaye, kalifiye eleman yerine ise yaratıcı, yenilikçi eleman ön plana çıkmıştır. Sektörel yapı tarım ve sanayiden, hizmet sektörüne kaymıştır.

5.YENİ EKONOMİNİN SORUNLARI

Birçok olumlu özelliği bulunan yeni ekonominin ekonomik ve sosyo-kültürel yaşama çok önemli katkıları bulunmaktadır. Ancak bu olumlu özelliklerinin yanı sıra olumsuzlukları, belirsizlikleri ve tartışılan unsurları bulunmaktadır. Amerika'da yapılan çalışmalarda, kişilerin eskiye oranla daha fazla çalıştığı ve çalışkanlık, öz disiplin gibi değerlerin yükseldiği, girişimciliğin arttığı ve kişilerin yeni kariyerleri için teknolojik değerlerin teknolojik donanımlarını artırdıkları gözlenmektedir. Ancak bu olumlu yönlerine karşılık; yeni ekonomi ortamındaki dalgalanmalar ve işletmelerin kar ve performanslarındaki belirsizlik nedeni ile, çalışanların gelecek yıldaki konumlarının ne olacağı hakkında tam bilgiye sahip olmadıkları görülmektedir (Eraydın, 2001:67).

5.1) Örgütlenme Biçimleri ve İşletme Yönetimlerinde Ortaya Çıkan Sorunlar

Bir şebeke örgütünde faaliyetlerin bir çatı altında yapılmaması, amaçlara ulaşmak için çok yönlü ilişkilerin geliştirilmesini gerektirir. Bu çok yönlü yönetimi ise son derece güçtür ve koordinasyon sorunları söz konusudur. Bir şebeke örgütü, üye işletmelere kendi bünyeleri dışındaki uzmanlıklardan yararlanma fırsatı verir. Ancak işletme dışı birimlere bağlılığın çok artması halinde işletmelerin kendi yeteneklerini tam olarak geliştirmelerinde başarısızlık sorunu ortaya çıkmaktadır (Can, 2005:189).

İşletmeler birlikte iş yaptıkları işletmelerin, ortakların, ne iş yaptıklarına, iş etiklerine uyup uymadıklarına, sosyal sorumluluklarını yerine getirip getirmediğine dikkat edemezler ve ortaklarını sererken itinalı bir seçim yapamazlar ise çeşitli olumsuzluklar ortaya çıkacaktır. Çünkü işletmeler şebekenin diğer üyelerinden de sorumludur.

Mesela, Nike firması dizayn ettiği spor ayakkabısını Tayland'da bir firmaya fason olarak yaptırırken, bu iş ortağının çocuk işçi kullandığının kamuoyu tarafından öğrenilmesi Nike açısından olumsuz ve istenmeyen bir durum oluşturmuştur (Reyhanoğlu, 1999:82). Bir diğer sorun ise sanallığın örgütlerde değişime sebep olmasıdır. Bu değişim sürecinin sonucunda örgütler daha esnek ve çevrede meydana gelen değişimleri tepki verme konusunda daha hassas hale gelmektedir. Sanal örgütlerde, üst seviyedeki yöneticilerden operasyonel seviyeye kadar, işletme içinde farklı seviyede çalışanlar da sisteme dahil edilmektedir. Bu durum, geleneksel işletmecilik anlayışını benimsemiş olan işletmeler açısından bazı zorluklar ve sorunlar doğurmaktadır.

Yukarıda sayılanlara ek olarak merkezi yönetimin eski baskıcı ortamından kurtulan yerel yönetimler artık, kendi politika ve gelişme stratejilerini bağımsız olarak uygulamaya başlamışlardır. Yönetimden yönetişime, temsili demokrasiden ortak karar süreçlerine ve kamusal mekanın yeniden tanımı ve sivil toplumun yeniden örgütlenmesine yönelik dönüşüm çabaları, günümüzde en sık tartışılan konular arasında yer almaktadır (Eraydın,2001:69).

5.2.İktisadi Açıdan Ortaya Çıkan Sorunlar

Küreselleşme sonucu dünyanın karşılıklı olarak bağımlılığı ve bu olgunun giderek artması, ekonomileri finansal krizlerle karşı karşıya bırakmaktadır (Mandel, 1998:42). Yeni ekonominin rekabetçi üstünlüğü ekonomik gelişmenin kilit unsuru olarak kabul etmesi, gelişmekte olan ilkeler için önemli bir dezavantaj niteliğindedir (Mandel, 1998:42).

5.2.1) Verimlilik Açısından Ortaya Çıkan Sorunlar

Ulusal enformasyon ve iletişim teknolojilerine yatırım yaparken aynı zamanda, ekonomilerini yeniden yapılandırmalı, maliyetleri azaltmalı, esnekliği geliştirmeli ve teknolojiye daha çok yararlanmalı, özellikle telekomünikasyon ve iş gücü piyasasında hükümetin piyasa üzerindeki kontrolünü adım adım bırakmalıdır. Girişim kültürünü desteklemeli ve yeni iş kurmayı kolaylaştırmalıdır. Finansal piyasayı sermayeyi kendi içinde en iyi şekilde kullanması için liberalize etmelidir. Yenilikçi şirketleri finanse etmek için risk sermayesi geliştirilmeli ve faiz oranları artmadan önce enflasyonun ortaya çıkmasını bekleyerek parasal politikaları yeni ekonominin gerçeklerine göre düzenlemelidir (Salvator, 2005:68). Diğer bir görüş ise, ekonomideki verimlilik artışını ekonomideki hem yapısal hem de konjonktürel dalgalanmalarla birlikte açıklamaktadır. Buna göre, " Ekonomi büyürken, şirketler üretim artışını yalnızca daha fazla eleman alarak ve daha fazla yatırım yaparak değil, aynı zamanda ellerindeki elemanları daha sıkı çalıştırarak sağlamaktadırlar. Aynı şekilde, ekonomi durgunluk dönemine girdiği zaman her birine daha az iş verilmektedir. Bu davranışın doğal sonucu ise, verimliliğin büyüme dönemlerinde artıp, yavaşlama dönemlerinde azalmasıdır (Richardson, 2001:18).

5.2.2.Pazar Gücünün Kötüye Kullanılması ve Tekelleşme

Yeni ekonominin kendine özgü bir takım özelliklerinden dolayı pazarda faaliyet gösteren firmaların pazar gücünü kötüye kullanması ve böylece firmaların tekelleşmeye gideceği konusunda tartışmalar yaşanmaktadır. Bu konudaki tartışmalarda, yeni ekonominin pazar gücü konusunda iki farklı görüş bulunmaktadır.

Bunlardan ilki yenilik çabalarının ortaya çıkardığı yeni ürünler nedeniyle bir firmanın pazar gücünün uzun sürmeyeceğini iddia ederken, bazıları da yeni ekonomide tekelleşmenin kaçınılmaz olduğunu iddia etmektedir (Söylemez, 2001:61). Teece ve Coleman giriş engelleri olmadan yüksek pazar paylarının pazar gücünü ortaya çıkarmayacağını, yüksek pazar payına sahip firmanın etkin çalışan ya da inovasyon üreten bir firma olabileceğini ve pazardaki hakim konumunu etkinlik ve inovasyonun sağladığı düşük fiyatlar ve daha üstün nitelikli ürünler sayesinde koruyabileceğini belirtmektedir.

Yazar, bir firmanın pazar gücünün belirlenmesi ve bu firmanın tekel rantı elde edip etmediğinin tespiti için daha derin analizler yapılması gerektiğini savunmaktadır (Teece ve Coleman, 1998:832-833). Ahlborn, Evans ve Padilla da benzer şekilde, yeni ekonomide yüksek pazar payına sahip firmaların sürekli olarak inovasyonyapan firmaların tehdidi altında bulduklarını ve kendileri de inovasyon yapmazsa bu yüksek pazar paylarını yitireceklerini bildiklerini ileri sürmektedir. Nokia örneğini veren yazarlar, Nokia'nın inovasyona devam etmesi halinde Ericsson, Motorola ve Siemens gibi firmalara pazardaki payını kaptıracağını iddia etmektedir. Bu yazarlara göre eğer pazar yeni girişlere açıksa yüksek pazar payları bir firmanın hakim durumunu göstermeyecektir (Ahlborn, Evans ve Padilla, 2001:162). Bill Gates de bu görüşe paralel olarak; "Windows'un bugünkü popülerliği piyasadaki pozisyonunun dokunulmazlığı değildir. Bundan sonraki Windows'un yapılandırılmasının potansiyel mali ödülü o denli büyüktür ki, ona meydan okuma arayışı içinde olan yeni teknolojiler hiç bir zaman eksik olmayacaktır. IBM, SunMicrosystem ve Oracle gibi güçlü rakipler, tam olarak Windows'un yerini tutacak yeni bir yazılım geliştirmek için her yıl milyonlarca dolar harcamaktadır. Windows'un fiyatlarının düşük olmasının temel nedeni budur. Eğer biz fiyatlarımızı artırıp, yenilikleri yapmasaydık veya kullanıcılarımızın talepleriyle bütünleşmekte duraksasaydık, piyasa payımızı hızla kaybederdik..."(Bill Gates, The Economist, 13.06.1998:19, Akt. Söylemez, 2001:82). Pazar paylarının yanı sıra pazara giriş engellerinin olup olmadığı da tekelleşmeyi belirleyen bir diğer faktördür. Söylemez'e göre, şebeke dışsallıkları, bağlılık paftası, artan getiriler ve ölçek ekonomileri pazara giriş engeli olarak değerlendirilmekte ve tekeli eğilimlerin artmasına neden olmaktadır (Söylemez, 2001:67).

Öncelikli olarak vurgulanması gereken ve yeni ekonomide ağırlıklı bir yere sahip olan ve ekonomilerin ayrılmaz bir parçası olan dışsal faktörler, bu piyasalara girişi kısıtlayan en önemli engeldir. Şebeke ekonomilerinde bu tip dışsal faktörlerin yoğunluğu ve etkisi nedeniyle, pazarın gerçek anlamda rekabetçi bir pazar olması veya en azından giriş çıkışın

serbest olduğu bir pazar olması beklenmektedir. Bu tip piyasalarda ister istemez sınırlı sayıda aktör yer alacak ve pazarın yoğunlaşma derecesi yüksek olacaktır.

Dolayısıyla bu tip piyasalar tekelleşmeye yatkın piyasalardır. Ve bu tip piyasalarda strateji, pazara ilk giren veya en azından ilk girenlerden biri olmak ve kısa sürede pazar payını artırmaya yönelik olmalıdır. Bu piyasalarda başarı yakalandığında gerisi kartopu gibi gelmekte ve büyümeyi durdurmak ve önlemek pek mümkün olmamaktadır. Örneğin; Microsoft 1985 yılına kadar adı pek duyulmamış bir şirketten, 1999 yılında dünyanın pazar değeri en yüksek firması olmuştur (Ülgen, 2005:3).

Öte yandan, şebeke dışsallıkları bir firmayı hakim konumuna getirdiği gibi, hakim konumda olan bir firmanın da hakimiyetini devam ettirmesine ya da hakimiyetini artırmasına neden olabilmektedir. Bu durumun sebepleri olarak şebekenin yeni müşteriler için, şebeke ürünün pahalı ve düşük kalitede bile olsa, tamamlayıcı ürünlerin bolluğu ve ucuzluğu nedeniyle cazip olması ve var olan müşterilerin ise başka ürüne geçiş maliyetine katlanmadan ürünün yeni versiyonlarını elde edebilmesi nedeniyle şebekeden ayrılmayacakları gösterilmektedir (Teece ve Coleman, 1998:815-816). Sonuç olarak, şebeke dışsallıkları nedeniyle kullanıcı sayısının artması, ileri teknoloji ürününün değerini artıracak; ürünün değeri arttıkça, tüketiciler daha çok kullanılan bu ürünü tercih edeceklerdir. Bu aşamada bağlılık paftası "piyasaya yeni giren bir ürünün yeterli kullanıcı sayısına eriştikten sonra ürünün standartları oluşacak ve ürünün kullanımı yaygınlaşacaktır. Ve ürünü piyasaya süren firma bundan istifadeyle piyasayı kontrol edecektir", argümanına uygun olarak tüketicilerin büyük bir kısmı tarafından kullanılan ürünün teknik standartları yayılacak ve piyasada geniş ölçüde bu standartlar geçerli olacaktır. Bağlılık paftasıyla tüketicilerin belli standarttaki bir ürüne kilitlemesi ile birlikte piyasada önemli ölçüde yer edinen yüksek teknoloji ürünü, bir yandan da yeni ekonominin "artan getiriler yasasına" tabi olduğu için azalan maliyetlerle çalışacak, üretim miktarı arttıkça uzun dönem ortalama maliyetleri sürekli azalacaktır. Diğer yandan, büyüklükten kaynaklanan ölçek tasarrufları ile seri üretimden kaynaklanan tasarruflar birleşecektir. Bu nedenle, şebeke dışsallıkları, bağlılık paftası, ölçek ekonomileri ve artan getirilerin etkilerinin birbirini beslemesinin "doğal tekelleri" gündeme getireceği kabul edilmektedir (Söylemez, 2001:67).

6.YENİ EKONOMİ ENDÜSTRİLERİ VE ÖZELLİKLERİ

6.1.Başlıca ICT (Information andCommunication Technologies) Ürünleri ve Hizmetleri

Yeni ekonomi kapsamında yer alan ürün ve hizmetlerin en önemli özelliği, bilginin temel üretim faktörü olarak ön plana çıkmasıdır. Yeni kapsamda değerlendirilen ürünler enformasyon ve iletişim teknolojileri ile üretilen mallardır. ICT ürünlerinin üretimi yüksek maliyetler getirirse de bu ürünleri üretim süreçlerinde kullanan firmaların üretimlerinde gözlenen artış trendi ile birlikte birim maliyetlerde görece bir azalma söz konusu olur.OECD, ICT sektörlerinin kapsamı aşağıdaki şekilde sınıflandırılmıştır (Pilatand Lee, 2001:4-5).

Buna göre başlıca ICT ürünleri; firma ve bürolarda kullanılan bilgi işlem ve hesap makineleri, izole edilmiş metal ve kablo mamulleri, elektronik supap ve tüp mamuller ile diğer elektronik parçalar, televizyon ve radyo vericileri ile ilgili ürünler, telefon ve telgraf hat cihazları, televizyon ve radyo alıcıları mamulleri, ses ve video kayıt cihazları, teksir cihazları ve yardımcı ürünler, endüstriyel süreç araçları dışında, ölçme, kontrol,test, rota saptama vb. amaçlarla kullanılan araç ve cihazların mamulleri, endüstriyel süreç kontrol araçları ile ilgili mamullerdir. ICT ürünleri ile ilgili hizmetler ise, "makine ve ekipmanların toptan satışı ve tedariki, bilgisayar dahil, iş yeri makine ve bilgi işlem ekipmanlarının kiralanması, telekomünikasyon, bilgisayar ve ilgili hizmetler" olarak sıralanabilir (Pilatv.d., 2002;50, OCED, 2002:81).

Tablo 17.ABD Ticaret Bakanlığı'nın ICT Endüstrileri Sınıflaması

Enformasyon Teknolojisi Üreten Endüstriler	
Donanım Endüstrileri	Yazılım Endüstrileri
<ul style="list-style-type: none">• Bilgisayar ve Donanımı• Bilgisayar ve Donanımı Toptan Ticareti• Bilgisayar ve Donanımı Perakende Ticareti• Hesap ve Ofis Cihazları• Manyetik ve Optik Kayıt Cihazları• Elektronik Tüpler• Baskılı Devre Kartları• Yarı İletkenler• Pasif Elektronik Parçalar• Endüstriyel Ölçüm Cihazları• Elektrik Ölçüm Cihazları• Laboratuvar Tetkik Cihazları	<ul style="list-style-type: none">• Bilgisayar Programlama Hizmeti Hazır Yazılım• Yazılım Toptan Ticareti• Yazılım Perakende Ticareti• Bilgisayar Bütünleşik Sistem Dizaynı• Bilgisayar İşleme, Veri Hazırlama• Bilgisayar Servis Yönetimi• Bilgi Kurtarma Hizmeti• Bilgisayar Kiralama-Leasing• Bilgisayar Tamiri• Bilgisayarlarla İlgili Hizmetler
İletişim Cihazları Üretim Endüstrileri	İletişim Hizmeti Üretim Endüstrileri
<ul style="list-style-type: none">• Ev, Ses ve Video Cihazları• Telefon ve Telgraf Cihazları• Radyo, TV İletişim Cihazları	<ul style="list-style-type: none">• Telefon ve Telgraf Hizmeti• Kablolu TV ve Diğer TV Hizmetleri

Kaynak: U.S. Department of Commerce, (2002:24).

1990'lı yıllarla birlikte internetin kullanımı ve işletme faaliyetlerine adaptasyonu ile başlayan süreç, internet ekonomisi kavramını doğurmuş ve yepyeni bir endüstri olan internet endüstrisinin gelişimine zemin hazırlamıştır. Bu çerçevede, internet ekonomisi ve faaliyet gösteren firmalar dört katman içerisinde izlenebilir. Bu katmanlar; internet altyapı katmanı, internet uygulamaları katmanı, internet arabulucu katmanı ve internet ticareti katmanıdır (Aslan,2007:312).Elektronik altyapı ve ona bağlı bulunan beşeri sermaye, teknolojik olarak ekonomik faaliyetlerin internet üzerinden yönetilmesini olanaklı kılmaktadır.

Diğer taraftan, her bir internet ekonomisi katmanı diğer tüm katmanlarla tamamlayıcı bir ilişki içerisinde. Örneğin, internet altyapı ve uygulamaları katmanında ortaya çıkan gelişmeler sayesinde, üst katmanlarda yer alan firmalar, tüketiciye zengin medya içerikleri sağlayabilmekle birlikte, yeni dijital mal ve hizmetler sunabilmektedir (Baruav.d., 2000:2-3).

6.2.İnternet Altyapı Katmanı

Fiziksel ekonomi, taşımacılık, enerji, hammadde ve nitelikli işgücünden meydana gelen bir alt yapıya dayanmaktadır. Dijital ekonominin büyümesi ve etkinliğini artırması, yüksek hızlı ve akıllı elektronik ağlara ve tüm ekonomik birimlerin her türlü bilgiye ve içeriğe kolaylıkla ulaşabilmelerine bağlıdır (Baruav.d., 1999:3). Bu katman içerisinde internet altyapısı için temel teşkil eden donanım ve yazılımları üreten firmalar yer almaktadır. Bunlar; " İnternet omurga sağlayıcıları (Qwest, MCI, Worldcom), internet servis sağlayıcıları (Mindspring, AOL, Earthlink), ağ donanım ve yazılım firmaları (Cisco, Lucent, 3Com), PC ve ana bilgisayar (server) üreticileri (Dell, Compaq, HP), güvenlik sağlayıcı kuruluşlar (Axent, Checkpoint, Network Associates), fiber optik kablo üreticileri (Corning), hat hızlandırıcı donanım üreticileri (Ciena, Tellabs)" dır (Hilbert, 2001:24).

6.3.İnternet Uygulamaları Katmanı

Bu katmandaki ürünler ve hizmetler, IP (internet protokolü) ağ altyapısı üzerine kurulmakla birlikte teknolojik olarak firma aktivitelerinin online olarak gerçekleştirilmesini olanaklı kılmaktadır. İnternet uygulamalarına ek olarak bu katman, e-ticaret ve e-iş uygulamalarının gelişmesinde kilit noktada yer alan beşeri sermaye unsurunu da bünyesinde barındırmaktadır. Örneğin, web tasarımı, web danışmanlığı ve web entegrasyonu gibi faaliyetler bu katmanın parçası olarak kabul edilmektedir. Bunların dışında; internet danışmanları (scient), internetin ticari uygulamaları (netscape, microsoft, sun, IBM), multimedya uygulamaları (realnetworks, macromedya), web geliştirme yazılımı firmaları (adobe, vignette), arama motoru yazılımı üreticileri (inktomi, verity), online eğitim (sylvan, promertic, assymetrix) bulunmaktadır (University of Texas-Cisco Systems,2000:12).

6.4.İnternet Arabuluculuk Katmanı

İnternet arabulucuları, elektronik piyasalarda alıcı ve satıcıları, internet ortamında karşı karşıya getirerek piyasanın etkinliğini arttırmaktadırlar (Hilbert, 2001:25). Fiziksel dünyadaki araçlar olan dağıtıcılar ve dealerların sistem içerisindeki öncelikli rolleri, dağıtım etkinliğini arttırmak ve tüketicilere yakın durarak alıcı işlem maliyetlerini düşürmeye çalışmaktadır.

Fiziksel dünyanın tam tersine internet üzerinde mesafe sorun teşkil etmemektedir. Online arama, değerlendirme, iletişim, koordinasyon ve ürün/hizmet kalitesi, internet ekonomisi yönünden önem taşımaktadır. İnternet arabulucuları, internetin bir iş kanalı olarak kullanılması yönünde sorun teşkil eden ve sistemin fonksiyonlarını bozan enformasyon ve bilgi boşluğunun doldurulmasında önemli işlevler üstlenmektedir.

Bu sistemler ve üreten firmalar; dikey endüstrilerdeki piyasa yapıcıları, online seyahat acentaları, online brokerler, içerik toplayıcıları , Portallar/ içerik sağlayıcıları, online reklamcılık olarak sıralanabilir (University of Texas-Cisco Systems, 2000:49).

6.5.İnternetin Ticareti Katmanı

İnternetin ticareti, mal ve hizmetlerin tüketicilere ve iş alemine internet üzerinden satılmasıdır. Bu katman içerisinde, ürünleri ve hizmetleri internet üzerinden tüketicilere ve firmalara satan şirketler yer almaktadır. İnternet üzerinden yönetilen online perakendecilik ve diğer Business to Business (B2B) ve Business toConsumers (B2C) faaliyetleri bu katman içerisinde uygulanmaktadır, bunları "; E-tailers (Amazon.Com, e-toys.com), online satış yapan üreticiler (Cisco, Dell, IBM),Ücret/ abonelik temelli firmalar (WSJ.com, thestreet.com), online bilet satan hava yolları, online eğlence ve profesyonel hizmet" olarak sıralamak mümkündür (University of Texas-Cisco Systems, 2000:49). Eski ekonomi endüstrilerinde rekabet öncelikli olarak fiyat ve üretim şeklinde gerçekleşmekteyken, yeni ekonomi endüstrileri bunun tersine, hızlı teknolojik değişime uğramakta ve AR-GE harcamaları ile fikri mülkiyet haklarına dayalı bir rekabet ortamına sürüklenmektedir. Bir çok yeni ekonomi endüstrisinde, firmalar yok edici ürünler üreterek piyasada lider olmak ya da gerçek ve potansiyel rakiplerini elimine etmek amacıyla, dinamik AR-GE rekabetine katılmaktadır. Bu endüstrilerden bir çoğu , Schumpeterian özelliklere sahip bulunmaktadır. Dinamik endüstrilerde yaratılan inovasyon, eski iş modellerini veya tüm endüstriyi ortadan kaldırmakta ve yenilerini yaratmaktadır (Stenborg, 2002:49).Bilgiye dayalı sanayilerde, üretilen mal ve hizmetlerin üretilmesi sürecinde, yüksek sabit maliyetler ortaya çıkmaktadır. Çünkü bu endüstrilerde firmalar, ürünü ulaştırmak için fiziksel veya sanal ağa ihtiyaç duymaktadırlar. Diğer taraftan yeni ürün geliştirmek veya mevcut ürünü değiştirmek için yapılan AR-GE harcamaları, sabit maliyetleri oldukça yükseltmektedir (Stenborg, 2002:54).

İleri teknoloji ürünü piyasaya sunulduktan sonra başarılı olduğu takdirde, hızla ilave kopyaları üretilecektir. İlk ürün, çok yüksek maliyetler sonucu ortaya çıkmış olsa bile, ilave kopyaların maliyetleri tam tersine oldukça düşük olmaktadır. Bu nedenden dolayı bu endüstrilerde, üretim miktarı arttıkça yüksek sabit maliyetlerin birim başına düşen miktarları hızla azalır ve pozitif ölçek ekonomileriyle birlikte bu endüstriler hızla büyürler (Kelly, 1997:6).

7.TÜRKİYE'DE YENİ EKONOMİNİN OLUŞUM SÜRECİNE YÖNELİK ÇALIŞMALAR

7.1.Türkiye'de Bilim ve Teknoloji Politikaları

Türkiye' de teknoloji ve yenilikçilik konusunda yapılan ilk çalışmalar Planlı dönemle başlamaktadır. 1962 yılında Devlet Planlama Teşkilatı'nın kurulmasının ardından Birinci Beş Yıllık Kalkınma Planı hazırlanmış ve ülkenin bilimsel ve teknolojik faaliyetlerin yönlendirilmesi amacıyla Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu'nun (TUBİTAK) kurulmasına karar verilmiştir. İkinci ve Üçüncü Beş Yıllık Kalkınma Planları'nda ise, teknolojik gelişme ve teknoloji transferi konuları ele alınmıştır. Dördüncü Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda , ilk kez, teknoloji politikalarından söz edilmiş; " teknoloji politikalarının sanayi, istihdam ve yatırım politikalarıyla birlikte bir bütün olarak ele alınması ve belirli sektörlerin kendi teknolojilerini üretecek biçimde geliştirilmesi" öngörülmüştür. Ancak, 60'lı ve 70'li yıllarda, bilim ve teknoloji alanında izlenen ana politika, doğa bilimlerinde temel ve uygulamaları araştırmaların desteklenmesi olmuştur (Yaşar, 2002:114).

Teknoloji geliştirme politikalarının temel taşlarından biri olarak kabul edilen önemli bir çalışma dönemin konu ile ilgili Devlet Bakanı Prof.Dr. Nimet Özdaş'ın eşgüdümünde, 300 kadar bilim adamı ve uzanımın katılımıyla, 1980'li yılların başında hazırlanan, " Türk Bilim Politikası; 1983-2003" raporudur. Teknoloji konusunda öncelikli alanların detaylandırıldığı ve bilim ve teknoloji politikasının ortaya konulmaya çalışıldığı bu rapor hayata geçirilememiştir. Ancak bu yeni yaklaşımla, 1983 yılında, 77 sayılı Kanun Hükmünde Kararname ile Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu (BTKY) kurulmuş ve bu kurul Ulusal Bilim ve Teknoloji Politika ve Stratejisi" nin belirlenmesinden sorumlu en üst karar organı olarak kabul edilmiştir. İlk olarak 1989 yılında, daha sonra sırasıyla 1993, 1997, 1998, 1999 yıllarında toplanan BTKY, Altıncı Toplantısı'nı 13 Aralık 2000 tarihinde gerçekleştirmiştir. Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu'nun ilk toplantısında (1989) alınan kararların ağırlıklı olarak altyapı oluşturulmasına yönelik oluşu görülmektedir. Kararlar arasında, Ar-Ge insan gücü ve harcamalarının artırılması, yeni araştırma merkezleri, laboratuvarları ve teknoparklar kurulması yer

almaktadır. Bu kararlar kapsamında öngörülen " Ar-Ge harcamalarının GSMH içindeki payının %2'ye yükseltilmesi" ve "10.000 çalışan nüfus başına düşen Ar-Ge insan gücünün 30 kişiye çıkarılması" ise ilgili sayısal hedeflere henüz ulaşamamıştır. En son DİE verileri bağlamında 1997 yılı itibariyle, Ar-Ge harcamalarının GSYİH içindeki payı %0.5, on bin çalışan nüfus başına düşen Ar-Ge personeli de 10.4'dür (TÜBİTAK, 2001).

1997,1998, 1999 yıllarında gerçekleştirilen BTYK toplantılarında alınan Kararların bir bölümü bilim ve teknoloji altyapısını ve ulusal innovasyon sistemini oluşturmaya yönelik insan gücü ve teknoloji alt yapısı ve mevzuatı çalışmalarıdır (TUBİTAK, 2000).

Bu çalışmalar; parasal kaynak yaratmaya yönelik, insan gücü kaynağı yaratmaya yönelik, özel sektörün Ar-Ge faaliyetlerinin teşvikine yönelik, Türkiye'nin dünya bilim ve teknolojisine katkı düzeyinin artırılmasına yönelik kararlardır. Bunun dışındakiler ise, ülkemiz için öncelikli görülen bilim ve teknoloji alanlarında ulusal politikalarının saptanması için yürütülen çalışmalardır. Altıncı bilim ve teknoloji yüksek kurulu toplantısı da, Türkiye'nin bilim ve teknoloji politikası tarihinde önemli bir dönüm noktası sayılabilir. Bu toplantıda ülkemizin gelecek 20 yılı için bir stratejik BT Politikası dökümanı hazırlanması kabul edilmiş, buna ilişkin çalışmalar formüle edilmiştir. Alınan yeni kararlar; Ulusal bilim ve teknoloji politikaları stratejisi hazırlanması, Avrupa birliği programlarına katılım, Tarımda ulusal biyo teknoloji araştırmaları programı hazırlanması, ulusal akademik ağın çağdaş düzeye çıkarılması, ulusal enerji teknolojileri araştırmaları programı hazırlanması, deprem araştırmalarının koordinasyonu, devlet ihale kanununda Ar-Ge faaliyetlerinde kullanılacak pay ayrılmasıdır. Kısaca 1960'lardan itibaren ülkemizde teknoloji ve yenilikçi alanında bir takım çalışmalar yapılmaktadır. Kalkınma planlarında teknolojinin ve AR-GE nin önemi sürekli vurgulanmakta ve ülke için bilim ve teknoloji politikası oluşturma çabaları son yıllarda giderek hız kazanmaktadır. Son olarak hazırlanan, " Türk Bilim ve Teknoloji Politikası", 1993-2003" ile "Bilim ve Teknolojide Atılım Projesi" temelinde şekillenen Bilim ve Teknoloji Politikası, ana hatlarıyla, yürürlükteki Yedinci Beş Yıllık Kalkınma Planı'nda ve bu plana bağlı yıllık programlarda yer almıştır. Bu durum, söz konusu politikanın Yasama ve Yürütme Organlarınca da karar altına alındığını ve Türkiye'nin Ulusal Bilim ve Teknoloji Politikası haline geldiğini göstermektedir (TÜHİS, 2005:Mayıs).

Türkiye' de bilgi toplumuna geçiş sürecinin hızlandırılması ve koordinasyonu amacıyla, Acil Eylem Planında ve e-Dönüşüm Türkiye Projesi'ne yer verilmiştir. Projenin yürütülmesiyle görevlendirilen DPT Müsteşarlığı'nda bu amaçla Bilgi Toplumu Dairesi kurulması bilgi ve teknoloji politikaları alanında atılan adımların son ayağını oluşturmuştur. 2003/12 sayılı Başbakanlık Genelgesi ile Projenin amaçları ve uygulama esasları belirlenmiştir. e-Dönüşüm Türkiye Projesinin başlıca hedefi, Türkiye'nin bilgi toplumuna geçiş sürecinin hızlandırılması, daha kaliteli ve hızlı kamu hizmeti sunabilmek amacıyla; katılımcı, şeffaf, etkin ve basit iş süreçlerine sahip bir devlet yapısının oluşturulmasıdır (Resmi Gazete, 28.10.2003:202).

7.2.Uygulanan Bilim ve Teknoloji Politikaları ve İhracat Performansı

2000'li yıllara kadar bilim ve teknoloji politikaları uygulamasında Türkiye'nin yeterince başarılı olamaması, bu dönemde genel üretim ve ihracat performansının arzu edilen düzeyin gerisinde kalmasına neden olmuştur. Türkiye'nin ihracatında 2004 yılında tarımsal ürünlerin payı %4, madencilik ürünlerinin payı %1 ve sanayi ürünlerinin payı ise % 94.3 düzeyindedir (DTM, 2005).

1990' lı yılların sonlarında, ihracat artışlarının giderek daha az oranlarda artan bir eğilim sergilemesi, 2002 yılından itibaren artış trendi yakalamasında ulusal teknoloji politikalarının etkili olduğu söylenebilir. Teknoloji-yoğun ve beşeri sermaye yoğun ürünler haricindeki diğer ürün gruplarının ihracat artışları dünya genelinde çok sınırlıdır. Son dönemde Türkiye komşu ülkelerden birinde yaşanan savaş, enflasyonla mücadele, AB ile tam üyelik müzakere tarihi alma süreci gibi bir dizi problemlerle uğraşmasına rağmen, 2005 yılı ihracatı %15 artarak 73.1 milyar dolar olarak gerçekleştirmiştir (DTM, 2005).

2002-2004 döneminde ihracatta bilgi teknolojisinin etkisi net olarak ölçülemezken birlikte kurumlar arası bilgi akışının hızlanması, ihracat pazarlarının keşfinde internet ve diğer bilişim-iletişim ekipmanının etkisi olduğu söylenebilir. 2002-2005 döneminde ülkedeki istikrar ortamından faydalanan firmalar, yeterince kapsamlı olmasa da, teşvik yasası doğrultusunda önemli yatırımlar gerçekleştirilirken mevcut sistemlerin de kapasitelerini yenileme yoluna gitmişlerdir. Hazır giyimde yaşanan durgunluğa rağmen demir dışı metaller, otomotiv, makine ve elektrik-elektronik sektörleri ihracattaki paylarını ciddi oranda artırmışlardır. Tarım ve madencilik sektörlerinin ihracattaki paylarında ise azalmalar yaşanmıştır. 2004 yılını elektrik elektronik sektörü % 39.4'lük artış ve % 9.5'lik pazar payı, makine ve aksamları sektörü ise %41.9 'luk bir artış ve %3.3' lük pazar payı ile kapatmıştır (TİM, 2004:3).

7.3.Teknoloji Değişim Çabaları, Rekabet Gücü ve Teknoloji Politikaları

Rekabetçi üstünlük sağlamak isteyen ve bilinçli çabalar içine giren ülkeler, gerek aktif bilim ve teknoloji politikaları uygulamaları ile gerekse ekonomik yapılarını geliştirme ve ihracatta gösterdikleri yüksek performansla sürdürülebilir, rekabetçi üstünlüklere sahip hale gelmektedirler. Gelişmekte olan ülkelerde bilgi toplumuna geçiş sürecinin maliyetli olması ve zaman alması gibi nedenlerle bilim ve teknoloji alt yapısı yavaş gelişme göstermektedirler. Bu alanda son yıllarda ciddi atılımlar yapmasına rağmen, gelişmekte olan ülkeler grubunda olan Türkiye'de var olan teknolojik yapı genellikle yurtdışı lisans ve patent anlaşmaları çerçevesinde bir gelişme göstermektedir. Türkiye' de sanayinin, teknoloji gereksinimlerini kendi üretimleri ile değil, büyük ölçüde başka ülkelerden doğrudan transfer yoluyla karşıladığı görülmektedir. Hazine Müsteşarlığı'nın 1980'den 1990'lı yılların ortalarına kadar olan dönem için elde ettiği bulgular, Türkiye imalat sanayinin gerek ürün gerekse üretim yöntemi ya da tesis yenileme amacına yönelik teknoloji gereksinmesini çoğunlukla lisans alımı yoluyla karşıladığını göstermektedir (Göker, 1995:156). Hizmet sektöründeki lisans anlaşmalarının özellikle turizm ve bankacılık gibi alt sektörlerdeki ilerlemenin bir göstergesi olduğu söylenebilir. Lisans anlaşmalarının yaklaşık olarak % 44'ü Almanya ve ABD ile, %30'u ise İngiltere, Fransa, İtalya ve İsviçre ile imzalanmıştır (OECD, 1997:59).

Ülkemizdeki teknolojik kapasite lisans ve benzeri faktörlerce beklenirken, yeni teknoloji geliştirme, üretme ve var olanın yerel şartlara adaptasyonu girişimleri ihmal edilmiştir. 1990'lı yıllardan itibaren ülkemizdeki firmaların teknolojik çabalarında iki özellik dikkat çekmektedir. Birincisi, teknoloji ihracatı olgusunun var olan veya ithal edilen teknolojilerin yerel şartlara uyarlanması ile küçük yenilikler meydana getirmesidir. İkincisi; bu yöndeki faaliyetlerin özellikle orta ölçekli firmalar eliyle gerçekleştirilmesidir (Sarıaslan, 1996:54).

7.4.E-ticaretin yaygınlaşmasına yönelik çalışmalar

Türkiye'de elektronik ticaret yasal altyapısını oluşturmak amacıyla ilk olarak " İnternet Üst Kurulu" ile "Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu" oluşturulmuştur. MEBSİS Projesi (Milli Eğitim Bakanlığı Bütünleşik Yönetim Sistemi), çalışmalarına 1987 yılında başlamıştır. Milli Eğitim Bakanlığı'nın tüm bakanlık birimleri, il ve ilçe eğitim müdürlükleri ile okulların birbirine bağlanacağı bu projede, bakanlığın tüm bilgi akışının bu yolla sağlanması, internet ve bilgisayar kullanımının okullarda yaygınlaştırılması amaçlanmıştır.

Genellikle e-devlet kapsamında değerlendirilebilecek olan bu çalışmalar 2002 yılı itibariyle e-Dönüşüm Projesi çerçevesinde daha yoğun ele alınmış ve yeni alt kurum ve kurumlar oluşturmak yerine tüm kamu kurum ve kuruluşlarına görevler verilerek aralarındaki bilgi akışı hızlandırılmıştır (TÜBİTAK, 2001:27).

Türkiye'de e-ticaret çalışmalarını yönlendirmek ve politika önerileri üretmek amacıyla 25 Ağustos 1997 tarihinde Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu'nun aldığı karar uyarınca Dış Ticaret Müsteşarlığı'nın bünyesinde ve TÜBİTAK'ın sekretaryasında Türkiye Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu (ETKK) kurulmuştur. TTGV' nin (Türkiye Teknolojileri Geliştirme Vakfı) desteği ve TÜBİTAK-BİLTEN' in ve İGEME' nin (İhracatı Geliştirme Merkezi) katkılarıyla yürütülen "İhracatı Geliştirme Etüt Merkezi" Türkiye İçin Elektronik Ticarete Geçiş Durum Değerlendirmesi ve Pilot Uygulama Projesi" kapsamında çeşitli çalışmalar yapılmıştır. 2002 yılına gelindiğinde Acil Eylem Planı'nda yer alan E-Dönüşüm Türkiye Projesi kapsamında e-ticaret ve e-devlet konularında 73 eylemin hayata geçirilmesi planlanmıştır. Söz konusu projenin koordinasyonu, izlenmesi, değerlendirilmesi ve yönlendirilmesi ile ilgili olarak DPT bünyesinde Bilgi Toplumu Daire Başkanlığı kurulmuştur. Projenin planlandığı eylemlerin büyük bir çoğunluğunun 2005 yılı sonuna kadar bitirilmesi hedeflenmiştir (OECD, 2004:1).

7.5.Elektronik Ticaret Koordinasyon Kurulu Çalışmaları

Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu (BTKY), 25 Ağustos 1997 tarihli toplantısında, Türkiye' de elektronik ticaretin yaygınlaştırılmasını kolaylaştırmak için ETTK'nin kurulmasına karar vermiştir. ETKK çalışma grupları 3 aylık bir sürecin sonunda e-ticaretin hukuk, teknik ve finans konularını incelediği bir rapor yayınlamıştır. ETKK Çalışma Raporu Türkiye'de e-ticaretin gelişmesini sağlamak için devletin gerekli teknik-idari-hukuki alt yapının kurulması, e-ticareti özendirilecek önlemlerin alınması, ulusal politika ve uygulamaların uluslararası politikalar ve uygulamalarla uyumunun gözetilmesi görevini yapması gerektiğini belirtmiştir. Üzerinde durulan diğer bir konu da vergidir. Vergi kuralları, vergi denetimi ve vergi toplaması açısından düzenlemelere gereksinim olduğu vurgulanmıştır. Burada özellikle altı çizilen, e-ticaret uygulamalarından doğabilecek vergi kayıplarının önlenmesidir. Uluslararası düzeyde de tartışılan, kaynak ülke (gelirin en yakın ilişkide bulunduğu ülke) ve ikamet ülkesi (vergi mükellefinin en yakın ilişkiye sahip olduğu ülke) tanımları üzerindeki tartışmalara dikkat çekilmiştir. Buna göre, e-ticaret koşullarında kaynak ve ikamet ülkesinin belirlenmesinde güçlükler olabileceği vurgulanmıştır.

ETKK Çalışma Raporu, e-ticaretin özendirilmesi için iletişim hizmetlerinin en düşük fiyatlarla sunulması, devletin kamu görevlilerini yürütürken e-ticaret uygulamalarına örnekler oluşturarak öncü rolü üstlenmesi, KOBİ'lerin e-ticaret uygulamalarına örnekler oluşturarak öncü rolü üstlenmesi, KOBİ'lerin e-ticaret için mutlaka özendirilmesi ve desteklenmesi gereğinin altını çizmektedir. Ulusal politika ve uygulamalarla uluslar arası politika ve uygulamaların uyumunu gözetmek amacıyla, tüm dünyada e-ticaret konusunda çalışmalar yürüten OECD, BM gibi örgütlerin izlenmesinin gerekliliği üzerinde durulmuştur. BYTK 2 Haziran 1998 tarihli toplantısında, ETKK'nın hazırladığı çalışma raporuna istinaden bu kurumun bir eylem planı ve pilot proje hazırlayarak çalışmalarına devam etmesine karar verilmiştir (TÜBİTAK, 2001:29-31).

7.6. Türkiye' de E-ticaret Etkinliğini Artırmaya Yönelik Çalışmalar

Türkiye' de e-ticaret global rekabet düzeyine henüz ulaşamamasına rağmen, etkinliklerin ve uygulamaların son yıllarda hızla artmakta olduğu gözlenmektedir. Türkiye' de e-ticaretin işletmeler arasında olan biçiminde en iyi bilinen ve en yaygın uygulama örneği EFT' dir. EFT 'ye geçiş ile birlikte asistemin geliştirilmesi çalışmaları da paralel olarak yürütülmüş ve EFT LL projesi adı altında, elektronik menkul kıymetlerin sisteme entegrasyonu için çalışmalar yapılmıştır. Bu sistem, 1999 yılının ikinci yarısında hizmete açılmıştır (TÜBİTAK, 2001:37). Ülke kalkınmasında önemli yeri olan KOBİ'lerin internet üzerinden tüm haberleşme ve ticari işlemlerini sağlamak amacıyla 1997 yılında KOBİNET kurulmuştur. KOBİNET web sitesi, küçük ve orta boy işletmelerin rekabet güçlerini artırmaları için gerekli bilgilere erişme şansı vermektedir. İşletmelere küresel boyutta e-ticaret ilişkileri kurabilecekleri bir bilgi ağı sağlayan site, aynı zamanda işletmelerin ekonomi ve iş dünyası ile ilgili güncel bilgilere ulaşabildikleri, ilgilendikleri kuruluşlara talep ve öneri götürebildikleri dev bir bilgi bankası fonksiyonunu yerine getirmektedir.

Web sitesinde, firma rehberlerinden Avrupa Birliği'ne mevzuattan finans imkanlarına kadar birçok konuda geniş bilgilere yer verilmektedir. KOBİNET projesine bilgi sağlayan kuruluşlar arasında IMKB, Türk Patent Enstitüsü, İTO, Dış Ekonomik İlişkiler Kurulu ve İktisadi Kalkınma Vakfı bulunmaktadır. Ayrıca, KOBİNET "İş Teklifleri" başlığı altında 80 ülkeden gelen işbirliği ve iş ortaklığı tekliflerine erişim imkanı sağlamaktadır. KOBİNET üyelerine e-ticarete ilk adım için otomatik olarak 6 dilde (Türkçe, İngilizce, Fransızca, Almanca, İtalyanca ve İspanyolca) standart web sayfası hazırlamaktadır.

KOBİNET üyelerine sağlanan bir hizmetin yanı sıra başvuru aşamasında "kişisel web sayfası hizmeti" adı altında işletmelere, firmalara ait web sayfalarını bulabilecekleri 1 mb'lık bir alan ayırmaktadır. Ayrıca e-mesaj yönlendirme, web posta hizmetleri de çok yönlü olarak kullanılmaktadır (KOBİNET, 2005).

e-Dönüşüm Türkiye Projesi Kısa Dönem Eylem Planında e-ticaret bölümünde Şirket Sicil Kayı Sisteminin oluşturulması, KOBİ'lerde e-ticaret ve e-iş bilincinin oluşturulması, e-ticaret hazırlık değerlendirmesi hizmetinin verilmesi, Ortak e-ticaret bilgi havuzunun oluşturulması, dış ticarete kullanılan bilgi ve belgelerin elektronik ortamda paylaşılması, dış ticarete e-belgenin uluslararası dolaşımının sağlanması gibi planlanan 6 eylem planı vardır (KDEP, 2004:12). Elektronik ticaret şekillerinden biri olan B2G kapsamında ele alınabilen e-devlet uygulamaları açısından Sağlık Bakanlığı'nın idari işlerini desteklemek için yürütülmekte olan Çekirdek Kaynak Yönetim Modülü Projesi de sağlık sektöründeki önemli projeler arasındadır (TÜBİTAK, 2001:28). Bunun yanı sıra temel sağlık istatistikleri modülü, Ulusal Medikal İletişim Ağı Projesi, Başbakanlıkta Yönetim Bilişim Sistemi projesi yürütülmektedir. Aynı zamanda SSK ve Bağ-Kur Projeleri, Maliye Bakanlığı'nda Gelirler Genel Müdürlüğü Ağı Projesi, Vergi Daireleri Otomasyon Projesi, Emekli Sandığı Projesi gibi çalışmalar yürütülmektedir. Bunun dışında, İçişleri Bakanlığının Merkezi Nüfus İdaresi Sistemi (MERNİS) Projesi, Adalet Bakanlığı Ulusal Yargı Ağı Projesi (UYAP) yargı hizmetleri açısından; İçişleri Bakanlığının Polis Bilgisayar Ağı Projesi (POLNET), emniyet hizmetleri açısından MERNİS'e bağlı projelerdir. Bunun dışında Maliye Bakanlığı'nın Vergi Dairelerinin Otomasyonu Projesi (VEDOP), Sosyal Sigortalar Kurumunun e-Bildirgesi, Tapu ve Kadastro Genel Müdürlüğü'nün Tapu ve Kadastro Bilgi Sistemi (TAKBİS), MERNİS Projesi ile eşgüdümlü ilerleyen projelerdir (TÜBİTAK, 2001:28).

7.7.E-Dönüşüm Türkiye Projesi

Türkiye' de, 2002 yılından sonra ekonomik istikrar, kamu idaresi, sosyal güvenlik, tarım ve üretim gibi uzun dönem problemlerini azaltmak üzere kamu kurumlarının gerekli tedbirleri almasına ilişkin yeni bir yaklaşım ortaya çıkmıştır. En gerekli düzenleme Acil Eylem Planı çerçevesinde birleştirilmiştir. Bilgi toplumuna dönüşüm hedefi, Acil Eylem Planı'nın Kamu İdareleri Reformu bölümünün en önemli projelerinden biri olarak belirlenmiştir.

E-dönüşüm Türkiye Projesi bu alanda daha önce atılan, koordinasyon eksikliği taşıyan ve merkezileştirilememiş bilgi toplumu eylemlerinin koordinasyonu ve dönüşümünü güçlendirmeyi hedeflemektedir. Bu projeden sorumlu kurum Devlet Planlama Teşkilatı (DPT) olarak belirlenmiştir. Projenin hedefleri, EKT' ye ilişkin politika, kanun ve düzenlemelerin yeniden gözden geçirilerek gerekli görüldüğü takdirde e-Avrupa+eylem planına göre değiştirilmeleri, EKT kullanımının kamu kesiminde yaygınlaştırılmasıyla vatandaşların karar alma süreçlerine katılabilmelerinin sağlanması, kamu idarelerinde şeffaflık ve ölçülebilirliğin artırılması, EKT' nin artan kullanımıyla hükümet hizmetlerinin düzenlenmesi, EKT'nin yaygın kullanıma ulaştırılması, kamu enformasyon teknolojileri projelerinin koordine edilmesi-izlenmesi-değerlendirilmesi ve gerekli olduğunda değişikliklerin yapılması, özel sektörün yukarıda belirtilen konularda aydınlatılması ve yönlendirilmesi şeklinde sıralanmıştır (OECD, 2004:5).

Şirket bilgilerinin tutulacağı Şirket Sicil Kayıt Sistemi ile ilgili olarak Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği (TOBB) tarafından geliştirilmekte olan "Ticaret Sicili Arşiv ve Otomasyon Sistemi" ile Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan Sanayi.NET Bilgi Sistemi arasındaki farklılıkların tespitine yönelik görüşmeler yapılmıştır. Görüşmeler sonrasında, Bakanlık ile TOBB arasında "Ticaret Sicil Gazetesi Otomasyonu ve Arşiv Sistemi" çerçevesinde hayata geçirilerek proje ile, Ticaret Sicil Memurluklarından çevirim içi toplanacak bilgilerin Bakanlık şirket veri tabanına aktarılması esas benimsenmiştir. Buna ilişkin entegrasyonun, Merkezi Tüzel Kişilik Bilgi Sisteminin oluşturulması kapsamında gerçekleştirilmesi planlanmıştır (KDEP, 2005:4,5).

KOSGEB sorumluluğunda yürütülen KOBİ' lerde e-ticaret ve e-iş bilincinin oluşturulması ve e-ticarete hazırlık değerlendirme hizmetinin verilmesi projesi kapsamında ve e-ticarete hazırlık değerlendirme hizmetinin verilmesi projesi kapsamında KOBİ'lerin e-ticarete yönlendirilmesi ve destek sağlanması amacıyla Ocak-Aralık 2004 döneminde 617 firmaya mali destek verilmiştir. KOB'lerde e-egitim hususunda çalışma grupları oluşturularak uzaktan eğitim ve e-egitim için gerekli çalışmalar tamamlanma aşamasındadır. Bu konu ile ilgili olarak Türk Telekom ve KOSGEB arasında alt yapı kurulmasına yönelik olarak 2005 Mayısinda bir protokol imzalanmış olup, tüm KOSGEB Merkezlerini birbirine bağlayacak telekonferans, video konferans, vb. alt yapının kurulması planlanmaktadır (KOSGEB, 2005).

"e-Ticaret Bilgi Havuzu Projesi" ile başta KOBİ'ler olmak üzere bütün gerçek ve tüzel kişileri elektronik ticarete özendirmek, bilgilendirmek ve e-ticarete hazırlamak amacıyla tüm tarafları bir araya getiren bir portal oluşturulması gerçekleşme aşamasında olan e-dönüşüm planları arasındadır. Projenin temel hedefi Türkiye'de elektronik ticaretin geliştirilmesidir. Bu hedef doğrultusunda, e-ticarete başlamak isteyenler için pratik bilgiler, e-ticaretle ilgili projeler, başvuru kaynakları, e-ticaret yapan firmalar listesi ve linkleri, başarı öyküleri, sektörden haberler gibi ortak bilgilerin ilgili kaynaklarından sağlanarak tek bir portalde birleştirilmesi amaçlanmıştır. Projede 2005-2006 yıllarında uygulamaya dönük çalışmalara başlanacağı ifade edilmektedir.

Yine bu amaçla ortak bir e-ticaret bilgi havuzu oluşturulmasına ilişkin etüd-proje çalışmalarının 2005 yılı başında tamamlanmasından sonra 2005-2006 yıllarında uygulamaya dönük çalışmaların gerçekleştirilmesi planlanmaktadır (DPT, 2005).

Gümrük Müsteşarlığı sorumluluğunda " Dış Ticarete Kullanılan Bilgi ve Belgelerin Elektronik Ortamda Paylaşılması" adı altında gerçekleştirilen, elektronik ticaret imkanlarından dış ticarete de yararlanması amacıyla dış ticarete ilişkin belgelerin elektronik ortamda paylaşılması ve uluslar arası dolaşımının sağlanmasına yönelik projeye ilişkin olarak hazırlanan protokol imzalanmıştır. Dış Ticarete e-Belge Uygulama Grubu tarafından dış ticarete rol alan kurumlarca düzenlenen tüm belgelerin incelenmesine ilişkin çalışma prensibi ve standartları belirlenmiş durumdadır. Bu konuyla ilgili olarak, dış ticaret işlemlerinde kullanılan belgeler tespit edilerek bir envanter çıkarılmıştır. Ayrıca bu belgelerin uluslar arası kuruluşların çalışmalarına etkin katılım sağlanmaktadır (KDPE, 2005:38).

8.SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Elektronik ticaretin yaygınlaşması ile son dönemlerde meydana gelen gelişmeler; uluslararası ticaret, istihdam, kültür ve sosyal yaşamı etkilemekte her ne kadar yeni bir kavram olmasından dolayı elektronik ticaretin boyutunun ve etkilerinin tespit edilmesinde sorunlar yaşansa da, yeni ekonomi diye adlandırdığımız bu dönem neticesinde dünya uluslararası sınırları olmayan küresel bir yapıya dönüşmekte, bu da özellikle küçük ve orta ölçekli işletmelere dünya pazarına girebilme imkanı sunmaktadır.

Türkiye'nin dünya ekonomisinin içinde bulunduğu yeni yapılanmanın sunduğu fırsatları zaman kaybetmeden değerlendirebilmesi; bilgi üretilen, yapılan, satılan ve satın alınan bileşen haline geldiğinden, bilgiyi yönetecek, entelektüel sermayeyi bulup geliştirmek, satmanın, bireylerin ve ülkelerin en önemli görevi haline geldiği gerçeğini göz önünde bulundurarak, tüketicilere hukuki koruma (e-ticaret uygulamalarında), sanal ürünlerde ürün sorumluluğu, vergileme ilke ve kurallarının elektronik ticarete göre uyarlanması, gümrüklerle ilgili fiziksel teslimin ucuz, kolay ve zamanında yapılmasını sağlayıcı tedbirler alınması, ulusal kuruluşların uluslararası ticaretten yeterince pay alabilmesi için gerekli alt yapı yatırımlarının yapılması, elektronik ticaretin kolay ve güvenli bir şekilde yapılabilmesi için gerekli yasal düzenlemelerin yapılması; kurumsal, geleneksel ve yasal engelleri ortadan kaldırmasına bağlıdır. Yeni yapılandırma olarak adlandırdığımız bu düzen genel olarak; esnek üretim, belirsiz risk, değişim, ileri teknoloji, ar-ge faaliyetlerinde artış, network ve yaşam boyu eğitim unsurlarından oluşmaktadır. Türkiye de bu unsurlara gereken önemi vererek ve üreticiyle tüketicinin aracısız buluştuğu ekonomik faaliyetleri artırarak bu yeni düzenin içinde yer alabilecektir.

Sonuç olarak zaman, yer, iş gücü ve maliyetten tasarruf sağlayan, firmaların serbest rekabet etmesi gücüne katkı sağlayan, e-ticaret konusunda, devletin ve özel sektörün rollerinin belirlenmesi önem taşımaktadır.

KAYNAKÇA

- AHLBORN, C. Evans, D.S. and Padilla A.J. (2001) Competition Policy In The New Economy: Is European Competition Law Up to the Challenge E.C.L.R. 2001, Issue.
- ALKIN, E. (2001). Değişen Dünya ve İktisat Kavramı. İktisat Dergisi, XXVI. İktisatçılar Özel Sayısı, Sayı:413-414.
- ARIN, T. (2001). Değişen Dünya ve İktisat Kuramı. İktisat Dergisi, Sayı: 413-414.
- AKTAN, C. ve İstiklal Y. V.(2004) Yeni Ekonomi ve Yeni Rekabet. Türkiye ve İşverenler Sendikaları Konfederasyonu, Rekabet Dizisi:1, Ankara:Yayın No: 253.
- AKYAZI, H. ve KALÇA A. (2003) Yeni Ekonomi ve İktisat Bilimi. Liberal Düşünce, 29, 221-242.
- AKIN, H.B. (2005). Yeni Ekonomi, Strateji, Rekabet, Küreselleşme. Konya:Çizgi Kitapevi.
- AKIN, H.B.(2001). Yeni Ekonomi, Strateji, Rekabet, Teknoloji Yönetimi.Konya:Çizgi Kitapevi Yayınları .
- AKTAŞ, Z. (2001). Yeni Ekonomi, Toplam Kalite Yönetimi ve İyi Yönetişim. İGEME'den Bakış Dergisi, Sayı: 18, s.18.
- ASKON, B.(2000).Yeni Ekonomi Bir Realite mi?,Sayı:6, s.16-21.
- ATKINSON, Robert D. and Court, Rondolph H. (1998), The New Economy Index, Progressive Policy Institute, <http://www.neweconomyindwx.org/14.12.2014>.
- BARIŞIK, S. ve YİRMİBEŞLİK, O. (2006) Türkiye' de Yeni Ekonominin Oluşum Sürecini Hızlandırmaya Yönelik Uyum Çalışmaları. ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt:2, Sayı: 4, 39-62.
- Bureau of Labor Statistics Data (BLS), 2001.
<http://data.bls.gov/timeseries/LNS14000000>(erişim tarihi:21.01.2015).
- BARUA, A. v.d. (1999). Measuring the Internet Economy: An Exploratory Study, Report /http://www.smartecon.com/articles/internet_economy.pdf erişim tarihi:01.01.2015.
- BAYRAÇ, H.Naci,. (2003).Yeni Ekonominin Toplumsal, Ekonomik ve Teknolojik Boyutları.ESOGÜ Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt: 4, Sayı:1, Sayfa:41-62
- BERBEROĞLU, C.N. (1995). Mikro İktisat Teorisi,.Eskişehir: ANT Yayınları.

- BOZKURT, V. (2000),.Enformasyon Toplumu ve Türkiye,.İstanbul:Sistem Yayıncılık.
- BOZKURT, V. (2000). Elektronik Ticaret. (1.Baskı), İstanbul:Alfa Yayıncılık.
- CAN, H. (2005).Organizasyon ve Yönetim,Ankara: Siyasal Kitabevi.
- CANPOLAT, Ö.(2004), Türkiye E-İmza Kullanımına Hazır mı?, Bilişim Kültürü Dergisi, Yıl: 33, Sayı: 90, Haziran-Eylül. 45-49.
- CHAUHAN, D.S. (1952). Agriculture Economics, Printed at TheModernsPress, Agra, İndia.
- ÇAKIR, M.,YÜKSEL, F. ve ÖZDEMİR, A. (2005). Türkiye'de Hizmet Sektörünün Genel Yapısı (Girdi-Çıktı Yaklaşımıyla).Öneri Dergisi, Marmara Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sayı:24, Yıl: 12, Cilt:6, 229-241.
- ÇAĞLAR, M. (2009).Dünya ve Türkiye'de Yeni Ekonominin Etkileri ve Eleştirileri.
<http://sbe.kmu.edu.tr/userfiles/file/tezler/isletme/Mehmetcaglar.pdf>. (erişim tarihi: 16.01.2015).
- DRUCKER, P. F.(1992). Yeni Gerçekler. Ankara: Türkiye İş Bankası Yayınları.
- D.LONG, and BRADFORD, J.(1998) How ' New' is Today'sEconomy. Brad Delong's.
- DALEY, W.M. (1999). Summit on 21 st Century Jobs,1-2.
- Dış Ticaret Müsteşarlığı. (2000). Yeni Ekonomi, DTM Dünyada ve Türkiye' de Ekonomik Gelişmeler. Sayı: 3, Temmuz:19-31.
- Devlet Planlama Teşkilatı , (2010), " Bilgi Toplumu İstatistikleri" , Ankara.
- DPT, (2005). http://dpt.gov.tr/2005-gost/25_zip.html, (Erişim Tarihi: 03.12.2014).
- DTM(2005).Dış Ticaret İstatistikleri. www.dtm.gov.tr/ead/istatistik.htm. (Erişim tarihi:03.12.2014).
- DULUPÇU, M. (2001).Küresel Rekabet Gücü.(1.Basım), Nobel Yayın Dağıtım.
- DURGUT, M.,CEMİL, A., AKYOS, M. ve GÖKER, A. (2003). Ulusal İnnovasyonSistemi Kavramsal Çerçeve, Türkiye İncelemesi ve Ülke Örnekleri, İstanbul: Yalkın Yayınları.
- DÜREN, Z. (2000).2000' li Yıllarda Yönetim. İstanbul: Alfa Basım.
- ERAYDIN, A. (2001).Yeni Ekonomi'nin Getirdiği Fırsat ve Riskler, Toplumsal ve MekansalAçıdan.Yeni Ekonomi El Kitabı, Ankara: T.C. Merkez Bankası Yayınları.
- ERKAN, H.(1994).Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme.(2. Baskı), İstanbul:Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları .

- FREEMAN, C. and L. SOOTE, (1997). The Economics of Industrial Innovation, Massachusetts Institute of Technology.(MIT), Great (MIT), Great Britain.
- FREEDMAN, T. (2000).Lexus ve Zeytin Ağacı Küreselleşmenin Geleceği.Çev. Elif Özsayar, , İstanbul:Boyner Holding Yayınları.
- GATES, B. (13 Haziran 1998). The Economist, Aktaran: S.Söylemez, S.Alev. (2001). Yeni Ekonomi.İstanbul:Boyut Kitapları.
- GREENSPAN, A. (1998).Semiannual Report on Economic Conditions and the Conduct of Monetary Policy.
- GÜRAN, T.(1999).İktisat Tarihi. İstanbul:Acar Matbaacılık.
- GÖKER, A.(1995).Bilim Sanayi ve Teknoloji Üçlemesi. İstanbul: Sarmal Yayınları.
- GÜVENİR, A. (1999).Yeni Ekonomi Maddeyi Tahtından İndirdi. İstanbul:Türk Henkel Dergisi, Sayı:173.
- HAFTACI, V. ve KARACAN S. (2006). Bilgi Ekonomisinde İşletmelerin Yeni Zenginliği: Entellektüel Sermaye ve Muhasebe Bakış Açısından Bir Değerlendirme. Bilgi Ekonomisi ve Yönetim Kongresi, Bildiri Kitabı II, Kocaeli, 967-983.
- HENRY, D. and DALTON, D. (2000) Information Technology Industries, U.S. Department of Commerce, Digital Economy, 22-23.
- HİLBERT, M.R. (2001). From Industrial Economic to Digital Economics: An Introduction to the Transition, United Nations Publication.
- KARDAŞ, Ş. (2001). Bilişim'de Konuşma Devri Bitti İcraat Devri Başladı.
<http://informag.com.tr>, s.81-85 (erişim tarihi:21.01.2015).
- KAPLAN, Z.(2004). Avrupa Birliği'nde Bilim ve Teknoloji Politikaları ve Adaylık Sürecinde Türkiye'nin Uyumu. Osmangazi Üniversitesi Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Yayın No: 108:187-195.
- KRUGMAN, P.(1998). Development, Geography and Economic Theory, MIT Press,Cambridge.
- KELLY, K. (1997).New Rules For the Economy, Wired September.
- KEPENEK, Y. (1999). Ekonomik Yönleriyle Elektronik Ticaret, Ankara:ODTÜ İktisat Bölümü ve TEKPOL.

- KELLEÇİ, A.M. (2003). Bilgi Ekonomisi ve İşgücü Piyasası: Eğilimler, Fırsatlar ve Riskler, http://www.inovasyon.org/pdf/Bilgi_ekonomisi_ve_istihdam.pdf (erişim tarihi:20.01.2015).
- KILINÇ, B. ve KILIÇ C.(2011). Eski Ekonomiden Yeni Ekonomiye Yaşanan Yapısal Dönüşümün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri. Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı:2, 26-38.
- KNOWLADGE, W. (2001), New Economy Shakeout is Old Story, (Special to CNET News.com), CNET Networks, Inc, <http://wired.com>, s.1-4 (erişim tarihi 12.12.2014).
- KOBİNET (2005), www.kobinet.gov.tr, (Erişim Tarihi: 20.01.2015)
- KOSGEB (2005), www.kosgeb.gov.tr. (Erişim Tarihi:09.12.2014).
- KUTLU, E. (2000), Bilgi Toplumunda Kalkınma Stratejileri. Eskişehir :Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- KDEP (2004).E-Dönüşüm Türkiye Projesi Kısa Dönem Eylem Planı Değerlendirme Raporu", N.3, Devlet Planlama Teşkilatı, www.kalkinmabakanligi.gov.tr. (Erişim Tarihi: 12.12.2014).
- KDEP (2005), E-Dönüşüm Türkiye Projesi Kısa Dönem Eylem Planı Değerlendirme Raporu, Ocak 2015, No: 4, www.kalkinmabakanligi.gov.tr. (Erişim Tarihi: 22.12.2014).
- MANDEL, M. J. (1998). The New Economy: For Better Or Worse", Business Week, 19 Ekim 1999, Issue 3600.
- MASÍ, P. and Estevao, M. and Kodres, L. (2001). Who Has a New Economy, Finance and Development, Volume 38, Number 2, <http://imf.org/external/pubs/> /17.12.2014.
- National Governor's Association New Economy Task Force, 2000: 14-15, <http://my.beykoz.edu.tr/>. 22.12.2014.
- NORDHAUS, W.D.(2001). New Data And Output Concepts For Understanding Productivity Trends NBER Working Paper Series, Working Paper: 8097, Cambridge, 1-35.
- NASEH, C. (2003). 300 Bin POS'a Daha İhtiyaç Var. Digital Capital, Yıl: 2, Sayı:5, Eylül:30-34.
- RUBEN, E.B. (2001). İktisat Öğretiminin Sorunları. İktisat Dergisi, Sayı: 415, s:35-39.

- REYHANOĞLU, M.(1999). Şebeke Örgüt Yapıları ve Türkiye'deki Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Üni.Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antakya.
- Resmi Gazete (2003), VII- Bilgi ve İletişim Teknolojileri, S.25273,(Erişim Tarihi: 28.12.2014).
- RICHARDSON, C. Y. (2001). Verimlilik ve Yeni Ekonomi".Mart 2009. www.alisbagis.com.tr erişim bak:17.12.2014).
- OECD, (2001). The New Economy Beyond TheHype, Paris.
<http://www.oecd.org/site/worldforum/33703867.pdf>.(27.12.2014).
- ODUNCU, A.(2007).Yeni Ekonomi ve Türkiye: Bazı Göstergeler Işığında Bir Değerlendirme, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- OECD (1997), www.oecd.org. (Erişim Tarihi: 11.01.2015).
- OECD (2004), "e-TransformationTurkey Project: Turkish Case for e-Government", OECD Meeting of SeniorOfficialsfromCenters of Government on Using New Tools forDecision-Making: Impact of Information, CommunicationandOrganisation, October 7-8, Istanbul, Turkey.
- ÖZGÜR, A. (2006). Yeni Ekonominin İktisadi Etkileri ve İktisat Politikaları Üzerine Yansıması, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- ÖZGÜLER, C. (2003), Yeni Ekonomi Anlayışı Kapsamında Gelişmiş ve Gelişmekte Olan Ülkeler: Türkiye Örneği., Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- ÖYMEN, O.(2000). Geleceği Yakalamak, Ankara: Remzi Kitapevi.
- ÖCAL, N. (2006). Yeni Ekonominin Yeni İktisat Politikaları, Bilgi Ekonomisi ve Yönetim Kongresi, Bildiri Kitabı I, Kocaeli, 749-762.
- ÖĞÜT, A. ve SEVİNÇ, İ. (2003) Küreselleşme ve Bilgi Toplumu Bağlamında Şebeke ve Sanal Organizasyon Yapıları ve Elektronik Ticaret. I.Ulusal Bilgi ve Ekonomi Kongresi, Kocaeli Üniversitesi.
- ÖLMEZOGULLARI , N.(2001). Yeni Ekonomi ve Etkileri. V. Ankara :ODTÜ Ekonomi Kongresi.

- ÖLÇER, F. ve Özyılmaz A. (2007). Elektronik Ticaret ve Sanal Organizasyonlarda Uygulanması.Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta: İ.İ.B.F. Yayını .
- PARASIZ, İ. (1998).Modern Mikro Ekonomi. Bursa: Ezgi Kitapevi.
- PALA, E. ve KARTAL B. (2010). Banka Müşterilerinin İnternet Bankacılığı ile İlgili Tutumlarına Yönelik Bir Pilot Araştırma. Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.F.B Yönetim ve Ekonomi Dergisi, Manisa. Yıl: 2010, Cilt: 17, Sayı :2, 43-61.
- PILAT, D.and Lee, F.C. (2001).ProductivityGrowth in ICT-Producingand Using Industries: A SourcesDiferencial in TheOECD.OECDWorkingPaper,
- PONTİN, J. (1997).There is No New Economy.,RedHerring Magazine,
- <http://my.beykoz.edu.tr/serkang/files/2010/12/Ders-notu-2-2-YeniEkonomi-Kavramve-Tartismalar1.pdf> /17.01.2015.
- SALVATORE, D. (2005), G-7 Ülkelerinde Yeni Ekonomi ve Büyüme. Çeviren:ÖZGÜR, A. Cumhuriyet Üniversitesi, Sivas: İktisadi ve İdari Birimler Dergisi. Cilt: 65.
- SAYGILI, Ş.(2003)Bilgi Ekonomisine Geçiş Sürecinde Türkiye Ekonomisi'nin Dünyadaki Konumu, Ankara.:DPT Yayınları .
- SARIASLAN, H. (1996). İmalat Sanayindeki KOBİ'lerin Durumu ve Sorunları. Dış Ticaret Dergisi, Ankara: Aralık, S.27, 49-60.
- SÖYLEMEZ, S. A. (2006).Bilgi Ekonomisi, Uluslararası Bilgi ve Yönetim Kongresi, 3-5 Kasım, Kocaeli.
- SÖYLEMEZ,S. A.2000). Yeni Ekonomi. İstanbul:Boyut Kitapları.
- SÖYLEMEZ, S. A. (2001) .Yeni Ekonomi. İstanbul:Boyut Kitapları.
- SÜZER, H. (2003), Telekom'da Yeni Dönem. Digital Kapital, yıl:13 Sayı:12 Aralık:212.
- .STENBORG, Markku (2002), "Do WeNeed New CompetitionPolicy in The New Economy", TheFinnishEconomyandSociety (2002), s.49-60.
- ŞAHİN, M. (2008).Yeni Ekonominin Mikro ve Makro Ekonomi Üzerine Etkileri", Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, II.Ulusal Bilgi , Ekonomi ve Yönetim Kongresi.
- TAŞLIYAN, M.(2006). Elektronik Ticaret Kavramlar ve Uygulamalar, Kahramanmaraş:Sakarya Kitabevi.

- TRAPSCOTT, D. (1996).TheDigitalEconomy, PromiseAndPeril İn The Age Of NetworkedIntelligence, McGraw-Hill, New York.
- TEECE D.J. ve COLEMAN M.(1998).TheMeaning Of Monopoly: Antitrust Analysis İnHigh-TecnologyIndustries", AntitrustBulletin, Vol. 43, Sa:3-4, 801-857, Aktaran: Demiröz Ali (2003), "Yeni Ekonomide Rekabet Kuralları, Rekabet Kurumu, Ankara.
- TİM, (2004), <http://www.unece.org/fileadmin/DAM/timber/docs/stats-sessions/stats-26/english/2004-3.pdf>.(Erişim tarihi:21.01.2015).
- TUTAR, H. (2000). Küreselleşme Sürecinde İşletme Yönetimi, İstanbul.: Hayat Yayınları.
- TÜBİTAK (2001).Altıncı Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu Toplantısı, Bilim ve Teknoloji Politikaları Dairesi Başkanlığı Politika Stratejisi Çalışmaları, BTP.
- TÜBİTAK (2002).Bilgi Toplumu Politikaları Üzerine Bir Değerlendirme (Dünya ve Türkiye), Ankara.
- TÜHİS (2005), <http://www.tuhis.org.tr/upload/dergi/1349439087.pdf>.(Erişim Tarihi: 20.01.2015).
- TÜRKAY, O. (2000). Mikro İktisat Teorisi, (9.Baskı), Ankara :İmaj Yayıncılık.
- The World Bank Group (2000)," World Development Report, WDR 2000/2001, AttackingPoverty. (Erişim tarihi:13.12.2014).
- University of Texas-Cisco Systems, (June2000), Measuringthe İnternet Economy , Report-
http://www.internetindicators.com//june_2000.pdf.(Erişim tarihi: 02.01.2015 :00.44)
- UZGÖREN, E. ve KARA O. (2003).Yeni Ekonominin Üretim, Tüketim ve Piyasa Yapıları Üzerindeki Muhtemel Mikro Ekonomik Etkileri, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı::6 , Sayfa:5 .
- ÜLGEN, S. (2000). Yeni Ekonomide Rekabet Kuralları", Rekabet Kurumu Perşembe Konferansları 8, Mayıs , Ankara.
- ÜŞÜR, İ. (2001). Değişen Dünya ve İktisat Kuramı", İktisat Dergisi, XXVI. İktisatçılar Haftası Özel Sayısı, Sayı:413.
- U.S. Department of Commerce, (2000), (2002), DigitalEconomy 2003. Report. <http://www.esa.doc.gov//pdf/DE2002r1.pdf> Erişim Tarihi:01.01.2015.

-YAY, T. ve YAY G.(2001). Yirminci Yüzyılda Yerleşik İktisat", Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi, Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Cilt:1, Sayı:3, s.5-23.

-YAŞAR,M.(2002).Teknoloji Ekonomi Politika II, Aydınlanma 1923, 31.www.aydınlanma1923.org.sayı/31(Erişim Tarihi:)

-YARDENİ, E.(1999).TheEconomicConsequences of thePeace: in 2001.

-EconomicCommissionForAfrica, 1999:11-12

<http://www.dfa.gov.za/docs/speeches/mbeki.htm> / erişim tarihi: 25.12.2014 00.:39

www.bkm.com.tr.(Erişim tarihi:18.01.2015).

www.bilgiyönetimi.org.(Erişim tarihi: 12.12.2014).

www.uzay.tubitak.gov.tr.(Erişim tarihi: 11.12.2014).

FATMA ÇİĞDEM GÜLLÜ	TÜRKİYE'DE YENİ EKONOMİ OLUŞUM SÜRECİ	İKTİSAT ANABİLİM DALI İKTİSAT BİLİM DALI	GAZİANTEP, 2015
-------------------------------	--	---	------------------------