

YENİ EKONOMİ KAVRAMI VE BASIN İŞLETMELERİ ÜZERİNE ETKİSİ

Tolga Kara *

Özet

İsminin önüne gelen “yeni” sıfatıyla yüz değiştiren diğer tüm kavramlarda olduğu gibi, yeni ekonomi kavramının da akla getirdiği temel olguların başında “verimlilik”, “küresel çapta rekabet” ve “yeni bir organizasyonel biçim olan ağ ortamları” gelmektedir. Ağ ortamlarıyla kastedilen Fordist organizasyon yapısının bilişim çağındaki eş değeridir. “İnternet ve ağ teknolojileri”ndeki gelişmeler ise bu olguların ortaya çıkmasında ve yaygınlaşmasında birer araç konumundadır. Teknolojiye paralel olarak dijitalleşen ve internete bağlanan yeni ekonomi, eski ekonomide önemli değişimlerin de kapısını açmıştır. Bunun sonucu olarak, eski sektörler önemini, verimliliğini, karlılığını, üretim kapasitelerini, istihdam hacimlerini önemli ölçüde kaybederken, yeni sektörler ortaya çıkmış ve ekonominin amiral gemisi haline gelmişlerdir. Yeni ekonominin dönüşüme uğrattığı sektörlerden biri de medya sektörü ve basın işletmeleridir. İnternet ve ağ teknolojilerindeki gelişmeler doğrultusunda, geleneksel görüntüsünden sıyrılan basın işletmeleri, haberin toplanmasından, basımına, pazarlanmasından dağıtımına kadar her aşamada yeni ekonominin izlerini ve yansımalarını taşımaktadır.

Yeni Ekonomiye Kavramsal Çerçeve

Son birkaç yüzyıl insanlık tarihinde son derece önemli gelişmelere şahitlik etmektedir. Yeni ekonomi, bu dönemde ortaya çıkan gelişme ve ilerleme sürecinin son aşamasını meydana getirmektedir. 1785 yılından başlayıp, 68 yıl süren ilk aşama Fransız Devrimi ile Sanayi Devrimine karşılık gelmektedir. Bu aşamada; su ve buhar gücü yaygın olarak kullanılmış, demiryollarının yapımı ile ulaşım ve nakliye maliyetlerinde önemli düşüşler yaşanmış, tekstil ve demir-çelik sektörleri sanayileşmede başrol üstlenmişlerdir. İkinci aşamada içten yanmalı motor ve elektrik gücüne dayanan ve çeşitli kimyasalların imalat sürecinde kullanıldığı bir devre söz konusudur ve 20.yüzyılın başlangıcına dek sürmüştür. Üçüncü aşama, iki büyük savaşta sürdürülen mücadeleler sonucu içten yanmalı motorların, elektrik ve çeşitli kimyasal

* Arş.Gör., Marmara Üniversitesi, İletişim Fakültesi, Basın Ekonomisi ve İşletmeciliği Anabilim Dalı,
(tolgakara@marmara.edu.tr)

maddelerin günlük yaşama girmesiyle modern iktisadi ve sosyal yaşamın başlangıcını meydana getirmiştir. 1950’li yıllardan başlayan ve 1990’lı yıllarda olgunluk dönemine erişen “elektronik çağı“ yerini; yeni medya, dijital ağlar ve yeni temel teknolojilerin ürün ve üretim süreçlerinde esaslı bir role sahip olduğu “yeni ekonomi“ aşamasına bırakmaktadır. Ekonomik yaşamda devrim yaratan evreler arasındaki süre gittikçe kısalmakta ve zamanımızda değişim ve ilerlemenin hızı gittikçe artmaktadır.

Yukarıda kısaca özetlediğimiz gelişmeler sonucunda “yeni ekonomi” (new economy) olarak adlandırılan bir süreç ortaya çıkmıştır. İsimlendirmede çok çeşitli adlar kullanılsa da “Yeni Ekonomi“ teriminin kullanılması daha doğrudur. Yeni ekonomide ürün ve hizmetlerin en önemli özelliği, bilginin temel üretim faktörü olarak ön plana çıkmasıdır. Yeni ekonomi sektörlerinde beşeri sermaye, fiziksel sermaye ile entelektüel sermayeyi güçlü bir şekilde tamamlayan bir rol üstlenmektedir. Gerek enformasyon teknolojilerinin kullanımı ve gerekse üretimi, nitelikli işgücü talebini artırır. Dolayısı ile beşeri sermaye yatırımlarında artış gözlenir.

“Yeni Ekonomi” kavramı çeşitli şekillerde tanımlanmaktadır. Atkinson ve Court yeni ekonomiyi, son 15 yılda ortaya çıkan ve ekonominin kurallarını, yapısını ve fonksiyonlarını değiştiren nicel ve nitel gelişmelerin tümü şeklinde tanımlamaktadır.¹ Yeni ekonomiyi, devam eden bilgi ve haberleşme teknolojisindeki gelişmelerin yayılması, benimsenmesi ve yüksek verimlilik nedeniyle ortaya çıkan yüksek oranlı ve uzun dönemli büyüme olarak da tanımlamak mümkündür.² Ayrıca yeni ekonomi kavramı, yüksek teknolojik gelişmeler ve dünya piyasasının globalleşmesi ile ekonomik ihtiyaçların değişmesi ve bu ortamda düşünme ve faaliyette bulunma ihtiyacının zorunlu olduğu bir ekonomik yapıyı ifade etmektedir.³

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 ekonomi; enformasyonu depolama, işleme ve iletme maliyetlerini ciddi şekilde düşürmüş olan yeni temel teknolojilere dayanmaktadır. Devlet düzenlemelerine son

¹Atkinson, Robert D, Court, Rondolph H, “*The New Economy Index*”, **Progressive Policy Institute**, www.neweconomyindex.org.

² Masi, Paula De, Estevao, Marcello, Kodres, Laura, “*Who Has a New Economy?*”, **Finance and Development**, Volume 38, Number 2, 2002, p.24.

³ Nakamura, Leonard I, “*Economics and the New Economy: The Invisible Hand Meets Creative Destruction*”, **Federal Reserve Bank of Philadelphia, Business Review**, 2002, p.15-30.

verilmesinin ve globalleşmenin ivme kazandırdığı bu teknolojiler; piyasaların, şirketlerin ve bireysel çalışmanın işleyiş tarzlarını değiştirmekte, yeni iş stratejilerinin ve yeni örgütlenme biçimlerinin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Yeni ekonominin en belirgin özelliklerinden birisi ölçekli teknoloji ve yenilik girişimleri için fon bulabilmesine imkan veren sistematik piyasa mekanizmalarının olmasıdır. Bu mekanizma sigorta fonları ya da diğer büyük yatırımcıların yüksek risk-yüksek getiri alanlarında önemli miktarda para aktarması anlamındaki risk sermayesi fonları, yeni şirketlerin hızla halka arzına imkan veren borsalar, yeni şirketlerde hisse senedi ve iyi bir gelecek karşılığı çalışmak isteyen yetenekli bir işgücü gibi faktörlerden oluşur.⁴

Teknolojik gelişmeler tüm dünyada etkisi gittikçe artan bir dönüşüm ile kendini bir çok şekilde hissettirmektedir. Bazı gelecek bilimciler ve düşünürler içinde bulunduğumuz ortamı tanıyabilmek için Bilgi Çağı, Sanayi Sonrası Toplum, Kapitalist Ötesi Toplum, Enformasyon Toplumu vs. gibi ifadelerle başvurmakta, yaşanan dönüşümü teknik ve beşeri açılardan inceleyerek geleceğe dönük trendleri belirlemeye çalışmaktadırlar.

İçinde bulunduğumuz yüzyılın ikinci yarısında bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin geliştirilip bütünleştirilmesi ile sonuçlarının kestirilmesi çok güç etkiler doğuran bir dönemin kapısını aralamıştır. Ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel hemen her alanda hüküm süren bu dönüşümden en fazla etkilenen kesim kuşkusuz iş dünyası olmuştur.⁵

ABD'nin 90'lı yılların ikinci yarısından itibaren sergilediği makro ekonomik performansı açıklayan yeni ekonomi kavramı, pratikte enformasyon ve iletişim teknolojilerinin gelişimini ifade etmek için kullanılmakta ve dijital ekonomi, elektronik ekonomi ya da ağırlıksız ekonomi gibi değişik niteliklemlerle adlandırılmaktadır.

Genel bir bakış açısıyla değerlendirildiğinde yeni ekonomi; bilginin elde edilmesi, işlenmesi ve dönüştürülmesi ile birlikte dağıtım süreçlerini kapsar. Bu üç temel süreç; bilginin işlenmesini, elde edilmesini, dağıtımını ve iletişimini sağlayan bilgisayar sisteminin fiziksel araçları ile birlikte, insan yardımı ile bütün süreci kontrol eden yazılım sistemi sayesinde işler.

⁴ Can C Aktan, İstiklal Y.Vural, "Bilgi Toplumu, Yeni Temel Teknolojiler ve Yeni Ekonomi"

<http://www.canaktan.org/yeni-trendler/yeni-ekonomi/kavram.html>

⁵ H.Bahadır Akın, "2000 Yılına Doğru Bilgi Toplumu Üzerine Genel Bir Değerlendirme ve Bilgi Ekonomisinin Özellikler", **Verimlilik Dergisi**, 1999/1

Literatürde yeni ekonomi ile ilgili tanımlarda, bilgisayar ve bilgisayarlarla ilgili mal ve hizmetlerin üretimi ve ekonomik etkileri ile birlikte, enformasyon ve iletişim teknolojileri ile ilgili diğer mal ve hizmetlere de vurgu yapılmaktadır.⁶

Yeni Ekonomi ve Özellikleri

Bilgi toplumunun içinde bulunduğu ekonomik koşullar günümüzde bilgi ekonomisi (yeni ekonomi) adıyla anılmaktadır. Emek yoğun işlerin düşük gelir grubundaki ülkelere kaydırılmasıyla, sanayileşmiş ülkelerde emek yoğun işlerden ürünlere bilgi sermayesi ve yaratıcılık temeline dayalı değer ekleyen bilgi yoğun faaliyetlere geçmişlerdir. Bunun sonucunda oluşan, bilgi ve iletişim tabanlı bilgi ekonomisi şu karakteristik özelliklere sahiptir:⁷

- Sürekli hızlanan teknolojik gelişmeler
- Artan bilişim ve bilgi yoğun faaliyetler
- Kısalan pazara girme ve ürün/hizmet hayat dönüşüm süreleri
- Pazarların küreselleşmesi
- Sanayi kolları arasındaki farkların belirsizleşmesi

Buna göre, bilişim teknolojisi arz ve talep spiralinin doğurduğu hızla artan teknolojik ilerlemeler bilgi ve bilişim yoğun işlerin çoğalmasına, pazara girme sürecinin kısalmasına, ürün ve hizmet hayat dönüşüm sürelerinin azalmasına neden olacaktır. İşletmeler bilişim teknolojileri aracılığıyla rakiplerinden farklılaşabilecekleri fırsatlar yakalama şansına sahip olacaklardır.

Bugün Batı dünyasında bilişim sanayileri refahın ana kaynağı haline gelmiş durumdadır. Günden güne, yoğun rekabet ortamında başarılı olmak için bilişim teknolojilerini adapte eden işletmelerin sayısı hızla artmaktadır. Örgütler bir bütün olarak başarı için bilişime bel bağlamaktadırlar.⁸

Bilgi ekonomisinde; işletmeler sürekli devam eden bir verimlilik artırma, çevresel talebe tepki verebilme, örgütsel değişimi gerçekleştirme mücadelesi içinde olacaklardır. Bilgi

⁶ Seyfettin Erdoğan, "Makro Ekonomik Etkileri Açısından Yeni Ekonomi", **II.Ulusal Bilişim Kongresi**

⁷ Djoen S.Tan, A.Uijtenbroek, "A New Role For Is Managers", **Information Infrastructure Management**, Fall 1997, s.34

⁸ Stuart Carruthers, Simon Smith, "Challenge of the Information Society", **Information Services and Use**, Vol.17, No.4, 1997, s.225

ekonomisinde kuruluşların en önemli kaynakları klasik üretim faktörleri değil beyin gücü olacaktır. Bilginin yaratılması ve paylaşılması görünmeyen faaliyetlerdir. Bu sebeple insanlar zorlanarak ya da onlara talimatlar verilerek bilgi yönetilemez. Bilgi ekonomisinde başarı ancak çalışanların istekli katılımlarının sağlanmasıyla mümkündür. Bu şekilde insanlar güven ve katılım ortamında yaratıcı güçlerini kullanacak, bilgilerini diğerleriyle paylaşacak ve dinamik bir örgüt ortaya çıkacaktır.⁹

Öte yandan; küreselleşen pazarlarda artan rekabet ortamında işletmeler, giderek artan ölçülerde bilgi sermayesinin bulunduğu yerlerde ürün geliştirme, en ucuz yerlerden malzeme ve hammadde satın alma, dağıtım ve işgücü maliyetinin düşük olduğu yerlerde üretim yapma ve ürünleri uluslararası arenada satabilme çabasına girmektedirler. Yine, küresel işletmeler çok büyük yatırımlara ihtiyaç duydukları için dev boyutlarda olsalar da, aynı zamanda yerel piyasalara hızla cevap verebilecek ölçüde küçülmek zorundadırlar.¹⁰

“Dijital Ekonomi” veya “Tekonomi”¹¹ olarak da ifade edebileceğimiz yeni ekonomi kavramını Don Tapscott, 12 madde halinde özetlemektedir:¹²

Yeni ekonomi bilgi ekonomisidir (Knowledge).

Yeni ekonomide bilgi her yönüyle daha önceki dönemlerdeki girdilerden daha önemli bir hale gelmektedir. Bilgi emek ve sermayenin pabucunu dama atarak adeta yegane üretim faktörü haline gelmektedir.¹³ Bilgiyi yaratmak, var olan bilgiyi yorumlamaktan daha öte bir davranıştır. Bu yüzden günümüzde firma ve endüstrilerin başarılı olabilmesi yenilik ve icatlarda (innovations) bulunmalarına, yeni ürünler geliştirmelerine, yeni hizmetler sunmalarına ve ürün ve mallarında bilgi yoğunluğu artırmalarına bağlıdır.

Yeni ekonomi dijital bir ekonomidir (Digitization).

Yeni ekonomide her türlü görüntü, ses, bilgi gibi öğeler bilgisayar ağları tarafından çok hızlı ucuz, ve güvenilir bir şekilde alıcılarına ulaşmaktadır. Dijital ekonomide, cep telefonları, taşınabilir bilgisayarlar vs. yaygın olarak kullanılmaktadır. Yeni ekonomide, eskilerinin

⁹ W.Chan Kim, Renee Mauborgne, “Fair Process: Managing in the Knowledge Economy“, **Harvard Business Review**, July-August 1997, s.71

¹⁰ Tan, Uijttenbroek, **a.g.m.**, s.34

¹¹ Doug Aldrich ve Patrick McHugh, “Content Crisis“, **Information Strategy**, September 1997, s.18

¹² Don Tapscott, **The Digital Economy**, McGraw Hill, New York, 1996, s.44

¹³ Drucker, P.F. Değişim Çağının Yönetimi, (Çev: Z.Dicleli), İstanbul:Henkel Yayınları, 1995, S.15

yerine geçen veya eski yapıları tamamlayan ucuz bağlantı ve enformasyon (internet) ile yeni elektronik dağıtım kanalları oluşmaktadır. Bilgi ağları ve bilginin dijitalleşmesi bilginin ticarete konu olması sürecini hızlandırmaktadır.

Yeni ekonomide sanallaşma önemli rol oynamaktadır (Virtualization).

Bilginin analogdan dijitale dönüşmesi, fiziki varlıkların sanal hale gelmesine olanak sağlamaktadır. Söz konusu sanallaşma ekonominin yapısını, kurumların türlerini ve aralarındaki ilişkileri, dolayısıyla ekonomik faaliyetin bizzat kendisini değiştirmektedir.¹⁴ Bu nedenle, sanal gerçekliğin bir çok alanda yayılmaya devam edeceği, ancak bunun beraberinde çözüm gerektiren bazı sorunlar bulunduracağı söylenebilir.

Yeni ekonomi moleküler bir ekonomidir (Molecularization).

Giderek yaşamın her alanında belli bir parçalanma ve molekülerleşme ortaya çıkmaktadır. Bu ise kitlesel yaklaşımın yerini almaktadır. Bu ise işletmelerde çalışan kimseler olan insanların birer molekül insan haline dönüşmesinde sebep olmaktadır. Bu kimseler sahip oldukları donanım sayesinde kendi başlarına üretime katkı yapabilmektedirler. Sosyal ve iktisadi hayatın tüm yönlerinde “kitlesel ” yerini “ moleküler ”e bırakmaktadır.

Yeni ekonominin moleküler bir ekonomi olması, fizikten ödünç alınan “molekülerleşme” kavramının kısaca incelenmesiyle net bir şekilde anlaşılabilir. Fizikte, molekül bir maddeyi oluşturan en temel elemanlardan biridir. Molekül, bir cisim parçalandığında hâlâ aynı kimyasal özelliklerini gösterebilen en küçük parçasıdır. Bir madde içindeki moleküller elektrik gücü sayesinde birbirlerine yapışık halde kalabilmektedirler. Katı maddelerde molekülleri bir arada tutan itme ve çekme gücü dengelidir. Moleküllerin madde içinde bir başka yere hareket etme imkanları yoktur. Sıvılarda ise, moleküller yine aralarında bir çekme gücü olmakla birlikte kolayca hareket etme kabiliyetine sahiptirler. Likit kristal adı verilen organik bileşenler hem katı hem de sıvı madde özelliği taşımaktadırlar. Bu maddelerde moleküller gruplar halinde hareket etmektedirler. Herhangi bir çevre koşulu değiştiğinde moleküllerin tepkisi de değişmektedir.¹⁵

¹⁴ Tom Davenport, “The Virtual and The Physical”, *CIO Magazine*, November 1995 (www.cio.com)

¹⁵ Tapscott, *a.g.m.*,s.53

Yeni ekonomi bir ağ ekonomisidir (Internetworking).

Yeni ekonomide iletişim ağının önemi büyüktür. Web tabanlı Őebeke iletişimi ile kurumsal anlamda yeni iletişim olanakları ortaya çıkmışlardır. Bu hem kk işletmelerin de büyük işletmeler kadar etkin çalışmalarına hem de büyük işletmelerin de molekleşerek daha hızlı hareket etme yeteneğine sahip olmalarına sebep olmaktadır. İletişim ağlarının band genişliğinin artması veri, metin, ses, görüntü ve video Őeklindeki multimedya kaynaklarına kolayca ulaşıma imkan vermekte ve buna bağlı olarak yeni kurumsal yapıların hızla ortaya çıkmasına imkan vermektedir.

Yeni teknoloji; iletişim ağları kk ölçekli işletmelere, büyük ölçekli işletmelerin sahip olduğu ölçek ekonomileri ve kaynağa ulaşma gibi ana avantajlara sahip olma imkanı sunmaktadır. Öte yandan, büyük ölçekli işletmelerin belli dezavantajları (katı bürokrasi, hiyerarşik yapı, ve değişim güçlüğü) kk işletmelerde bulunmamaktadır. Büyük lekli işletmeler ancak kk akışkan gruplar halinde rgtlenirlerse çeviklik, özerklik ve esneklik kazanabileceklerdir.¹⁶

21.Yüzyılın bir gereği olarak bütün ülkeler ulusal bilişim altyapılarını oluşturmak zorundadırlar. Tüm işletmeler de kendi içinde bir bilişim altyapısı kurmalıdırlar. Yeni altyapı ekonomik faaliyetler üzerinde elektrik lsnde önemli bir etkide bulunacaktır. Yeni ekonominin bilişim gc olmaksızın işlemesi imkansızdır. Nitekim, ABD’de teknoloji politikaları oluşturulurken ilk olarak desteklenecek teknoloji alanı bilişim olarak belirlenmiştir. Bu amaçla, federal fonlardan desteklenecek AR-GE programları; daha güçlü bilgisayarlar, daha hızlı bilgisayar ağları, daha sofistike yazılım geliştirme ve ulusal bilişim otobanını gerçekleştirmeyi kapsamaktadır. Böylece, 19.Yüzyılda demiryollarının oluşturduğu toplumsal ve ekonomik etkiye eşdeğer bir etki ülke çapındaki bilişim otobanıyla sağlanmaya çalışılacaktır.¹⁷

Yeni ekonomide aracılar ağlar yardımıyla ortadan kalkacaktır (Distermediation).

Yeni ekonomi üretici ile tüketicisi arasındaki aracı kurumları ortadan kaldırır bir yapıya brnmştir. Yeni iletişim teknolojileri ve ağlar sayesinde artık üreticinin tketicisiye doğrudan ulaşması mümkün hale gelmiştir. rnek olarak herhangi bir kimse de Honduras’tan muz siparişi verebilir ve bunun eline aracılar olmaksızın daha ucuz fiyatlarda ulaşmasını

¹⁶ Bahadır Akın, “Yeni Ekonomi Nedir”, **Verimlilik Dergisi**, 1999/1, s.34.

¹⁷ Aykut Göker, **Bilim, Teknoloji, Sanayi lemesi**, Sarmal Yayınları, İstanbul, 1995, s.150-151

garanti edebilir.¹⁸ Mesela; oteller, havayolları gibi kurumlar rezervasyonlar için acentalarla iş yapmak yerine doğrudan müşterilerine ulaşacaklardır. Dolayısıyla, aracı kurumlar gelecekte yok olmak istemiyorlarsa yaratıcı yenilikler düşünmek zorundadırlar.¹⁹

Yeni ekonomi sektörel değişime sebep olmuştur.

Sanayi ekonomisinde otomotiv anahtar sektör konumundayken, yeni ekonomide hakim ekonomik sektör diğer tüm sektörlerin refah yaratmasına giden yolu teşkil eden bilgisayar, iletişim ve eğlence sanayilerinin bütünleşmesiyle oluşan yeni medya sektörüdür. Bu bütünleşme tüm sektörlerin temeli haline gelmeye başlamaktadır. Yeni medya tüm sanat etkinliklerini, bilimsel araştırmaları, eğitimi ve işletmeleri dönüştürmektedir. İnsanların iş yapma, çalışma, eğlenme, yaşama ve düşünme yöntemleri değişmekte, en önemlisi bu yeni sektör tüketim ve üretim faaliyetlerine ilişkin değerler üzerinde büyük bir etki yapmaktadır.²⁰

Yeni ekonomi yenilik temelli bir ekonomidir (Innovation).

Yeni ekonominin ilkesi “kendi ürününün modasını kendin geçir” olacaktır. Eğer yeni ve başarılı bir ürün geliştirilmiş ve piyasaya sürülmüşse, hedefin bu ürünün daha gelişmişinin ortaya çıkarılması ve ilk ürünün modasının geçirilmesi olması gerekir. Çünkü; eğer bu ürünü üretici geliştirmese, bir başkası, muhtemelen rakipler onu modası geçmiş hale getireceklerdir.²¹

Yeni ekonomide üretici ve tüketici farkı belirsizleşmektedir (Prosumption).

Üreticiler artık daha çok müşteri odaklı çalışmaktadırlar ve bu bakımdan kitle üretimi yerini müşteri odaklı üretime bırakmaktadır. Bu da yine bilgi teknolojilerinin üreticilere sağladığı kolaylıklardan birisidir. Yeni ekonomide tüketiciler fiilen üretim sürecine katkıda bulunabilmektedirler. Ünlü İtalyan otomobil markası Ferrari, müşteri taleplerine göre otomobillerini Bertone’ye özel olarak dizayn ettirebilmekte, donanımı müşterilerine göre değiştirebilmektedir. Yeni bilişim teknolojileri müşterilerin üreticiler ile daha fazla etkileşim içinde olmalarına imkan sağlamaktadır.

¹⁸ Kevin Kelly, **New Rules for the New Economy: 10 Radical Strategies for a Connected World**, London: Penguin Books, 1999, <http://www.kk.org/newrules/newrules-7.html>

¹⁹ Yurdakul Ceyhan, M.Ufuk Çağlayan, **Bilgi Teknolojileri Türkiye İçin Nasıl Bir Gelecek Hazırlamakta**, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara, 1997, s.35

²⁰ Lester C.Thurow, **Kapitalizmin Geleceği**, Çev. Serpil Demirtaş, Nebil İlseven, Sabah Kitapları, İstanbul, 1997, s.73

²¹ Akın, **a.g.m.**, s.38.

Yeni ekonomi bir hız ekonomisidir (Immediacy).

Eski ekonomilerde bir yeniliğin (innovation) geliri uzun yıllar sürebiliyordu. Fakat günümüzde özellikle e-iş alanında bulunan yeniliğin birkaç aydan fazla sürmesi mümkün değildir. Bu yüzden işletmenin başarılı olabilmesi için hız önemli bir değişkendir. Günümüzde müşteri siparişleri elektronik yoldan alınmakta ve eş zamanlı olarak işlenmekte ve ilgili fatura ve belgeler elektronik yollarla yollanmaktadır. Bu sistem EDI ile gerçekleşmektedir. EDI, bir işletmenin diğer işletmelerle olan her türlü iş evrakı alışverişini elektronik olarak ve belirli bir veri standardı yardımıyla gerçekleştirilmesi işlemidir. Bu işlem, temel iş verilerinin bir bilgisayardan diğerine gönderilmesinde kullanılacak işlem setlerinin veya mesajların standardize edilerek belirli bir formata oturtulması prensibine dayanmaktadır.

Bugünün işletmesi çevresel bilişim akımına anında tepki verebilen gerçek zamanlı bir işletmedir. Müşteri siparişleri elektronik yoldan alınmakta, eş zamanlı olarak işlenmekte, ilgili fatura ve belgeler elektronik yoldan geri yollanmakta ve veri tabanları sürekli güncellenmektedir.

Yeni ekonomi küresel bir ekonomidir (Globalization).

Küreselleşme; ekonomik, siyasal, sosyal ve kültürel alanlarda bazı ortak değerlerin yerel ve ulusal sınırları aşarak, dünya çapına yayılmasını ifade etmektedir. Bilgi ile teknoloji arasında, giderek artan bir hızla birbirlerini her seferinde bir üst düzeyde üreterek çoğaltan bir ilişki mevcuttur. Belli bir teknolojiyi edinmek, ilk aşamada bu teknolojiyi uygulayabilme becerisini gerektirir, ikinci aşamada belli bir alanda öğrenilen teknolojinin ilgili olduğu üretim alanlarına yayılımının sağlanması ve son aşamada ise, edinilen ve özümlenen teknolojinin bir üst düzeyde yeniden üretilmesi becerisinin kazanılması gerekmektedir. Bu da, bilgi ve bilim üretmekle gerçekleşmektedir. Sonuç olarak bilim üretebilmek için, mutlaka teknoloji üretmek gerekliliği ortaya çıkmaktadır.

Bilim ve teknoloji politikaları, ülkelerin refah düzeyini doğrudan etkileyen sosyal ve politik gelişmelere yön veren, gelişim ve değişim şartlarını ortaya koyan politikalar olarak tanımlanmaktadır. Teknolojinin bu etkinliği nedeniyle bütün toplumlar, teknolojiyi üretmek, elde etmek, kullanmak ve yaymak için her türlü çabayı göstermektedirler. Teknolojideki değişimin dinamik doğası, yenilik yapma süreci ve bu yeniliklerin uygulanmasında bulunmaktadır. Teknolojik yenilik, yeni bir teknoloji oluşturacak biçimde yeni ürünler,

süreçler veya hizmetlerin bulunması, geliştirilmesi ve piyasaya çıkarılmasıdır. Teknolojik yeniliklerin en belirgin olarak ortaya çıktığı alanlar bilişim, iletişim ve ulaşım sektörleridir. Elektronik alanındaki bilimsel buluşlar ve bunların hızla sanayiye uygulanması dünya ölçeğinde bir iletişim ve bilişim patlamasına yola açmıştır. Artık dünyanın hiçbir yeri, başka bir yerine uzak ve yabancı değildir. Son derece gelişmiş ve önemli ölçekte merkezileşmiş iletişim araçlarının kullanımı sonucu, dünya giderek küresel bir köye dönüşmektedir.

Toplumların bilgiyi elde etme, bilgiye sahip olma ve kullanma düzeyi, uluslararası piyasa paylarının hangi düzeyde olduğunu ölçmede kullanılan bir kriter konumuna ulaşmıştır. Günümüzün uluslararası rekabetinde, ucuz işçilik ve doğal kaynakların geleneksel yöntemlerle üretimine olan talep giderek azalırken, bunun yerine bilgiye dayalı yeni endüstriler ikame edilmektedir. Piyasalarda ucuz, kaliteli, standart ve pazar ihtiyaçlarına göre değişebilen esnek üretim, esnek otomasyon ve robot teknolojileri geleneksel üretimin yerini almaktadır.

Bilgi teknolojisinin, üretim faaliyetlerinde kullanılmaya başlandığından günümüze kadar geçen sürede, ürünlerin ekonomik ömrü dolmadan teknolojik ömürleri dolmaya başlamıştır. Bu nedenle ar-ge, tasarım ve üretime hazırlama gibi üretim süreçlerinin çok hızlı bir biçimde tamamlanması gereği ortaya çıkmıştır. İşletmelerin bu yarışa ayak uydurabilmeleri üretim sürecine yeni düşünce tarzı getiren, bilgisayar ortamında üretim, bilgisayar destekli mühendislik, tasarım, imalat gibi modern yöntemleri benimsemeleri ve uygulamalarını gerekli kılmaktadır. Bu nedenle, küçülen dünya ekonomisinde rekabet gücü, yeni teknolojiler üretmek ve bu teknolojileri hızla üretime dönüştürebilme yeteneğine dayanmaktadır. Teknoloji yeteneğini, teknoloji transferi yaparak geliştirmek belli bir noktaya kadar mümkün olabilmektedir. Ancak, teknoloji açığını kapatma konusunda bütün diğer koşullar aynı olsa bile, teknoloji transferini yapanlar teknolojiyi üretenler karşısında daha baştan rekabet yarışını kaybetmektedirler. Böyle bir durumda; teknoloji üretip ihraç edenler açısından, dünya pazarlarında mutlak bir rekabet üstünlüğü elde edilmektedir.

Enformasyon ve iletişim teknolojilerinin en önemli etkisi, kendisini diğer teknolojilerden ayıran niteliğinden kaynaklanmaktadır. Bundan önceki teknolojik gelişmeler sadece belli bir mamulün veya sektörün üretimini etkilerken, bu teknolojiler ekonomide oldukça geniş bir uygulama alanı bularak ekonomik etkinliği daha çok geniş bir alanda sağlamaktadır. Örneğin sanayide kullanılmaya başlanan robotlar ve çok etkin ve hızlı çalışan kontrol mekanizmalarının devreye girmesi sonucu üretimin giderek otomatikleşmesi, aynı zaman

dilimi içerisindeki üretkenliğin eskiye oranla çok daha fazla artmasına yol açmıştır. Tüketim toplumu kavramı ile açıklanan, insanların tüketim taleplerinin alabildiğince kamçılandığı ve en azından bunların bir bölümünün gerçekleştiği bu yeni toplumsal düzen, teknolojik devrimin önemli bir diğer boyutunu oluşturmaktadır.²²

İki kutuplu dünyanın ayrışmasından sonra, iktisadi duvarların önemli ölçüde ortadan kalktığı, dinamik, yeni ve değişken küresel bir çevre ortaya çıkmıştır. Bu durum, yeni ekonominin yükselişiyle ilgilidir. Peter Drucker'ın belirttiği gibi "Bilgi sınır tanımaz". Artık yerel veya uluslararası bilgi diye bir şey bulunmamaktadır. Bilgi anahtar role sahip olduğuna göre; bireysel örgütler ister ulusal, ister bölgesel, isterse yerel alanda faaliyet gösterebilir sadece bir tek dünya ekonomisi bulunmaktadır.

Yeni ekonomi sosyal problemleri beraberinde getirmiştir (Disordance).

Hemen her sektörde teknolojinin hızlı bir dönüşüm başlatması ciddi dirençlerin gösterilmesine neden olacaktır. Bilgi yaşam standardını belirleyen en büyük etkidir. Dünya ekonomisinde teknolojik açıdan en ileri düzeyde olan ekonomiler bilgiye dayalı ekonomilerdir. Gelişen teknolojilerin diktatör rejimler tarafından kötüye kullanılması ve nükleer teknolojinin teröristlerce elde edilme ihtimali, iletişim ağları ve bilişim teknolojisinin küçük devletlerce yerel savaşlarda kullanılması ve benzeri birçok sorun yeni ekonomilerde dikkate alınması gereken konulardır.

Yeni Ekonomide Yeni Trendler: E-Ticaret

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşan kullanımı etkilerini ticaret alanında da göstermektedir. Bilgi teknolojilerindeki gelişmeler enformasyon ürünlerinin dijitalleşmesini sağlayarak bu alanda kendine özgü yenilikler ve ekonomik sonuçlar meydana getirmiştir. İnternetin yaygınlaşması ticari iletişimde kullanılmasının yanında dijital enformasyon ürünlerinin tesliminde de kullanılmasını sağlamaktadır. Bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler, bu iki alanın yakınsaması sonucunda doğan sinerji ticaret alanında farklı iş yapma biçimleri ile hem tüketicilere hem de işletmelere önemli avantajlar sağlamaktadır.²³

²² Haluk Geray, "Birlik Düzenleri, Yeniden Yapılanma ve Küreselleşme", **İletişim Ağlarının Ekonomisi, Telekomünikasyon, Kitle İletişimi, Yazılım ve İnternet**, Der: Funda Başaran, Haluk Geray, Siyasal Kitabevi, Ankara, 2005, ss.35-39.

²³ Abdüllatif Çeliker, **Bilgi ve İletişim Teknolojisinin Tarihsel Gelişimi Çerçevesinde Yeni Ekonomi ve Türkiye**, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul 2005, s.126

E-ticaret kuşkusuz yeni bir olgu olmakla birlikte, geleneksel ticarete geçerli olan esaslar ve ilkeler bu alanda da geçerlidir. Dolayısıyla e-ticaret, her anlamda yeni ve geleneksel ticarete alternatif bir ticari usuller seti değil, iletişim ve bilgi işleme teknolojilerinin gelişimine paralel olarak ortaya çıkan ve ticareti kolaylaştıran bir yeniliktir.²⁴

E-ticaretin tanımı üzerinde tam bir görüş birliğine ulaşılmış değildir. Kimileri, elektronik araçlarla yapılan, işletmeler arası elektronik veri değişimi, elektronik fon aktarımı (EFT) ve kredi-borç kartlarının kullanımı gibi tüm ticari işlemleri elektronik ticaret sayarken, kimileri de internet gibi açık ağlar üzerinde işlem ve ödemeleri yapılan, tüketicilere yönelik perakende ticareti e-ticaret saymaktadır. Birincisi, on yıllardır yapılmakta, ikincisi de yaklaşık 1995'ten sonra başlamıştır. E-ticaretin tanım ve kapsamı hakkında değişik yorumlar yapılmakla birlikte genel olarak açık ağ üzerinden (internet), bilgisayar aracılığı ile gerçekleştirilen ticari uygulamalar şeklinde tanımlanabilir. Dünya ticaret örgütü “mal ve hizmetlerin üretim, reklam, satış ve dağıtımın telekomünikasyon ağları üzerinden yapılması“ şeklinde tanımlarken uzaktan iletişim teknolojisinin üretim ve tüketim arasındaki süreçlerde kullanımına vurgu yapmaktadır. Bu tanımda e-ticaretin geleneksel ticaretten sadece iletişim teknolojilerinin kullanım yoğunluğu açısından farklılaştığı görüşünün benimsendiği izlenimini edinmek olasıdır. OECD ise “açık ya da kapalı network üzerinden dijitalleştirilmiş metin, ses ve video görüntüsünün işlenmesi ve iletilmesine dayanan kişileri ve kurumları ilgilendiren tüm ticari işlemlerdir“ şeklinde tanımlayarak enformasyon ürünlerinin yeni teknolojiler eşliğinde üretim ve iletiminde kullanılmış olmasına vurgu yapmaktadır. WTO'dan farklı olarak OECD tanımında yeni sayılabilecek dijital enformasyon ürünlerinin alışverişi e-ticaret kapsamında değerlendirilerek e-ticaretin geleneksel ticaretten ayrılan yönlerine önem verilmektedir.²⁵

Elektronik ticaret açısından en etkin araç olarak kabul edilen yeni internet teknolojileri ise ses, görüntü ve yazılı metni daha hızlı, ucuz ve güvenli bir şekilde ilettiğinden, internet üzerinden yapılan bu işlemlerin maliyeti diğer araçlara oranla hayli düşüktür.²⁶ Ticaret alanında internet ile sağlanan yenilik, e-ticaretin gelişmesinde arzu edilen seviyeyi yakalamak açısından sonsuz olanaklar sağlamasıdır. İnternet'in bir başka özelliği de, yukarıda sayılan diğer e-ticaret araçlarının hemen hepsini bir arada barındırmasıdır. Dolayısıyla günümüzde e-ticaret kavramı ile ifade edilmek istenen husus, internet üzerinden gerçekleştirilen e-ticaret uygulamalarıdır.

²⁴ Murat İnce, **Elektronik Ticaret: Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar**, DPT İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü Hukuki Tedbirler ve Düzenlemeler Dairesi Başkanlığı, Mart 1999

²⁵ Yakup Kepenek, “*Ekonomik Yönleriyle Ekonomik Ticaret*”, **Teknoloji Politikaları Merkezi (TEKPOL)**, Tübitak Bülten Raporu, Ankara, Mart 1999, s.54

²⁶ <http://www.e-ticaret.gov.tr/tanim/tanim.htm>

E-ticaretin gelişmesi, tüm ticaret sürecine olanak veren ana teknolojilerin fiyatlarının azalması birlikte gitmektedir. Teknolojik altyapı fiyatlarının azalması e-ticareti hızla yaygınlaştırmaktadır. Burada satılan ürünün fiyatı değil ticaretin altyapı fiyatının ya da pazar yerinin masrafının azalması e-ticareti büyütme; bu fiyatla e-ticaret ters yönlü bir koşutluk göstermektedir. Daha açığı, e-ticaret, bilişim ve iletişim teknolojilerinin ucuzlamasının ürünüdür. Bilgiyi işleme, iletişim ve veri biriktirme gibi destek teknolojilerinin fiyatlarının düşmesi, e-ticareti kolaylaştıran en önemli etkidir. Çünkü bu gelişme, firmaların girdi ve işlem süreçlerini yenilemeleri sonucunu veriyor.²⁷

Elektronik ticaretin gelişimiyle, ürün maliyetleri, dağıtım maliyetleri, tutundurma maliyetleri, müşteri bilgilerine ulaşma v.b. işlemler için daha düşük maliyetlere katlanmak, dolayısıyla daha rekabetçi bir fiyata sahip olmak mümkün olacaktır.²⁸

Elektronik ticaret, gelişmekte olan ülkelerde makro ve mikro ekonomik birimler açısından kaynakların daha verimli kullanılmasını sağlayacak fırsatlar sunduğu ileri sürülmektedir. Gelişmekte olan ülkelerin bu fırsatları değerlendirmesi, elektronik ticaretin önündeki yasal ve kurumsal engellerin kaldırılmasına ve teşvik edilmesine bağlıdır. ABD başta olmak üzere gelişmiş ülkeler, elektronik ticaretin avantajlarını kullanmakta ve bunu sürdürme eğilimindedirler. Bilindiği gibi, yeni ekonominin makro ekonomik anlamda meydana getirdiği en önemli etki, ekonominin verimlilik büyüme trendinde gözlenen hızlanmadır. Verimlilik artışı emek verimliliğindeki artışın yanı sıra, maliyet tasarrufları aracılığı ile de sağlanır. Verimlilikte gözlenen artış ekonominin toplam hasılatında artışlar sağlar.²⁹

Açık ağ üzerinde gerçekleşen e-ticaret faaliyetleri, ekonomik iletişimi büyük ölçüde arttıracaktır. Bunun sonucunda, özellikle küçük ve orta ölçekli sanayici ve bireysel müşteriler, diğer pazarlama usullerine göre daha kolay ve ucuz maliyetle ticari faaliyetlerde bulunabileceklerdir.

²⁷ Kepenek, a.g.m., s.62

²⁸ Ramazan Aksoy, “Elektronik Ticaretin Gelişimi ve Geleneksel Pazarlama Uygulamalarının Dönüşümü”, 1.Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi – Kocaeli Üniversitesi, s.277

²⁹ Seyfettin Erdoğan, “Makro Ekonomik Etkileri Açısından Yeni Ekonomi”, 1.Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi – Kocaeli Üniversitesi, s.19

E-ticaretin, istihdamın yapısını değiştirmesi kaçınılmazdır. E-ticaretin istihdam üzerindeki etkisi; fiziksel üretim sektörlerinde kısıtlı olmak üzere, özellikle hizmet üretiminde ve üretilen mal ve hizmetlerin pazarlaması safhasında olacaktır. Halihazırda ekonomik aracılar, komisyoncular, perakende satıcıların fonksiyonları, bir ölçüde (mevcut gelişme hızına bakılacak olursa büyük ölçüde) e-ticaretin kapsamı içine dahil olacaktır. Bununla birlikte; kaybedilen işler, yeni iş sahalarının açılması ile belirli ölçüde telafi edilebilecektir.³⁰

E Ticaretin en belirgin etkisi, üretim maliyetlerindeki azalma şeklinde kendini göstermektedir. Üretim maliyetlerini azaltıcı etki başlıca iki boyutuyla görülmektedir. Birincisi, elektronik ticaretin, firmanın maliyet yapısını değiştirmesi; ikincisi de diğer işletmelerle geriye ve ileriye doğru ilişkilerinde elde edilen maliyet düşüşleridir.³¹

İnternet kullanımı ile birlikte elektronik ticaretin geniş boyutlara ulaşması maliyet yapılarında masraflarda azalma şeklinde kendini göstermektedir. E-ticaret; mal ve hizmetlerin üretimi, dağıtımı ve pazarlanmasının yanı sıra her türlü bilgi alışverişinde zaman faktörünün kullanımına yeni olanaklar sağlamaktadır. Pek çok şeyin zaman ile ölçüldüğü gelişmiş ekonomiler seviyesine yükselmek için, zamanın etkin kullanımı kaçınılmazdır. Ticari faaliyetlerin elektronik ortamda yürütülmesi (üretimde kullanılan hammadde, malzeme ve parçaların tedarikinde, ürünlerin dağıtım ve pazarlamasında sağlanan hız, ticari, yasal vb. bilginin çok kısa sürede el değiştirmesi) zaman tasarrufu açısından bilinen en iyi yöntemdir.³²

Malların üretiminden satışına kadar olan zincirde değişiklikler olmakta, alıcı ve satıcının bir araya gelmesi gerekmediğinden aracılarn yerini web sayfaları veya elektronik bülten panoları almaktadır.

Firmaların pek çok faaliyetinin daha düşük maliyetle yapılması ve üreticiler arasında rekabetin artmasının yanı sıra bilgilerin hızlı ve etkin biçimde iletilmesi sağlanmaktadır. Daha hızlı bir şekilde ürün geliştirilmesi, test edilmesi ve müşteri ihtiyaçlarının tespit edilmesi mümkün kılındığından, arz değişen talep yapısına daha hızlı yanıt verebilmektedir.

³⁰ İnce, **a.g.m.**, s.17-19

³¹ İnce, **a.g.m.**, s.19

³² Kepenek, **a.g.m.**, s.62

Perakende satışlarda önemli değişiklikler olması beklenmektedir. Alıcılar kendi evlerinden sipariş verme ve istedikleri ürünleri kendi evlerinde teslim alma imkanına kavuşmaktadır. Firmalar bu ortamda müşterilerine çok daha fazla sayıda ürün seçeneği sunabilmektedir.

Tüketicileri için işlem maliyetleri ve nakliye masrafları düşürülmektedir. Ürünlerin sipariş edilmesi ile teslim alınması arasında geçen süreden kaynaklanan maliyetler ile stok maliyetleri düşmektedir.

ABD’de yapılan bir araştırmada uçak bileti, banka işlemi ve bilgisayar yazılımı ticaretinde, elektronik ticaretin maliyeti geleneksel ticarettenden daha düşük düzeydedir. Elektronik ticaretin sağladığı maliyet avantajı, mal ve hizmetlerin fiyatlarına yansyarak tüketicilerin lehine sonuçlanmaktadır. İşletmeler internet üzerinden gerçekleştirdikleri ticari faaliyetlerde mal ve hizmet fiyatlarını daha düşük oranlarda gerçekleştirmektedirler. Örneğin bankacılık işlemleri, interaktif sistemle internetten ya da telefon sisteminden gerçekleştirildiğinde daha düşük maliyetle sonuçlandığı görülmektedir. Tüketici alışveriş, sipariş, yatırım vb. pek çok ticari faaliyetini hem daha çabuk sonuçlandırabilmekte hem de sonucunu bizzat takip edebilmektedir.³³

Yeni Ekonominin Geleceği ve Tepkiler: Dijital Bölünmeye Doğru

Yeni Ekonomi olarak isimlendirilen süreçte büyüme artışlarının yalnızca enformasyon-komünikasyon sektörlerinde ortaya çıkması beklenmemekte, aynı zamanda Internet ile birbirine bağlanmış insanların sayısı ve ticari kullanımın bir sonucu olarak ekonominin tüm sektörlerinde büyümenin gerçekleşeceği tahmin edilmektedir. Yeni Ekonomi’de büyümenin dört tür ekonomik faaliyetle yönlendirileceği söylenebilir.³⁴

· Internet’in köklü bir şekilde yapılanması: 1994 yılında ABD’de yaklaşık üç milyon insan Internet kullanırken, 1998 yılında tüm dünyada 100 milyon insanın Internet kullandığı görülmektedir. 2000 yılında bu sayı 600 milyonu geçmiştir. Bazı uzmanlar 2005 yılında yaklaşık bir milyar insanın Internet’e bağlanacağını tahmin etmektedir. Bu genişleme bilgisayar, yazılım, hizmetler ve komünikasyon yatırımlarında dramatik artışlara yol açacaktır.

³³ Keser Aşkın, “Küreselleşen Dünyanın Yeni Gerçeği Elektronik Ticaret”, **Elektronik Ticaret İçinde**, Der:Veysel Bozkurt, Ankara:Alfa Yayınları, Mayıs 2000, ss.97-98.

³⁴ “The Digital Revolution”, The Emerging Digital Economy, <http://www.ecommerce.gov/emerging.htm>

· İşletmeler arasındaki elektronik ticaret: 2002 yılına kadar işletmeler arasındaki 300 milyar \$ tutarında ticari değerden daha fazlası için Internet'in kullanılabileceği belirtilmektedir.

· Mal ve hizmetlerin dijital dağıtımı: Özellikle yazılım programları, gazeteler ve müzik CD'lerinin mağazalar tarafından paketlenip, dağıtılmasına gerek kalmayacaktır. Tüm bu ürünler Internet üzerinden elektronik olarak dağıtılabilecektir. Havayolu biletleri ve güvenlik işlemleri uzun süreden beri büyük hacimlerde Internet üzerinden gerçekleştirilmektedir. Danışmanlık hizmetleri, eğlence, bankacılık ve sigortacılık, eğitim, sağlık koruması gibi diğer sektörler bazı engellerle karşılaşmakla birlikte, Internet kullanılmaya başladıkça, bu sektörlerin iş yapma yöntemleri de değişecektir. Zaman içerisinde mal ve hizmetlerin elektronik olarak taşınması ve satışı, Yeni Ekonominin en büyük ve önemli yönlendirici gücü olma eğilimindedir.

· Maddi malların perakende satışı: Internet üretilmiş, depolanmış ve fiziksel olarak dağıtılan maddi malların ve hizmetlerin siparişi amacıyla kullanılabilir. Günümüzde Internet satışları toplam perakende satışların %1'inden daha azını kapsamakta, bilgisayar, yazılım, otomobil, kitap ve çiçek gibi belirli ürünlerin satışları hızla büyümektedir.

Bu eğilimlerin yeterince güçlü olarak gerçekleşebilmesi, dünya ekonomisindeki üretim süreçlerine hızla nüfuz edebilmesine bağlıdır ve doğal olarak bu ekonominin yaratıcısı, durumdan en çok yarar sağlayan ülke olacaktır. Bu çerçevede son yıllarda uluslar üstü kurumsal platformlarda da Yeni Ekonominin yaygınlaştırılmasına yönelik söylemler ön plana çıkmaktadır. Bu söylemlerin savunucuları, ABD hegemonyasının yeni niteliksel biçiminin mesajını açık bir şekilde vermektedirler.³⁵

Ancak şurası da bir gerçektir ki, Yeni Ekonominin teknolojik altyapısal ürünlerinin daha etkin yayılması sorunu aynı zamanda geri kalmışlığı destekleyici bir nitelik taşımaktadır. Yeni Ekonominin enformasyon hareketi kendi haline bırakılırsa, zengin ve fakir kişiler (ülkeler) arasındaki açığı arttıracaktır. Bu çerçevede küreselleşme karşıtı düşünceleri destekler şekilde Yeni Ekonomi ya da dijital dünya yaklaşımına bazı tepkilerden de söz edilebilir. Teknolojik gücü elinde bulunduranın aynı zamanda küresel bir eşitsizliğe yol açtığı düşüncesine dayanan "*Dijital Bölünme*" kavramı bu düşüncüyü daha net ortaya koymaktadır.³⁶ Dijital Bölünme kavramı bu teknolojilere sahip olan ülkeler ile sahip olmayan ülkeler arasındaki uçurumun

³⁵ Münevver Soyak, http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=202

³⁶ A. Ishaq, "On the Global Digital Divide", *Finance and Development*, Vol.38, No.3, Sep. 2001, p.77.

ortaya çıkmasını anlatmak amacıyla kullanılmaktadır. Özellikle sanayileşme aşamasına geçememiş ve teknolojik altyapıdan yoksun ülkelerde dijital dünyadan söz etmek mümkün değildir. Diğer yandan gelişmiş ekonomilerin teknolojik altyapı üstünlükleri ile dijital dünyaya büyük ölçüde uyum sağlamaları, gelişmekte olan ülkeler karşısında elde ettikleri üstünlüğü daha net bir şekilde ortaya koymaktadır. Bu süreç sonucunda gelişmiş ekonomiler ile gelişmekte olan ülkeler arasındaki farkın, hızla açıldığını söylemek olasıdır.³⁷

Dünyada Internet kullanıcılarının bölgelere göre dağılımına baktığımızda; ABD ve Kanada'nın tek başına toplam dünya kullanıcıları içinde %41'lik bir paya sahip olduğu görülmektedir. Avrupa ve Asya-Pasifik bölgesi %25-27'lik paylarla bu ülkeleri takip etmektedir. Afrika, Latin Amerika ve Orta Doğu bölgelerinde ise çok düşük oranlarla karşılaşılır. Bu noktada özellikle bir başka eğilimin altını çizmek gerekir. Internet kullanımı açısından dünya nüfusunun ancak %6'sı bu teknolojiyle buluşabilmiştir. Bölgelere baktığımızda ise, Dijital Bölünmenin hangi alanda kritik sinyaller verdiği daha açık karşımıza çıkmaktadır. ABD ve Kanada'da toplam nüfusun yaklaşık %54'ü Internet kullanmaktadır. Avrupa ve Asya-Pasifik ülkelerinde ise bu oran %18'e yaklaşmaktadır. Dolayısıyla enformasyon altyapı genişlemesinin ve pazarının bu ülkelere ziyade, özellikle dünyanın geri kalan ülkelerine doğru olması sistemin sürekliliği ve ivme kazanması açısından kaçınılmazdır.³⁸

Dolayısıyla tek dünya ekonomik modelinin başarıya ulaşabilmesinin ön koşulu, enformasyon teknolojilerinin geri kalmış dünyaya da yayılması zorunluluğudur. Diğer bir ifade ile gelişmiş ülkelerin gelişmekte olan ülkelere yönelik teknoloji transferleri ile aradaki açığın artmasını önleyebilmek mümkün görünmektedir. Ancak birçok ülkede teknolojik gelişmeleri takip edebilme gücü olmadığından "Yeni Ekonomi" söylemlerinin dijital tehditlere dönüşerek dünya üzerinde çok ciddi bir dijital bölünmeye yol açabilmesi muhtemeldir. Böylesi bir süreç zaman içinde küresel nitelikli bir krize de dönüşebilecektir.³⁹

Sonuç Yerine...Yeni Ekonominin Basın İşletmeleri Üzerine Etkisi

ABD'nin 90'lı yılların ikinci yarısından itibaren sergilediği makro ekonomik performansı açıklayan yeni ekonomi kavramı, pratikte enformasyon ve iletişim teknolojilerinin gelişimini

³⁷ A. Keser, "Dijital Dünya Sorguluyor", <http://www.isguc.org/askin2.htm>

³⁸ Münevver Soyak, "Yeni Ekonomi ve Yansımaları", http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=202

³⁹ Soyak, a.g.m.

ifade etmek için kullanılmakta ve dijital ekonomi, elektronik ekonomi gibi değişik nitelgelerle adlandırılmaktadır.

İçinde yaşadığımız çağın ikinci yarısı, bilgisayar ve iletişim teknolojilerinin geliştirilip bütünleştirilmesi çalışmalarını sonucu, etkilerini yaşamın her alanında hissettiğimiz bir dönemin başlangıcı olmuştur. Kimi düşünürler tarafından Bilgi Çağı, Sanayi Sonrası Toplum, Kapitalist Ötesi Toplum, Enformasyon Toplumu gibi kavramlarla ifade edilmeye çalışılan bu dönem ekonomik, sosyal, siyasal ve kültürel olmak üzere aklımıza gelebilecek her alanda etkilerini göstermektedir. Sözü ettiğimiz ve geleceğe dönük eğilimleri belirleyecek olan bu değişim ve dönüşümden en fazla etkilenen kesim ise hiç kuşkusuz iş dünyasıdır. İletişim teknolojisinin gelişimi sonucu; dünyanın büyük bir bölümünde ihtiyaç duyulan bilgiye çok kısa sürede ulaşılabilmesi, toplumların birbirleriyle rahat ve geniş çapta ilişki kurabilmeleri, ekonomik, sosyal, kültürel, ve politik alanlarda yeni işbirliği olanakları yaratmaktadır.

Ekonomide ve teknolojiye yaşanan gelişmelerin iş dünyasına yansımalarının ortaya çıkardığı en temel kavram ise “*Yeni Ekonomi*” kavramıdır. Yeni Ekonomi kavramının arkasında bilgi teknolojilerindeki köklü değişimler yatmaktadır. Yeni Ekonomi kavramını genel olarak, ekonomik altyapının bilgi temelli mal ve hizmetlere dayandığını ifade etmekte, bilginin mal ve hizmet üretim süreçlerindeki yerinin gün geçtikçe artmasıyla, sanayi ürünlerinin eski önem ve değerlerini kaybettiğini savunmaktadır.

Bilgi toplumunun başlangıcı olarak da nitelendirilebilecek bu dönem, endüstriyel ilişkilerden, tüketim kalıplarına kadar toplumun tüm yapılarında yeni bir ekonomik değişimi de beraberinde getirmiştir. Yeni ekonomi olgusu, ekonomik ve toplumsal hayata dair tüm ilişkilerin yeni baştan sorgulanmasına, geleneksel ilişkilerin irdelenmesine sebep olmuştur.

İsminin önüne gelen “yeni” sıfatıyla yüz değiştiren diğer tüm kavramlarda olduğu gibi, yeni ekonomi kavramının da akla getirdiği temel olguların başında “verimlilik”, “küresel çapta rekabet” ve “yeni bir organizasyonel biçim olan ağ ortamları” gelmektedir. Ağ ortamlarıyla kastedilen Fordist organizasyon yapısının bilişim çağındaki eş değeridir. “İnternet ve ağ teknolojileri”ndeki gelişmeler ise bu olguların ortaya çıkmasında ve yaygınlaşmasında birer araç konumundadır. Teknolojiye paralel olarak dijitalleşen ve internete bağlanan yeni ekonomi, eski ekonomide önemli değişimlerin de kapısını açmıştır. Bunun sonucu olarak, eski sektörler önemini, verimliliğini, karlılığını, üretim kapasitelerini, istihdam hacimlerini önemli

ölçüde kaybederken, yeni sektörler ortaya çıkmış ve ekonominin amiral gemisi haline gelmişlerdir. Yeni ekonominin dönüşüme uğrattığı sektörlerden biri de medya sektörü ve basın işletmeleridir. İnternet ve ağ teknolojilerindeki gelişimler doğrultusunda, geleneksel görüntüsünden sıyrılan basın işletmeleri, haberin toplanmasından, basımına, pazarlanmasından dağıtımına kadar her aşamada yeni ekonominin izlerini ve yansımalarını taşımaktadır.

Öncelikle şunu belirtelim ki, yeni ekonomi yaşamımızın her alanını direkt veya endirekt şekilde etkilediğinden dolayı, bundan basın işletmeleri ve basın işletmelerini ilgilendiren her türlü konu da kendine düşen payı alacaktır ve almaktadır. Şöyle ki, basın işletmeleri açısından düşünüldüğünde, yeni ekonomi kendine has tüm bileşenleri ile basılı ürünlerin finansmanından pazarlanmasına kadar her alanda etkisini göstermektedir. Tapscott'un genel çerçevesini çizdiği yeni ekonomik özelliklerin tümünü basın sektöründe görmek mümkündür.

Yeni ekonomi öncelikle bir *bilgi* ekonomisidir. Basın işletmeleri de okuyucularına bilgi temelli ürünler sunmaktadır. Hammaddesi bilgi olan bir sektördür. *Dijitalleşme* ise basının her evresinde kendini göstermektedir. Her türlü bilgi, ses ve görüntü 1 ve 0'dan oluşan veri formları sayesinde, hızlı ve güvenilir biçimde okuyuculara ulaştırılabilmektedir. Yeni ekonomi *sanal* bir ekonomidir. Basın sektöründe sanallaşmanın en büyük yansımaları, basılı gazetelerin yerini internet gazetelerine bırakmasıyla yaşanmıştır. Basılı ürünlerin sanallaşması ile sadece gazeteler bilgisayar ekranına taşınmamış aynı zamanda ofisler de sanallaşmış ve "sanal yazışları" kavramı ortaya çıkmıştır. Yazı işlerinin sanallaşması ile artık yazarlar ve muhabirler, ofise gitmelerine gerek kalmadan, internet vasıtasıyla yazılarını istedikleri yerden gazetelerine gönderebilmektedir. Yeni ekonomi, *moleküler* bir ekonomidir. Basın İşletmeleri de moleküler yapıdadırlar ve birey temeli üzerinde kurulmuşlardır. Bilgi işçisi (molekül insan/gazeteci/Haberci) kendi başına bir iş birimi olarak faaliyet göstermektedir. Motive olmuş, kendi kendine öğrenebilen girişimci çalışanlar yeni araçlar yardımıyla değer yaratmak üzere bilgi ve yaratıcılıklarını kullanabilecekleri şekilde yetkilendirilmişlerdir.

İnternet sayesinde; oturduğunuz yerden bir konser bileti alıp, bunu kargo ile evinize gönderebilirsiniz, Dünya'nın her yerindeki Üniversite'lerin kütüphanelerindeki bilgi kaynaklarına ulaşabilir, büyük alışveriş merkezlerinin kendi web sayfalarından gıda veya gıda dışı alışveriş yapabilir ve de yine aynı şekilde Dünya'nın her yerinde çıkan gazete ve dergileri internet'ten okuyabilir, TV Kartı ve Ses Kartı sayesinde ulusal ve uluslararası kanalları izleyebilir, radyo istasyonlarından müzik veya haberleri dinleyebilirsiniz.

İşte bu noktada problem göze çarpmakta ve bu problem de basın işletmelerini olumsuz yönde oldukça etkilemektedir. Eskiden insanlar okuma alışkanlıklarını kitap, dergi ve gazete ile karşılardı; fakat günümüzde - okuma alışkanlığının çok azaldığı gerçeğini de dikkate alarak - internetin hayatımıza girmesinden sonra bu alana bir kayma görülmüştür. Yani; artık kitaplar ve dergiler e-kitap, e-dergi adıyla internetten okunmakta, gazeteler de yine aynı şekilde internetten takip edilmektedir. Bu da, yazılı basın yani gazeteler ve dergiler için tirajlarda oldukça önemli bir kayba neden olmaktadır. 1990'lı yılların ortalarında başlayan promosyon çılgınlığı ile büyük ulusal gazetelerimizin bazılarının günlük tirajları bir milyonu aşmış ve promosyon sayesinde sağlanan bağlılık ile azda olsa belli bir süre daha ciddi satış rakamları devam etmiştir. Satın alınan bir gazetenin ortalama beş kişi tarafından okunduğunu da dikkate alırsak az önce belirtilen rakamların önemi daha da artmaktadır.

Fakat internet sayesinde, gazetelerin kendi web sitelerine girerek gazetede aynı içerik ve resimleri hem daha düzenli hem de rahat kullanım imkanıyla bulmak mümkündür. Bu sebeple artık insanlar; gazeteleri internetten takip etmeyi daha rahat ve kolay buluyorlar, takip ettikleri yazarların yazılarını internetten okuyorlar ve insanlardaki bu kullanım değişikliği de direkt olarak gazetelerin satış rakamlarına yansıyor.

O halde şu soruyu sormak gerekir: Bunu bilen gazeteler, hem de kendi resmi web sitelerinde bu içeriği neden aynı şekilde yayınlıyor? Bunun cevabını günümüz rekabet ortamında cevaplamak oldukça basit. Eğer rakiplerinden geride kalırsan, gerilemeye ve zamanla yok olmaya mahkum olursun.

Bunun dışında; yazılı basının büyük çoğunluğunun güçlü holdinglerin desteğinde olduğunu da düşünürsek, tiraj rakamlarındaki düşüklüğün veya buradan gelecek kaybın toplam gelir içinde pek önemli bir yer teşkil etmediği ve asıl önemli olanın okuyucuya veya kullanıcıya ulaşmak olduğunu da dikkate almak gerekir. Ayrıca internet sayfalarına alınan banner (şerit) reklamların, sponsorlukların vs. ayrı bir gelir potansiyeli yarattığını da hesaba katmak gerekir.

Teknolojik alanda oluşan bu büyük ilerleme ve gelişmelerin, basın işletmeleri açısından birçok faydaları da olmuştur. Artık habere ulaşmak ve görüntü iletmek eskiye oranla çok daha kolay hale gelmiştir. Televizyonlar, linkler yardımıyla görüntüyü aynı anda iletebilmektedir. Gazetelerde ise; günlük yazılar, bilgisayar ortamında yazılmakta ve yazı merkezlerine iletilmekte, bunlar da kontrolleri yapıldıktan sonra yine dijital ortamda baskı merkezine gönderilmektedir. Dijitalleşme arttıkça, Dünya daha da küçülmektedir, yani Dünya'nın bir

ucunda olan bir olay görüntüleri ve bilgileriyle dakikalar içinde her tarafa ulaşabilmektedir. Her ne kadar, her şey çok daha kolaylaşmış gibi gözükse de, farklılık yaratabilmek için her zaman aynı kalite düzeyinde devam edebilmeli ve bunun da üzerine çıkmak gerekmektedir. Ayrıca, dağıtım ağının kontrolü de GPRS teknolojisi ile çok kolaylaşmıştır. Ana bayi, bayi ve son satış noktalarına ne zaman ve hangi miktarlarda teslimat yapıldığı da, network sayesinde birebir şekilde aynı anda görülebilmektedir.

İnternet'in halen tüm dünya nüfusu içerisinde yüzde onlara yaklaşan bir kullanım oranının olması ve bu rakamın Avrupa'da bile yüzde yirmiler civarında olduğunu dikkate alırsak, genel anlamda yoğunluğun bu imkandan faydalanmadığı ve klasik metodları kullandığı kanısına varabiliriz. Ancak şu da unutmamalıdır ki; teknoloji çok hızlı bir şekilde ilerlemekte ve her yıl bir önceki yıla oranla değişim ve gelişim sürecini katlamaktadır. O yüzden, birçok işletme ve özellikle basın işletmeleri bu teknolojik gelişimin hızına ayak uydurabilecek planlar yapmalı ve stratejiler uygulamaktadır. Aksi takdirde, değişen ve hızla gelişen günümüz teknolojik çağında şirketlerin ayakta kalabilmesi mümkün değildir.

İnternet ve enformasyon teknolojileri kullanımının firmaların yapılarını ve organizasyon şemalarını, istihdam profillerini, müşteri ilişkilerini, pazarlama stratejilerini radikal bir şekilde değiştireceği gerçektir. Basın işletmeleri de bu değişimlerinden etkilenmiş internet gazeteciliği olgusuyla özellikle istihdam profili oldukça değişmiş azalmıştır. Bu da beraberinde maliyetin düşüşünü getirmiştir. İnternet gazeteciliği 7 gün 24 saat taze haber okuma alışkanlığını yerleştirmiştir. Haberleri okumak için ertesi günü beklemeye gerek kalmamış internette anında herkes haberi okur duruma gelmiştir. Hız öne çıkmıştır.

Maliyetlerin aşağı çekilmesiyle yoğunlaşan rekabet ortamı firmaları yeniden yapılanmaya ve pazar stratejilerini gözden geçirmeye zorlayacaktır. Firmaların daha optimum boyutlarda faaliyet göstermeleri esnek üretime daha kolay adapte olabilmeleri demektir. İnternet sayesinde küçük ve orta ölçekli firmaların küresel pazarlara açılma şansları artmıştır. Basın işletmelerinin geleneksel gazetecilikte katlandıkları baskı giderlerinin (kağıt masrafı, mürekkep vs.) ortadan kalkmasının yanı sıra, hatalar da minimuma inecektir. Maliyetlerde müthiş bir azalma olacaktır. Geleneksel basın işletmelerinde gider kalemlerinde rastladığımız kira, aydınlatma, ısıtma, soğutma, dekorasyon, amortisman giderlerinin olmaması büyük bir tasarruf sağlayacaktır

Basın işletmeleri açısından da maliyetlerin aşağıya çekilmesiyle büyük grupların egemenliği artık yavaş yavaş azalacaktır. Tekelleşmeyi ortadan kaldıracaktır. Zaten interneti diğer teknolojik yeniliklerden ayıran en önemli fark da bu noktada devreye girmektedir. İnternet teknolojisine uyum kolaylığı tekelleşmeyi engeller niteliktedir. Maliyetlerin düşmesi, basın işletmelerinin optimum büyüklüklere kavuşmaları, basın işletmelerinin artan rekabet ve küreselleşme sayesinde ihtiyaçlarını en ucuz yoldan ve istedikleri yerden karşılayabilme olanakları bir bütün olarak düşünüldüğünde, basın sektörüne giriş engelleri de azalacaktır.

Basın işletmeleri açısından yakınsama yada yöndeşme olarak tanımlanan bu sürecin tipik örneklerinden birisi hem televizyon yayıncılığında, hem geleneksel radyo ve televizyon yayınlarında hem internet gazeteciliğinde aynı bilgileri görebilmemizdir. Yeni medyalar; diğer geleneksel iletişim biçimlerini birbirine dönüştüren ve aralarındaki farkların ortadan kalktığı platformlar haline getirmiştir.

Basın işletmeleri, hızla değişen bu çağa uygun adımlar atmak ve kararlar vermek zorundadır. Örnek olarak, internetten gazete aboneliği gelecek yıllarda çokça karşımıza çıkan bir durum olabilir. Bu sebeple, bu günden planlar yapılmalı ve teknik altyapılar ona göre düzenlenmelidir. Çünkü şu kesindir ki, gelecek yıllar birçok farklı teknolojik gelişmeye sahne olacak ve her şey bir önceki yıla göre çok hızlı bir şekilde her alanda hızla yenilenecektir.

Kaynakça

A. Ishaq, (2001), “*On the Global Digital Divide*”, **Finance and Development**, Vol.38, No.3, Sep. 2001

A. Keser, “*Dijital Dünya Sorgulanıyor*”, <http://www.isguc.org/askin2.htm>

Akın, Bahadır, (1999), “*Yeni Ekonomi Nedir*”, **Verimlilik Dergisi**

Abdüllatif Çeliker, (2005), **Bilgi ve İletişim Teknolojisinin Tarihsel Gelişimi Çerçevesinde Yeni Ekonomi ve Türkiye**, Yayımlanmamış Doktora Tezi, M.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Atkinson, Robert D, Court, Rondolph H, “*The New Economy Index*”, **Progressive Policy Institute**, www.neweconomyindex.org.

Aykut Göker, (1995), **Bilim, Teknoloji, Sanayi Üçlemesi**, Sarmal Yayınları, İstanbul.

Can C Aktan, İstiklal Y.Vural, “*Bilgi Toplumu, Yeni Temel Teknolojiler ve Yeni Ekonomi*”
<http://www.canaktan.org/veni-trendler/veni-ekonomi/kavram.html>

Djoen S.Tan, A.Uijttenbroek, (1997), “*A New Role For Is Managers*“, **Information Infrastructure Management**, Fall.

Don Tapscott, (1996), **The Digital Economy**, McGraw Hill, New York.

Doug Aldrich ve Patrick McHugh, (1997), “*Content Crisis*“, **Information Strategy**, September.

Drucker, P.F.(1995), *Değişim Çağının Yönetimi*, (Çev: Z.Dicleli), İstanbul:Henkel Yayınları.

H.Bahadır Akın, (1991), “*2000 Yılına Doğru Bilgi Toplumu Üzerine Genel Bir Değerlendirme ve Bilgi Ekonomisinin Özellikler*“, **Verimlilik Dergisi**, 1999/1

Halime İnceler, (1998), **Teknoloji Yönetimi**, Desnet Yayınları, İstanbul.

Haluk Geray, (2005), “*Birikim Düzenleri, Yeniden Yapılanma ve Küreselleşme*“, **İletişim Ağlarının Ekonomisi, Telekomünikasyon, Kitle İletişimi, Yazılım ve İnternet**, Der: Funda Başaran, Haluk Geray, Siyasal Kitabevi, Ankara.

<http://www.e-ticaret.gov.tr/tanim/tanim.htm>

Ikujiro Nonaka, (1991), “*The Knowledge Creating Company*“, **Harward Business Review**, November-December.

Keser Aşkın, (2000), “*Küreselleşen Dünyanın Yeni Gerçeği Elektronik Ticaret*“, **Elektronik Ticaret İçinde**, Der:Veysel Bozkurt, Ankara:Alfa Yayınları.

Kevin Kelly, (1999), **New Rules for the New Economy: 10 Radical Stratetgies for a Connected World**, London: Penguin Books, <http://www.kk.org/newrules/newrules-7.html>

Lester C.Thurow, (1997), **Kapitalizmin Geleceği**, Çev. Serpil Demirtaş, Nebil İlseven, Sabah Kitapları, İstanbul.

Luc Van Aelst, (1997), “*Taxing Cyberspace*“, **Information Strategy**, June.

Masi, Paula De, Estevao, Marcello, Kodres, Laura, (2002), “*Who Has a New Economy?*“, **Finance and Development**, Volume 38, Number 2.

Michael A.Cusumano, Richard W.Selby, (1995), **Microsoft Secrets**, Free Press, New York.

Murat İnce, (1999), **Elektronik Ticaret: Gelişme Yolundaki Ülkeler İçin İmkanlar ve Politikalar**, DPT İktisadi Sektörler ve Koordinasyon Genel Müdürlüğü Hukuki Tedbirler ve Düzenlemeler Dairesi Başkanlığı, Mart.

Münevver Soyak, “*Yeni Ekonomi ve Yansımaları*”, http://www.bilgiyonetimi.org/cm/pages/mkl_gos.php?nt=202

Nakamura, Leonard I, (2002), “*Economics and the New Economy: The Invisible Hand Meets Creative Destruction*”, **Federal Reserve Bank of Philadelphia, Business Review**.

Ramazan Aksoy, “*Elektronik Ticaretin Gelişimi ve Geleneksel Pazarlama Uygulamalarının Dönüşümü*”, **1.Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi** – Kocaeli Üniversitesi

Seyfettin Erdoğan, “*Makro Ekonomik Etkileri Açısından Yeni Ekonomi*”, **II.Ulusal Bilişim Kongresi**

Seyfettin Erdoğan, “*Makro Ekonomik Etkileri Açısından Yeni Ekonomi*”, **1.Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi** – Kocaeli Üniversitesi

Stuart Carruthers, Simon Smith, (1997), “*Challenge of the Information Society*”, **Information Services and Use**, Vol.17, No.4.

Tom Davenport, (1995), “*The Virtual and The Physical*”, **CIO Magazine**, November.

W.Chan Kim, Renee Mauborgne, (1997), “*Fair Process: Managing in the Knowledge Economy*”, **Harvard Business Review**, July-August.

Yakup Kepenek, (1999), “*Ekonomik Yönleriyle Ekonomik Ticaret*”, **Teknoloji Politikaları Merkezi (TEKPOL)**, Tübitak Bülten Raporu, Ankara, Mart.

Yurdakul Ceyhun, M.Ufuk Çağlayan, (1997), **Bilgi Teknolojileri Türkiye İçin Nasıl Bir Gelecek Hazırlamakta**, Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları, Ankara.

“*The Digital Revolution*”, The Emerging Digital Economy, <http://www.ecommerce.gov/emerging.htm>