

T. C.
İSTANBUL TİCARET ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
DİJİTAL EKONOMİ VE PAZARLAMA ANABİLİM DALI
DİJİTAL EKONOMİ VE PAZARLAMA YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

Yeni Ekonomi Düzeninin Türkiye Üzerindeki Etkileri

Yüksek Lisans Tezi

Mehmet AVCU

200001347

Tez Danışmanı: PROF. DR. Feyzullah YETGİN

İstanbul, 2022

Hazırlamış olduğum tez özgün bir çalışma olup YÖK ve İTİCÜ Lisansüstü Yönetmeliklerine uygun olarak hazırlanmıştır. Ayrıca, bu çalışmayı yaparken bilimsel etik kurallarına tamamıyla uyduğumu; yararlandığım tüm kaynakları gösterdiğimi ve hiçbir kaynaktan yaptığım ayrıntılı alıntı olmadığını beyan ederim. Bu tezin ihtiva ettiği tüm hususlar şahsi görüşüm olup İstanbul Ticaret Üniversitesinin resmi görüşünü yansıtmamaktadır.

Mehmet AVCU

TEŞEKKÜR

Bu çalışma sürecinde ve öncesinde şahsımda büyük etkileri ve katkıları olan Prof. DR. Feyzullah YETGİN hocama

Aynı zamanda değerli vakitlerini ayırarak tez sürecinde bana destek olan saygıdeğer danışmanım Prof. DR. Feyzullah YETGİN ‘e ve eğitim aldığım süre zarfınca yardımlarını desteklerini esirgemeyen Doç. DR. Recep Ali KÜÇÜKÇOLAK ve Doç. DR. Ahmet Oğuz DEMİR Hocalarıma eğitim faaliyetlerinin gerçekleşmesine olanak tanıyan İstanbul Ticaret Üniversitesine,

Üzerimde emeği bulunan ufkumu açan bana yeni hedeflere azimle gitmem gerektiği öğreten tüm Hocalarıma, Aileme ve dostlarıma şükranlarımla

Mehmet AVCU

ÖZET

Bu araştırmanın amacı yeni ekonominin Türkiye üzerindeki etkilerinin incelenmesidir. Bu doğrultuda çalışmada yeni ekonominin temel bileşenleri incelenmiş olup Türkiye'nin yeni ekonominin değişkenleri bağlamında nerede durduğu irdelenmiştir. Teknoloji ve dijitalleşme her alanı etkilediği gibi ekonomi alanını da belirlemektedir. Bu bağlamda yeni ekonomi kavramı dijital ekonomi olarak da ifade edilmektedir. Nitekim günümüzde bilişim teknolojileri aracılığıyla sanal paralar da üretilmekte ve bu sanal paralarla somut olarak bir şeyler satın alınabilmektedir. Yeni ekonomi ülkelerin ekonomilerinin üretimini ve tüketim kültürünü değiştirmektedir. Özellikle bankacılık faaliyetlerini, üretim biçimlerini ve üretilen mal ve hizmetlerin değerini de farklılaştıran yeni ekonomiye göre en değerli üretim mallarının yüksek teknoloji içeren ürünler olduğu tespit edilmiştir. Türkiye'nin ise yeni ekonomi bağlamında yüksek teknoloji ürünleri üretiminde ve bu ürünlerin ihracatında yeterli seviyede olmadığı gözlemlenmiştir. Yeni ekonominin bir diğer etkisini bankacılık faaliyetleri oluşturmaktadır. Bankacılık faaliyetlerinin önemli ölçüde dijitalleşmesini ve internet ya da mobil bankacılık üzerinden sağlayan yeni ekonomi sistemine Türkiye'nin uyum sağladığı belirlenmiştir. Türkiye'nin olumlu bir şekilde adapte olduğu bir diğer alanı ise e-ticaret oluşturmaktadır. Nitekim e-ticaret verileri gerek pandeminin gerekse de pandemi öncesi ve sonrasındaki bilişim teknolojilerinin yoğun kullanımına bağlı olarak yükselmiştir. Ancak araştırmadan elde edilen bulgulara göre Türkiye'nin yüksek teknoloji ürünleri üretiminde, araştırma geliştirme harcamalarında ve bu alanda yetişmiş uzman iş gören bağlamında oldukça geride seyrettiği belirlenmiştir. Türkiye'nin yeni ekonomiye beklenen şekilde eklemlenebilmesi için bu alanlara yatırımlarını artırması gerekmektedir.

Anahtar Kelimeler: Yeni Ekonomi, Türkiye, Dijital Ekonomi, Yüksek Teknoloji, Elektronik Ticaret

ABSTRACT

The aim of this research is to examine the effects of the new economy on Turkey. In this direction, the main components of the new economy were examined in this study and where Turkey stood in the context of the variables of the new economy was examined. Technology and digitalization affect every field as well as determine the field of economy. In this context, the concept of the new economy is also expressed as the digital economy. As a matter of fact, nowadays, virtual currencies are also produced through information technologies and something can be bought concretely with these virtual currencies. The new economy is changing the production and consumption culture of the economies of the countries. It has been determined that the most valuable production goods are high technology products according to the new economy, which differentiates banking activities, production methods and the value of the goods and services produced. It has been observed that Turkey is not at a sufficient level in the production of high technology products and in the export of these products in the context of the new economy. Another effect of the new economy is banking activities. It has been determined that Turkey has adapted to the new economy system, which provides significant digitalization of banking activities and via internet or mobile banking. Another area that Turkey has adapted positively to is e-commerce. As a matter of fact, e-commerce data has increased due to the intensive use of information technologies both before and after the pandemic. However, according to the findings obtained from the research, it has been determined that Turkey is far behind in the production of high technology products, research and development expenditures and in terms of trained specialists in this field. In order for Turkey to integrate into the new economy as expected, it needs to increase its investments in these areas.

Key Words: New Economy, Turkey, Digital Economy, High Technology, Electronic Commerce

İÇİNDEKİLER

1. GİRİŞ 1

2. YENİ EKONOMİNİN GENEL ÇERÇEVESİ..... 4

2.1. Yeni Ekonomi Kavramının Tanımı 4

2.2. Eski ve Yeni Ekonominin Farkı..... 8

2.3. Yeni Ekonominin Temel Özellikleri..... 12

2.4. Yeni Ekonominin Ortaya Çıkmasında Etkili Olan Etmenler 16

2.4.1. Bilişim Teknolojilerindeki Gelişmeler 16

2.4.2. Küreselleşme..... 17

2.4.3. Finansal Yenilikler 19

2.5. Yeni Ekonominin Temel Kuralları 20

2.5.1. Bolluk Kuralı 20

2.5.2. Birleşme Kuralı..... 22

2.5.3. Tersine Fiyatlandırma..... 22

2.5.4. Bağlılık Kuralı 22

2.5.5. Kırılma Noktası Kuralı 22

2.5.6. Üstel Değer Kuralı..... 23

2.5.7. Diğer Kurallar 23

2.6.Yeni Ekonominin Öne Çıkan Sorunları..... 25

2.6.1. İşletme Yönetimlerindeki Sorunlar..... 25

2.6.2. İktisadi Sorunlar 26

2.7. Yeni Ekonomi Düzenin Makro ve Mikro Etkileri 28

2.8. Yeni Ekonominin Dünyadaki Makro Etkileri..... 29

2.8.1. Uluslararası Piyasada Rekabet..... 31

2.8.2. Dış Ticaret 32

2.8.3. İstihdam 34

2.8.4. Büyüme ve Gelir Dağılımı..... 40

2.9. Yeni Ekonominin Dünya'daki Mikro Etkileri 45

2.9.1. Tüketicilere Yönelik Etkiler 47

2.9.2. Network Etkisi..... 50

2.9.3. Maliyet Düşüşü..... 51

2.9.4. Network Dışsallıkları 54

3. TÜRKİYE'DE YENİ EKONOMİ DÜZENİNE YÖNELİK YAPILAN ÇALIŞMALAR 56
3.1. Bilim ve Teknoloji Politikaları 56
3.2. Rekabet Gücü ve Teknoloji Girişimleri 59
3.3. Bilim Politikaları ve İhracat Performansı 61
3.4. E-Ticaret Koordinasyon Kurulu Girişimler 62
3.5. E-Ticaretin Yaygınlaşmasına Yönelik Girişimler 63
3.6. E-Dönüşüm Projeleri 64
3.7. Yeni Ekonomi Düzenindeki Yenilikler 65
3.7.1. İnternet (Veri Paylaşımı-Bağlantı ve Geniş Bant) 66
3.7.2. BİT Uygulamaları (Cihazlar ve İş Yeri) 69
3.7.3. E-Tüketim ve E-Devlet 70
3.7.4. Çevrimiçi Faaliyetler ve Kullanım Çeşitlilikleri 71
3.7.5. Yeni Ekonomi ve İş Modelleri 71
3.8. Yeni Ekonomide Dijitalleşme Sürecinin Bankacılık Sektöründeki Etkileri 72
3.8.1. İnternet Bankacılığı 72
3.8.2. Ofis-Ev Bankacılığı 77
3.8.3. Kredi Kartlarının Hacmi 77
3.8.4. ATM'lerin Etkisi 80
3.8.5. EFT ve EFTPOS Sistemi 81
3.8.6. SWIFT ve Dealing Room 84
3.9. Yeni Ekonomide Piyasa ve Teknoloji Göstergeleri 85
3.9.1. Üretilen Patentler 86
3.9.2. Yüksek Teknoloji İhracatına Yönelik Göstergeler 88
3.9.3. AR-GE Etkinlikleri 90
3.9.4. Rekabet ve Teknoloji 93
3.9.5. Beşerî Sermaye 94
3.10. Yeni Ekonominin Türkiye Üzerinde Etkileri 95
3.10.1. Gelir Dağılımına Etkisi 95
3.10.2. Fiyatların Farklılaşması 97
3.10.3. Maliyetlere ve Verimliliğe Etkisi 98
3.10.4. E-Pazara Etkisi 100
3.10.5. Dış Ticaret Etkisi 103
3.10.6. Büyümeye Etkisi 105

3.10.7. İstihdama Etkisi 108
3.10.8. Pandeminin Etkisi 111
3.10.9. Tedarik Zinciri ve Enerji Alanı 112
3.10.10. Dijitalleşme Süreci ve Sektörlerdeki Değişim……...114
3.10.11 Türkiye'yi Etkileyen Faktörler ve Etkiler…….…….…….115
3.11. Yeni Ekonomi Düzeninde Siber Güvenlik ……...…115
3.11.1 Siber Güvenlik Alanının Önemi……...……115

SONUÇ VE ÖNERİLER 116
KAYNAKÇA 120

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo-1 Eski ve Yeni Ekonomi 11
Tablo-2 Yeni Ekonominin Etkileri 47
Tablo-3 2018 Yılında Seçilmiş Ülkelerin Yaptıkları Yüksek Teknoloji İhracatları (Milyar Dolar) 60
Tablo-4 Toplam Aktif Bireysel Dijital Müşteri Sayısının Son 5 Yıla Göre Dağılımı 73
Tablo-5 Mobil Bankacılık Finansal İşlemler 75
Tablo-6 Mobil Bankacılık Yatırım İşlemleri 75
Tablo-7 İnternet Bankacılığında Finansal İşlemler 76
Tablo-8 İnternet Bankacılığında Yatırım İşlemleri 76
Tablo-9 Kredi Kartı Sayısı 79
Tablo-10 Kredi Kartı İşlem Hacmi (Milyar TL) 79
Tablo-11 ATM Sayısı 80
Tablo-12 EFT İşlem Hacmi 82
Tablo-13 EFT İşlem Hacmi (Yakın Dönem) 83
Tablo-14 POS Sayısı 83
Tablo-15 Patent Başvurularının Yıllara Göre Dağılımı 87
Tablo-16 Avrupa İstatistik Ofisi 2020 Yılı Patent Verileri 87
Tablo-17 Bilişim ve İletişim Teknolojileri Ürünleri (Toplam Mal İhracat/İthalatı %'si) 89
Tablo-18 Teknoloji Yoğunluğuna Göre İmalat Sanayi Ürünleri Dış Ticareti Ocak 2022 90
Tablo-19 Bir Kilo Ürün Fiyatlandırılması 91
Tablo-20 İhracat Değişim Oranları 96
Tablo-21 Türkiye'nin İhracatının Sektörlere Göre Dağılımı (Milyon Dolar ve %) 104
Tablo-22 Türkiye Büyüme oranları (%) 107
Tablo-23 İşsizlik Oranları (%) 109
Tablo-24 Covid-19 Pandemi Sürecinde Türkiye'nin Büyüme Oranı (%) 111

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil-1 Ortalama Çalışma Süresi 36
Şekil-2 Çalışanların Eğitim Seviyesi 38
Şekil-3 Küresel Ticaret Hacmi ve Sanayi Üretimi 43
Şekil-4 Küresel Büyüme Beklentileri (%) 45
Şekil -5 Ortalama Yeni Ürün Geliştirme Zamanı (Gün) 50
Şekil-6 Vizyon 2023 Teknoloji Öngörü Çalışması 59
Şekil-7: Türkiye'de İleri Teknoloji Mal ve Hizmet İhracatı (Milyon Dolar) 60
Şekil-8 Mobil Geniş Bant İnternet Kullanımı 2020 (Milyon Abone) 66
Şekil-9 Türkiye'de Genişbant İnternet Kullanımı (Milyon Abone) 67
Şekil-10 İnternet ve Mobil Bankacılığı Kullanımı 74
Şekil-11 AR-GE Harcamalarının GSYİH içindeki payı % 91
Şekil-12 İmalat Sanayinde Gerçekleştirilen Ar-Ge Harcamalarının Teknoloji Düzeyine Göre Dağılımı, 2009-2020 92
Şekil-13 Türkiye'nin Rekabetçilik Sıralaması 93
Şekil-14 Dijital Rekabet Gücü Endeksi (2021) 94
Şekil-15 Gelir Eşitsizliği Eğilimi 97
Şekil-16 Türkiye'de E-Ticaretin Gelişimi (Milyar TL) 101
Şekil-17 E-Pazaryerlerinin Fonksiyonlarının Önemi (%) 102
Şekil-18 E-pazaryerlerinin İşlem Hacmi ve İşlem Hacmi Bazında Büyüme Oranları Gelişimi 102
Şekil-19 Türkiye'de E-Ticaret Sektörünün Yıllara Göre Büyüklüğü 111

KISALTMALAR

AB:	Avrupa Birliği
ABD:	Amerika Birleşik Devletleri
AR-GE:	Araştırma-Geliştirme
ATM:	Automatic Teller Machine (Bankamatik)
BİT:	Bilgi ve İletişim Teknolojileri
BKM:	Bankalararası Kart Merkezi
BSTB:	Bilim, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı
BTYK:	Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu
DPT:	Devlet Planlama Teşkilatı
E-TİCARET:	Elektronik Ticaret
EFT:	Elektronik Fon Transferi
ETTK:	Elektronik Türk Ticaret Kanunu
EUROSTAT:	Avrupa İstatistik Ofisi
GSMH:	Gayrisafi Millî Hasıla
KOBİ:	Küçük ve Orta Boy İşletmeler
MGI:	McKinsey Global Institute (McKinsey Küresel Enstitüsü)
OECD:	Organisation for Economic Co-operation and Development (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü)
POS:	Point Of Sale (Satış noktası)
SWIFT:	Society for Worldwide Interbank Financial Telecommunication (Bankalararası Finansal Telekomünikasyon Derneği)
TCMB:	Türkiye Cumhuriyeti Merkez Bankası
TBB:	Türkiye Bankalar Birliği
TÜBİTAK:	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu
TÜİK:	Türkiye İstatistik Kurumu
TÜSAİAD:	Türk Sanayicileri ve İş İnsanları Derneği
UİB:	Uludağ İhracatçı Birlikleri
UTİKAD:	Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği

1. GİRİŞ

Bilişim teknolojileri birçok alanda değişime neden olduğu gibi ekonomi ve ticaret alanında büyük değişmelere neden olmuştur. Bu bağlamda gerek ülkeler gerekse de mikro ölçekte işletme ya da şirketler bu değişime ayak uydurmak durumunda kalmıştır. Enformasyon teknolojilerinin gelişmesi ekonomi alanında hem üretimi hem de yeni pazarların tesis edilmesini farklılaştırmaktadır. Geleneksel ekonomiden yeni ekonomiye geçişte etkili olan en temel dinamik teknolojidir. Ekonominin yapısının köklü bir şekilde değişime uğratan yeni ekonominin teknoloji dinamikleri ekonomik yapıların sanayi ekonomisinden farklı bir yapıya geçiş yaptığı göstermektedir.

Literatür incelendiğinde içinden geçtiğimiz bilgi çağının bir parçası olan ekonomik yapı bilgi ekonomisi ve yeni ekonomi olarak ifade edilmektedir. Bu araştırmada ise yeni ekonomi kavramsallaştırması tercih edilmektedir. Ekonomi bir ülkenin en önemli dinamiklerinden birisi olduğundan hem ülke ekonomisinin hem ülkenin önde gelen büyük şirketlerinin ekonomik yeniliklere uyum sağlaması son derece önemlidir. Çünkü uyum sağlanamayan her ekonomik yapı ve model ülkenin ticari anlamda zarar etmesiyle sonuçlanmaktadır. Ülkemiz için de dünyanın ilk on ekonomi içine girebilmesi için yen ekonomi modeline uyum sağlaması son derece önemli bir hale gelmektedir (Savrul ve Kılıç, 2011, s. 32).

Yeni ekonomi modelinin en temel ayırt edici noktasını bilişim teknolojileri oluşturduğundan bu teknolojiler birçok yeniliği de beraberinde getirmektedir. Bu yenilikler ürün ve hizmet üretimden pazarlamaya kadar geniş bir yelpazede kendisini hissettirmektedir. Bununla birlikte devletlerin yeni ekonomi sistemi içerisinde vergilendirme sistemini çok daha kolay uygulaması da söz konusudur. Dolayısıyla satılan azalan ve talep gören ürünler istatistiksel olarak çok daha rahat ortaya çıkarılmakta ve ürün ve hizmet döngüsü planı daha rahat çıkarılabilmektedir. Bu bağlamda yeni ekonomideki ticaret döngüsü önemli bir oranda teknoloji üzerinden kayıt altında alındığından sunulan istatistiki bilgiler de öne çıkmaktadır (Bildirici, 2017, s. 34).

Yeni ekonominin en önemli varyasyonlarından birisini e-ticaret (elektronik ticaret) oluşturmaktadır. Özellikle gerek dünyanın önde gelen ekonomilerinde gerekse

de ülkemizde pandemi dolayımında e-ticaretin gelişme ve yayılma hızı ivme kazanmıştır. Bu süreç yeni ekonomi modelinin ülkelerce daha çabuk benimsenmesinin de yolunu açmıştır. E-ticaret sadece internet siteleri üzerinden yerel alışverişlerde değil uluslararası ticaretlerde de kullanılmaya başlanmıştır. Örneğin ihracat ekonomisinin dahi bir kısmı e-ticaret üzerinden yapılmaya başlanmıştır. Bu sürecin tamamı e-ticaretin ülkeler nezdindeki önemini yükseltmekle birlikte toplam ekonomi içinde payı da artmaktadır.

Yeni ekonomi bilginin hızlı bir şekilde aksamasını sağlayarak küresel ölçekteki bir krizin tüm ülkelerde daha kısa sürede hissedilmesini de sağlamaktadır. İnternet tüm dünyanın büyük bir küresel ağ gibi algılanmasını sağladığından bilginin paylaşılması da oldukça kolaylaşmaktadır. Bu doğrultuda Türkiye'deki bir tüketici kolaylıkla Amerika'dan ya da Çin'den alışveriş yapabilmektedir. Bu gelişme, iktisadi ve sosyal hayatı etkilemiş, ticaretin işleyiş biçimini değiştirmiş, eş zamanlı iletişim imkanını ortaya çıkarmış, sabit mekânla iletişimi ortadan kaldırmıştır (Saygılı, 2003).

Yeni ekonomi modeli içerisinde sadece üretim ve pazarlama değil aynı zamanda tüketim ve yeniden üretim şekilleri de farklılaşmaktadır. Bu bağlamda yeni ekonomi düzeninde döngüsel bir ekonomik model de takip edilmektedir. Bu model ürün, malzeme ve kaynakların değerinin ekonomide olabildiği kadar uzun tutulduğu ve atık miktarının en düşük olduğu bir ekonomik yaklaşım olarak tanımlanmaktadır. Bu yeni model üretim ve tüketim alışkanlıklarının değişmesine neden olmaktadır. Çünkü üretim geleneksel sistemdeki gibi sadece bir maddi nesne olmaktan çıkarak bilgi teknolojilerinin de bir parçası olmuştur. Her insan ve kullanıcı internet için bir data olmaktadır. Bu datanın kendisi de tüketimin parçası olmaktadır. Bu doğrultuda geleneksel ekonomilerde fiziksel emek kullanılarak yapılan üretimde kaynaklar kıt ve tükeniyor olmasına karşın yeni ekonominin temeli olan bilgi kullanıldıkça artmaktadır. Bu önemli farktan dolayı yeni ekonominin etkileri özelliklede verimlilik üzerine etkisi ilk başlarda tahmin edilememiştir. Yeni ekonominin etkilerinin öngörülememesi ya da yeterince tahmin edilememesi tahminlerde geleneksel yöntemlerin kullanılmasından kaynaklanmaktadır (Koçan, Gültekin ve Baştuğ, 2019, s. 530).

Yeni ekonomi sadece ürün, mal ve hizmetler ekonomisi değil bunların ötesinde bir bilgi ekonomisidir. Dolayısıyla bilgi hem nicelik hem de nitelik açısından öne çıkmaya devam etmektedir. Yeni ekonomide eski ekonomiye göre değişiklik gösteren

en temel unsur bilişim teknolojilerine bağlı olarak bu türden bilgi teknolojilerinin ticari boyutudur. Çünkü bu bilgi süreci ülkeler ve şirketler arasındaki rekabeti de farklılaştırmıştır. Nitekim yeni ekonomi düzeninde rekabet uluslararası bir boyut kazanmıştır. Diğer yandan geleneksel sistemde büyük şirketler dahi çoğu zaman tek başına hareket ederken yeni ekonomi düzeninde büyük ortaklıklar görebilmektedir. Küreselleşme sadece bilgi ağının yaygınlaşmasında değil şirketlerin çok uluslu olmasında da görülebilmektedir. Benzer bir farklılaşma ekonomideki hâkim sektörlerin el değiştirmesinde de gözlemlenmektedir. Bu bağlamda geleneksel ekonomide öne çıkan otomotiv ve inşaat gibi sektörlerin yerlerine de iletişim ve bilgisayar teknolojileri almaktadır. Bununla birlikte bilişim teknolojileriyle birleşen medya sektörü de yeni ekonomi düzenin bir parçası olarak öne çıkmaktadır (İnan, 2021, s. 3).

Yeni ekonomi düzenin ekonominin kendisini sanal bir düzene yaklaştırması ülkelerin de bu düzene ayak uydurması sürecini gerekli kılmaktadır. Türkiye de bu yeni düzene hem devlet ekonomisi sistemleri bağlamında hem de şirketler bağlamında entegrasyonunu devam ettirmektedir. Araştırma yeni ekonomi düzenine entegrasyonun önemi bağlamında yeni ekonomi düzenin Türkiye üzerindeki etkilerini analiz etmeyi amaçlamaktadır.

Bu temel amaç bağlamında iki ana bölümde oluşan araştırmanın birinci bölümünde yeni ekonomi düzeninin genel çerçevesi irdelenmektedir. Bu bağlamda birinci bölümünde dünyada yeni ekonomi düzenin yapısı, yeni ekonominin temel özellikleri, yeni ekonominin ortaya çıkmasında etkili olan etmenler, yeni ekonominin temel kuralları, yeni ekonominin öne çıkan sorunları, yeni ekonomi düzenin makro ve mikro etkileri konuları incelenmektedir. İkinci bölümde ise yeni ekonomi düzenin Türk ekonomisine etkileri irdelenmektedir. Bu bağlamda ikinci bölümde Türkiye'de yeni ekonomi düzenine yönelik yapılan çalışmalar, yeni ekonomi düzenin Türkiye'ye etkileri, yeni ekonomi düzenindeki yenilikler, yeni ekonomiden dijitalleşme sürecinin bankacılık sektöründeki etkileri, yeni ekonomide piyasa ve teknoloji göstergeleri, yeni ekonominin Türkiye üzerinden etkileri konuları incelenmektedir. Bu tezin ortaya çıkış amacı sadece yeni ekonomi düzenin Türkiye üzerindeki etkilerinin incelenmesi değildir. Gelişen teknoloji ve değişen dünyamıza ayak uydurabilmemiz ekonomimizi geliştirebilmemiz, bölgesel ve küresel güç olma hedeflerimize gidebilmemiz. Aynı zamanda üreten Türkiye olma profiline uygun bir şekilde hamleler yapılması konuları incelenmektedir.

2. YENİ EKONOMİNİN GENEL ÇERÇEVESİ

2.1. Yeni Ekonomi Kavramının Tanımı

Geleneksel ekonomi düzeni sanayi toplumuna geçilmesiyle birlikte başlamıştır. Bu ekonomik yapının temel özelliklerinden birisini üretimin tüketilebilir kaynaklardan elde edilmesi ve belirli kaynaklardan elde edilmesi oluşturmaktadır. Ancak kaynakların sınırlı olması üreticileri farklı kaynak arayışlarına yönlendirmiştir. Özellikle internetin keşfiyle birlikte hayatın tüm alanları gibi ekonomi ve ticarette yeniden tanımlanmaya başlamıştır. Yeni ekonomi kavramı da internetin ortaya çıkmasına paralel bir şekilde gelişmiştir. Bilginin ekonomide önemli bir güç haline gelmesi yeni ekonominin de belirlenmesin sağlamıştır (Taşlıyan, 2006, s. 5).

Bilişim teknolojileri ekonominin değişmesini sağlamakla birlikte akademik olarak literatürde adlandırma probleminin ortaya çıktığı gözlemlenmiştir. Ekonomide yaşan değişimlerin adlandırılması adına birçok farklı kavramsallaştırma olduğu görülmektedir. Bu kavramsallaştırmalardan bazıları şunlardır; bilişim ekonomisi, sanal kapitalizm, bilgi ekonomisi, dijital ekonomi, ağ ekonomisi ve yeni ekonomi. Literatür incelendiğinden gerek ekonomi ve ticaret alanında gerekse de iktisat alanında yeni ekonomi kavramsallaştırmasının benimsediği görülmektedir. Bu kavramsallaştırmanın benimsenmesinde sosyal medya sürecinin ortaya çıkardığı medya düzenin de yeni medya olarak ifade edilmesi etkili olmaktadır. Çünkü internet teknolojileri tek bir alanı değil bir alanlar ağının bütünü etkilediğinden kavramsallaştırmalarında küresel bir adın parçası olması kaçınılmazdır (Akyazı ve Kalça, 2003).

Yeni ekonomi kavramının tarihsel köklerinin ise Amerikan ekonomisinin 1970'li yıllarındaki stagflasyonunda[i] arandığı görülmektedir. Amerika ilgili stagflasyonu önlemek amacıyla bilgi teknolojilerine yatırım yapmaya başlamış ve yeni ekonomi kavramı da bu bağlamda gelişmiştir. Söz konusu politikalarla enflasyon ve işsizliğin azaltılması, ekonomik verimliliğin ve büyümenin artışı hedeflenmiştir. 1980'li yıllarda uygulanan liberal politikalar ile bilgi ve iletişim teknolojilerine olan yatırımlar artmış, nitelikli işgücü ve bilgiye dayalı üretim oldukça önem kazanmıştır. Yeni ekonomik

[i] Stagflasyon, resesyon ile enflasyonun aynı anda görüldüğü durumdur. Bu durumda ekonomideki işsizlik oranı artarken fiyatlar da hızla yükselmektedir. 1970 yılında İngilizcede stagnant ile inflation kelimelerinin birleşmesinden türetilmiştir.

yapının oluşum sürecinde piyasa yapıları da yeni şartlara göre şekillenmiştir. Alıcı ve satıcıların küçük maliyetlerle hareket edebildiği ve doğrudan etkileşime girebildikleri küresel piyasalar önem kazanmıştır (Pohloja, 2002, s. 190).

Yeni ekonominin temel mantığı yeni teknolojilerine dayanmakla birlikte enformasyon depolaması ve işlenmesi de öne çıkmaktadır. Bu bağlamda devletlerin doğrudan girişimci olduğu ekonomilerin de geride kaldığı gözlemlenmektedir. Bu bağlamda yeni teknolojiler şirketlerin işleyiş biçimlerini de değiştirmektedir. Yeni stratejilerin ortaya çıkmasında da bilişim teknolojileri temel alınmaktadır (UNICE, 2002, s. 2).

Yeni ekonomi kavramının temelinde bilişim teknolojileri yer aldığından karmaşık bir yapı arz etmektedir. Nitekim son yıllarda internete bağlı bitcoin para biriminin ortaya çıkması, veri madenciliği de bu karmaşık yapının bir parçasıdır. Yeni ekonomi kavramının temelleri ilk defa sosyolog Drucker tarafından ortaya konulmuştur. *Süreksizlik Çağı* başlıklı bir kitap yazan Drucker burada yeni ekonomi kavramı yerine bilgi ekonomisi kavramını kullanmıştır. Ancak bu kavramla yeni ekonomi kavramına gönderme yapılmaktadır. Bu bağlamda Drucker (1969)'a göre yeni ekonomide öne çıkan temel farkı el emeğinden bilgi emeğine geçiş vurgulanmaktadır. Bu durum üretim biçimlerinin de tüketim biçimlerinin de değiştiğini göstermektedir. Bilgi teknolojilerinin gelişmesi ekonominin de bu yönde gelişmesini tetiklemiştir. Örneğin günümüzde dünyanın ileri gelen ekonomilerinde internet üzerine çalışan emekçilerin sayısı artmaktadır. Site kurmak, siteler üzerinden satış yapan firmalar ya da internet içeriği üreten bireylerin sayısı her geçen gün yükselmektedir.

Yeni ekonomi kavramı ABD'deki bir değişimi açıklamak üzere ortaya çıksa da kısa sürede tüm dünyaya yayılmıştır. Hem devletlerin ekonomisinde hem de etek tek sektörel bazdaki şirketlerin kullandığı bir kavrama dönüşen yeni ekonomi konusunda farklı tanımlamaların geliştirildiği gözlemlenmektedir. Bu bağlamda öne çıkan tanımlamalar şöyledir;

Yeni ekonominin ilk tanım denemesinde Eurostat ve OECD kılavuzuna yer verilecektir. Her iki kuruluş tarafından geliştirilen Oslo Kılavuzunda yeni ekonomi bilgi temelinde tanımlanmıştır. Aslında yeni ekonominin tanımlanmasında bilgi teknolojileri ortak tarafı oluşturması bakımından son derece önemlidir. Bu doğrultuda ilgili kılavuzda yeni ekonomi; "gelişmiş ekonomilerde, bilgiye, enformasyona ve yüksek

vasıf düzeyine yönelik eğilimleri ve ticaret ve kamu sektörlerince tüm bunlara hazır erişime yönelik artan gereksinimi tanımlamak amacıyla oluşturulmuş bir ifadedir" şeklinde tanımlanmaktadır. (Eurostat ve OECD, 2005, s. 22).

Yeni ekonomiye dair tanım geliştiren bir diğer çalışmayı ise Atkinson ve Court (1998) yapmıştır. Amerikalı ekonomistler olan bu iki araştırmacı için yeni ekonominin en temel değişkenini belirsizlikler ve riskler oluşturmaktadır. Onlara göre yeni ekonominin temeli değişime ve girişimci inovatif faaliyetlere dayanmaktadır. Sürekli değişimin olması yeni ekonominin temelinde yer almaktadır. Bu bağlamda Atkinson ve Court (1998) için risk, belirsizlikler ve inovatiflik yeni ekonominin kuralı olarak değerlendirilmektedir.

Gordon (2000)'a göreyse yeni ekonomi büyüme ve verimlik üzerinden anlaşılmalıdır. Bilişim teknolojilerinin gelişmesi ve farklı sektörlerde hızla yayılması verimin anlaşılması da değerlendirilmesini de farklılaştırmıştır. Gordon (2000)'a göre ekonominin bilgi artışı üzerinden deneyimlenmesi yeni ekonomi olarak tanımlanmaktadır.

Yeni ekonomiye farklı bir yaklaşan sunan Castells (2008)'a göre yeni ekonomi aynı zamanda bir yeni bir paradigmadır. Bilgi toplumunun ortaya çıkması ve küreselleşmeyle birlikte ekonomik sistemde de yapısal değişimler ortaya çıkmaya başlamıştır. Yaşan değişimin küresel bir ağ toplumu teşkil ettiğini belirten Castells'a göre yeni ekonomik yapıda bu ağ toplumun bir parçası olarak değerlendirilmektedir.

Yeni ekonomi kavramına bir diğer yaklaşımı getiren araştırmacı ise Strioh (2002) olmuştur. Yeni ekonomi kavramının kullanım alanının oldukça geniş olduğunu belirten Strioh bu durumdan dolayı farklı alanlarda da yeni ekonominin kullanıldığı belirtmektedir. Strioh'a göre yeni ekonomi küreselleşme ve yoğun rekabet ortamında, özellikle 1990'lı yıllardaki ABD ekonomisinde yaşanan verimlilik artışı, enflasyondaki düşüş ve işsizlik oranlarındaki azalışı ifade etmektedir. Strioh düşüncesine göre yeni ekonominin temelinde büyüme, teknoloji ve iş çevrimi yer almaktadır (Stırioh, 2002).

Nourdhaus'a (2000) göreyse, yeni ekonominin temelleri 19. Yüzyıla kadar geri götürülmelidir. Çünkü ona göre 19. Yüzyılda başlayan iletişim teknolojilerinin bir sonucu olarak yeni ekonomi düzeni ortaya çıkmıştır. bu bağlamda Nourdhaus'a (2000) göre yeni ekonominin temelinde telgraf teknolojilerinin gelişmesi de yer almaktadır. Süreç

içinde bilgisayar ve bilişim teknolojilerinin gelişmesi de yeni ekonominin hız kazanmasını ve yayılmasını sağlamıştır.

Yeni ekonomiyi tekno-ekonomik dönüşüm olarak adlandıran Tapscott (1998)'a göre teknoloji ekonomik yapının da değişmesini sağlamıştır. Her alanda hakimiyet kuran teknoloji ekonominin de kendi alanında geliştirmiştir. Tapscott "Dijital Ağ" olarak adlandırdığı yeni ekonomiyi iletişim, bilgi işlem (bilgisayarlar, yazılımlar, hizmetler) ve interaktif multimedya ile desteklenen, insanlığın ilerlemesi için bütün sistemleri etkileyen bir devrim olarak tanımlamaktadır.

Yeni ekonomi kavramına farklı bir yaklaşım ise Shapiro ve Varian (1999) getirmiştir. Bu iki ekonomiste göre yeni ekonomi düzeni var olan ekonomik düzenin bir alt başlığı olarak değerlendirilmelidir. Yani yeni ekonomi geleneksel ekonominin bir uzantısı olarak görülmüştür. Onlara yeni ekonomiyle birlikte ekonominin bazı yapıları değişse de temelde geleneksel yapı korunmuştur. Bu yüzden yeni ekonomi geleneksel sistemin bir parçası olarak ele alınmaktadır.

Söylemez (2001)'göre ise yeni ekonomide ekonominin temel yasaları değişmemiş olsa da kullanılan yöntem ve tekniklerin farklılaşması söz konusudur. İş stratejilerinin de değiştiği yeni ekonomik düzende en önemli değişkeni bilişim teknolojileri oluşturmaktadır.

2.2. Eski ve Yeni Ekonominin Farkı

Eski ve yeni ekonomi ayrımında öncelikle eski ekonomiyle kast edilen aralıktan bahsedilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda eski ekonomi kavramı 1990 öncesi olarak ele alınmaktadır. Geleneksel ekonomi olarak da bilinen eski ekonomi kavramında etkili olan sektörlerinde başında otomotiv ve inşaat sektörleri gelirken yeni ekonomide bilişim en önemli sektör olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda yeni ekonomi kavramının kökenleri daha öncelere götürülse de 1990'lı yıllarla birlikte gelişme gösterdiği kabul edilmektedir. Özellikle internetin keşfi ve yayılması ardında da ticarette de kullanılmaya başlanması yeni ekonominin değişkenlerinden olmuştur.

Eski ve yeni ekonomi arasında farklar olsa da bu iki modelin birbirinden tamamen kopuk olduğu anlamı da çıkarılmamalıdır. Bu bağlamda yeni ekonomi, eski ekonomiden tamamen bağımsız bir yapı değildir. Yeni ekonomi var olan küreselleşme ve teknolojiye göre ortaya çıkmış ve ihtiyaçlara cevap vermeye başlamıştır. Dolayısıyla yeni sistem var olan geleneksel yapı üzerine bina edilmektedir. Geleneksel sistemde teknolojiye uymayan şeyler revize edilerek yeni ekonomi ortaya çıkmıştır. Ancak yeni ekonomi teknoloji temelinde geliştiği için hem üretim hem tüketim hem de pazarlama araçlarının değişmesini sağlamıştır (Bildirici, 2017, s. 17).

Yeni ve eski ekonomi arasındaki farklılıklar şu şekilde sıralanabilir:

- Yeni ekonomide zihinsel güç ve üretim öne çıkarken geleneksel ekonomide kas gücü emeği öne plandadır
- Yeni ekonomide üretilen mal ve hizmetlerin temelinde bilgi (üretim bilgisi) yer almaktadır.
- Eski ekonomide mal ve hizmetlerin yapısı somut, kolay ve anlaşılabilirdir ancak yeni ekonomide bu yapı soyut, bilgi yoğun ve karmaşık olarak şekillenmiştir.
- Yeni ekonomide teknoloji gelişimine paralel olarak robotik teknolojileri, yazılım, sibernetik gibi sektörler ortaya çıkmıştır
- Yeni ekonomide insana yapılan yatırımın getirisi fiziki sermaye yatırımlarından elde edilen getiriden daha yüksektir.
- Eski ekonomideki işletme kurup geliştirmenin yerini girişimci fikirler almıştır. Bilginin nerde ve nasıl kullanılacağı değerli hale gelmiştir.
- Yeni ekonomide üretici mekân, mağaza sınırı olmaksızın mal ve hizmetleri internet aracılığıyla dünya çapında sunabilmektedir. Böylece eski ekonomideki piyasa kavramı yerini sanal piyasalara bırakmaktadır.
- Yeni ekonomi sisteminde sanal piyasalar üzerinden çok daha fazla insana ulaşmak sağlanmaktadır. Bununla birlikte sanal piyasalar sanal mağazaları ve e-ticareti ortaya çıkarmıştır. Bu yeni tüketim alanı devasa bir ekonomik yapının ortaya çıkmasını sağlamıştır.

- Eski ekonomide ekonomik değeri belirleyen malların fiziki yapısı ve maddi değeri iken yeni ekonomide ekonomik değeri belirleyen tüketicinin mal ve hizmetlere fiziki ve maddi değerlerin ötesinde yüklediği değerdir.
- Yeni ekonomik sistemde mal ve hizmetlerin üzerinde markalar ve marka değerleri bulunmaktadır. Tüketiciler sadece ürünü değil marka değerini satın almaktadırlar.
- Eski ekonomide ülkeler "sanayileşmiş, sanayileşmekte olan ve tarım ülkeleri" olarak sınıflandırılırken yeni ekonomide bu ayırım "kent ve bölge ekonomileri" şeklinde olmaktadır.
- Yeni ekonomide şehirler kendi aralarında network bağlantıları kurarak piyasalar arası iletişimi güçlendirmektedirler. Eski ekonomideki sanayileşme yarışı yeni ekonomide şehirlerin küresel ağlarda network kurma yarışına bırakmıştır
- Eski ekonomi yapısında mal ve hizmetler üretildikçe fiyatı da artarken yeni ekonomide böyle bir durum söz konusu değildir. Bununla birlikte yeni ekonomide kıtlık çok az görülürken imitasyon ve kopyalama yaygındır. Bu durum üretimin artmasını sağlamaktadır.
- Yeni ekonomideki işletmelerin inovasyon ve teknoloji kullanımı ile maliyetleri düşürerek verimliliği artırma eğilimi ulusal ve uluslararası rekabette birleşme, ortak girişim ve devralma gibi yöntemlere başvurmasıyla sonuçlanmaktadır. Böylece eski ekonominin tersine yeni ekonomide monopol ve oligopol piyasalarının oluşmasına zemin hazırlanmaktadır
- Yeni ekonomi ve eski ekonomi arz talep dengesi bakımından da farklılaşmaktadır. Yeni yapı içerisinde emek de sermayede bilgide kullanıldıkça artmaktadır. Bu durum arz talep dengesini de ters yüz etmiştir. Nitekim yeni ekonomide arz artarken fiyatlar düştüğü için talep artacaktır. Böylece arz ve talep dengesi daha üst seviyelerde oluşacaktır.
- Yeni ekonomik yapıda yenilikçi ürünler hem işletmelere hem de makro seviyede devletlerin ekonomisine artı diğer sağlamaktadır.
- Eski ekonomide herhangi bir sektörde piyasaya ilk giren işletme büyük bir risk alırken yeni ekonomik yapıda ilk olmak en önemli artı değeri sağlamaktadır.

- Yeni ekonomide yazılım, bilgisayar teknolojileri, internet teknolojileri, cep telefonu uygulamaları, tasarım, e-ticaret, iletişim ve sosyal medya gibi sektörle öne çıkarken sanayi sektörü geri planda kalmaya başlamıştır.
- Yeni ekonomide entelektüel sermaye öne çıkarken eski ekonomide daha çok fiziksel sermaye belirleyici güçtü.
- Yeni ekonomide üretim yapmak fiziksel kaynaklardan daha çok bilgiye dayanmaktadır. Bu durum ülkelerin entelektüel sermaye haklarının korunmasına yönelik faaliyetler üzerinde yoğunlaşılmasını gerektirmiştir.
- Yeni ekonomide bilginin sermayeye dönüşmesi hukukunda bu alanda gelişmesini tetiklemiştir. Hukuk entelektüel sermayenin korunması biçiminde yeni bir gelişim alanı bulmuştur.
- Eski ekonomi durağan bir yapıdayken yeni ekonomi değişim ve hareket halindedir. Bu yüzden yeni ekonominin gelişim alanlarının önceden tespit edilmesi çok daha zordur.
- Eski ekonomide işletmelerin başarı ölçütünü belirleyen maddi anlamda elde ettikleri kar iken yeni ekonomide işletmelerin başarısı piyasa değeri ile ölçülmektedir
- Yeni ekonomi yaşattığı değişimle birlikte tüketicilerin davranışlarını da değiştirmiştir. Bu doğrultuda yeni ekonomide tüketiciler internet kullanımı, kredi kartı kullanımı, bankacılık ve ödeme işlemlerinin internet üzerinden yapılması gibi değişimler tüketicilere geniş hareket alanı sağlamıştır.
- Tüketiciler yeni, farklı ve inovatif ürünlere yönelmeye başlamıştır. Marka değeri zaman zaman ürün fonksiyonlarının dahi önüne geçmeye başlamıştır. Yeni ekonomide kişilere özel üretimler de gelişmiştir (Delong, 1998, s. 11; Söylemez, 2001, s. 21; Pohjola, 2002, s. 143; Bayraç, 2003, s. 55; Bozkurt, 2006, s. 56; Clarke, 2006, s. 644-645; Hobikoğlu, 2014, s. 41).

Yeni ve eski ekonomi arasındaki farklılıkların ekonomi bütünü göz önünde bulundurulduğunda oluşan farklılıkları Tablo-1'de gösterilmektedir.

Tablo-1 Eski ve Yeni Ekonomi

	ESKİ EKONOMİ	**YENİ EKONOMİ**
Ekonomi Genelindeki Özellikler		
Rekabet Alanı	Ulusal	Rekabet Alanı
Piyasa	Durağan	Dinamik
Organizasyon biçimi	Hiyerarşik-Bürokratik	Network Temelli
Endüstri		
Teknolojiyi Yönlendiren Temel Unsurlar	Makineleşme	Dijitalleşme
Üretim Organizasyonu	Kitle Üretimi	Esnek Üretim
Rekabet Avantajının Kaynağı	Ölçek Ekonomileriyle Düşen Maliyetler	Yenilikler, Maliyet, Kalite, Piyasanın Önceliği,
Araştırma ve Yeniliklerin Önceliği	Az-Orta	Yüksek
Büyümeyi Yönlendiren Temel Unsurlar	Sermaye / Emek	Yenilikler / Bilgi
Diğer Firmalarla İlişkiler	Bireysel	İşbirliği ve Anlaşmalar
İş gücü		
Gerekli Eğitim	Bir Uzmanlık Alanı / Derece	Yaşam Boyu Öğrenme
Çalışan- Yönetim İlişkileri	Muhalif	İşbirlikçi
Uzmanlıklar	Belirli İşlerde Uzmanlık	Geniş Uzmanlık Alanı ve Farklı Alanlarda Uygulama
Politik Hedefler	Tam İstihdam	Yüksek Reel Ücret/Gelirler
İstihdamın Doğası	Durağan	Risk ve Fırsatlar Piyasası
Hükümet		
Hükümet Düzenlemeleri	Kumanda ve Kontrol	Piyasa Araçları ve Esneklik
İş Dünyası- Hükümet	Baskı Gerektiren	Fırsatların Artması İçin Cesaret

(Kaynak: Söylemez, 2001, s. 23).

2.3. Yeni Ekonominin Temel Özellikleri

Literatür incelendiğinde yeni ekonominin özellikleri şu başlıklar altında incelendiği görülmektedir:

- **Yeni Ekonomi Bilgi Ekonomisidir:**

Yeni ekonominin en belirgin özelliklerinden birisi olan bilgi ekonomisi olmasıdır. Bilgi ekonomisi demek bilginin ekonomik bir değer olarak işlenmesi ve tüketiciye ulaştırılmasıdır. Bu ekonomide bilgi iktisadi faaliyetin bir parçası olmaktadır. Bu bağlamda her işletme yeni ekonomi düzeninde öncelikle üretimin bilgisine ve yeniliğin bilgisine sahip olmalıdır. Bilgi, yeni ekonomik düzeni içinde aktarılabilir, üretilebilir ve tüketilebilir bir nesne durumuna gelmiştir. Özellikle bilişim teknolojilerindeki her bilgi ağın genişlemesini sağladığından yeni ekonominin de bir parçası olmaktadır. Bu bağlamda e-ticaret siteleri, haber siteleri, sosyal medya kullanıcıların bilgilerini aynı zamanda tanıtım ve pazarlamanın da bir parçası haline getirmektedir. Bilgi ekonomisi günümüzde akıllı olarak ifade edilen ürünlerin üretilmesinde de rol oynamaktadır (Houghton ve Sheehan, 2000, s. 10).

- **Yeni Ekonomi Dijital Ekonomidir:**

Dijital ekonomi bilginin sayısallaştırması yani dijitalleşmesi anlamına gelmektedir. Bu düzende bilgiler bayt ya da bit olarak birimleştirilmektedir. Bir önceki başlıkta da ifade edildiği üzere bilginin işlenmesi ekonomik değere de dönüşmektedir. Yeni ekonomi düzeninde videolarda seslerde dijitalleştirilmekte ve onlarda ekonominin bir parçası olmaktadır (Perry, 2014, s. 46).

Yeni ekonomide dijitalleşen bilgiler bir ve sıfır formatında işlenmektedir. Dijitalleşme bilginin çok ucuz bir şekilde farklı platformlar tarafından kullanılmasını sağlamaktadır. Her paylaşım ekonominin daha da gelişmesini sağlamaktadır. Dijitalleşen bilginin paylaşıldığı platformların başında; “e-para”, “e-eğitim”, “e-kalkınma”, “e-finansman”, “e-ticaret”, “e-sağlık”, “e-vatandaşlık”, “e-devlet”, “e-demokrasi” gelmektedir (Tapscott, 1998, s. 44-45).

- **Yeni Ekonomi Sanal Ekonomidir:**

Bilginin dijitalleşmesiyle birlikte ekonomi de sanal bir şekle bürünmüştür. Özellikle bankaların paraları sanal olarak göstermesi ödemeler temassız olarak yapılması sanal ekonomi bağlamında öne çıkmaktadır. Son yıllarda sanal veri madenciliğiyle de yeni para birimleri ortaya çıkmıştır. Elde tutulmayan gözle görülmeyen sadece bir değer olarak var olan bu sanal paralar yeni ekonominin önemli bileşenlerindendir. Sanal piyasalarda yeni ekonomiyle birlikte oluşmaya başlamıştır. Sanal piyasa tüketicilerin internet üzerinden alışveriş yapabilmelerini ifade etmektedir (Akın, 2001: 36-38).

- **Yeni Ekonomi Moleküler Ekonomidir:**

Maddenin küçük bir parçası anlamına gelen molekül gibi yeni ekonomideki şirketlerde moleküler yapılardadır. Örneğin günümüzde birçok işletme tek kişilik girişimler olarak kurulmuştur. Dolayısıyla moleküler yapıdaki bu ekonomik yapıda girişim ve inovatiflik son derece önemlidir. Moleküler yapıda yeni ekonominin esnek olmasını da sağlamaktadır (Hobikoğlu, 2014, s. 35-36).

Yeni ekonomi düzenindeki şirketler büyük yapılar gibi görünse de yek tek departmanların moleküler yapıda olduğu görülmektedir. Bu yapı insan kaynağının önemini ortaya çıkarmaktadır. Çünkü girişimci ve yenilikçi düşünen moleküler yapı diğerine göre ön plana çıkmaktadır (Tapscott, 1998, s. 47).

- **Yeni Ekonomi Entegrasyon ve İletişim Ağı Ekonomisidir**

Yeni ekonomik yapıda tüketicilerle üreticiler arasındaki bağ aracısız bir şekilde sağlanmaktadır. Bu durum ticari alık satım sürecinin hızını oldukça artırmaktadır. Bununla birlikte yeni ekonomide aracılar ortadan kalktığından yeni sektörlerin ortaya çıkması sağlanmakla birlikte bazen de bazı sektörlerin güç kaybıyla ya da güç kazanmasıyla sonuçlanmaktadır. Örneğin günümüzdeki ticaret hacmi oldukça gelişen e-ticaret ağında kargo şirketleri yeni bir sektör olarak ortaya çıkmamış olsa da oldukça gelişmişlerdir.

Üreticilerle tüketicilerin doğrudan iletişim kurmasını sağlayan platformların olduğu bu yeni yapıda tüketicilerle üreticiler bütünleşmektedir. Birçok farklı sosyal medya uygulamasını ve e-ticaret sitesini aynı anda kullanılan markalar ve üreticiler

tüketicilerin istek ve taleplerini anında aracısız öğrenebilmektedir. Tüketiciler ürün ve satıcıyla ilgili olumlu olumsuz görüşlerini paylaşarak hem kendilerinde sonraki tüketicilere yol göstermekte hem de yeni ekonomik yapı içinde data üretmektedirler. Ayrıca üreticiler bu yorumlar ışığında kendi hizmetlerini ve ürünlerini değerlendirmektedir (Yumuşak vd., 2010, s. 38-40).

- **Yeni Ekonomide Aracıların Etkinliği Azdır:**

Yeni ekonomi düzeninde üreticiler ortak satış ağları üzerinden tüketicilerle aracı olmadan ulaşabilmektedir. Bu durum özellikle e-ticaret sitelerinin yaygınlaşmasına ve elde ettikleri karın da artmasını sağlamaktadır. Dolayısıyla perakendecilerin ve distribütörlerin etkinliği eski ekonomiye göre azalmaktadır. Üretici fabrikada üretmiş olduğu ürünü ya da herhangi bir köylü girişimci kendi ürününü anında internet ya da sosyal medya uygulamaları üzerinden satışa sunabilmektedir.

- **Yeni Ekonomide Hâkim Sektör Üçlü Bir Oluşumdur:**

Yeni ekonomi düzeninde sektörler değişim göstermekle birlikte üç hâkim sektör ise yeni düzen de öne çıkmaktadır. Bu sektörler bilgi, iletişim ve yeni medyadır. Bu sektörlerin hepsi önemli olsa da yeni medya sektörü en önemli sektördür. Yeni medya literatürde sosyal medya olarak da tanımlanmaktadır. Günümüzde mikro bir işletmenin bile sosyal medya hesapları bulunmaktadır. Bu hesaplar üzerinden hem kendi tanıtım ve pazarlama işlemlerini yapmakta hem de satış yapabilmektedir.

- **Yeni Ekonomi İnovasyon Temeline Dayanır:**

Yeni ekonominin bir diğer önemli özelliğini inovasyon oluşturmaktadır. inovasyon bu yeni düzendeki rekabet koşulları bakımından öne çıkmaktadır. Eski ekonomide öne çıkan sermaye rekabeti bu yeni düzende de önemli olsa inovasyon sermayeyi yer yer geçebilmektedir. Eski düzende bir sektöre ilk giren şirket ya da grup büyük bir risk almaktayken yeni ekonomi düzeninde inovasyonu ilk yapan olmak en önemli rekabet avantajıdır. İşletmeler sadece yep yen bir ürün sürmemekte aynı zamanda var olan ürünler üzerinde de inovasyon yapabilmektedir. Sosyal medyanın da etkisiyle insanlar yeni olan ürünleri deneyimlemek istediğinden inovasyon yeni ekonomide öne çıkmaktadır. Sosyal medyadaki paylaşımlar insanların tüketim alışkanlıklarını da etkilemektedir (Akın, 2001, s. 9).

- **Yeni Ekonomide Üretici – Tüketici Arasındaki Mesafe Azalmaktadır:**

Üretici ve tüketici arasındaki mesafeyi azaltan temel dinamiklerinde başında da sosyal medya ve internet gelmektedir. Eski ekonomide tüketicilerin üreticilere ulaşması oldukça zorken yeni ekonomi düzeninde sosyal medya hesapları üzerinden anında iletişim kurulabilmektedir. Bununla birlikte üreticiler müşteri hizmetleri adı altında da tüketicilerle iletişim kurabilmektedir. Bu gelişmeler yeni ekonomide müşteri odaklı bir yaklaşımın gelişmesinin de önünü açmıştır. Bu noktada tüketicilerin talepleri üreticilerin çok daha önemli hale gelmiştir. Üreticiler tüketici isteklerine ürün üretmekte ya da var olan ürünü tüketici taleplerine göre dizayn edebilmektedir (Harvey, 2003, s. 242)

- **Yeni Ekonomi Hız Ekonomisidir:**

Hız sadece yeni ekonominin bir parçası olarak değil aynı zamanda yeni hayat düzeninin de bir parçasıdır. Her şey çok hızlı bir şekilde değişmektedir. Tüketicilerin ilgi ve talepleri değişmektedir. Aynı ürün grubuna duyulan ihtiyaç da hızlı bir şekilde değişimler gösterebilmektedir. Bununla birlikte tüketicilerle üreticiler arasındaki iletişimin hızı da mail ve internet üzerinden artmaktadır. Üreticiler müşterilere anında cevap verebilmektedir. Ayrıca ürün tanıtımları da ürünün market ve internet raflarına girmesi de hız kazanmıştır. Yeni ekonomide hız olgusu ürün yaşam süresini de kısaltmakta, ekonomik faaliyetlerin devamlılığı için Ar-Ge ve inovasyonu zorunlu kılmaktadır.

- **Yeni Ekonomi Sosyal Problemleri ve Çatışmaları Beraberinde Getirmektedir:**

Yeni ekonomi bir bilgi ekonomisi olduğundan çatışmada bu bağlamda ortaya çıkmaktadır. Çalışanlar ve şirketler arasındaki en önemli farkı bilgi oluşturmaktadır. Bilgiye sahip olan bireyler işletmelerce tercih edilmekte bilgiye sahip olmayan bireyler ise niteliksiz işçi sınıfına dahil edilmekte bu durum bu iki sınıf arasında çekişme ortamına zemin hazırlamaktadır. Bir işçinin nitelikli olmasının en önemli ayracını da bilgi teşkil etmektedir. Bilgisiz işçilerle bilgiye sahip nitelikli çalışan arasındaki ücret farkı da artabilmektedir. Bununla birlikte yeni ekonomide yeni sektörlerde öne çıkan nitelik son derece önemli hale gelmiştir. Özellikle internet ve bilişim sektörüne bağlı

olarak gelişen yeni ekonomi de siber güvenlik de öne çıkmaktadır (Eraydın, 2001, s. 70-71).

- **Yeni ekonomi küresel bir ekonomidir:**

Küreselleşme sadece bilginin hızlı yayılmasında değil aynı zamanda ekonomik yapıda da kendisini göstermektedir. Yeni ekonomide üretim birden fazla ülkede yapılabilmektedir. Örneğin bir makinenin çipi bir başka ülkede diğer parçaları başka ülkede üretilebilmektedir. Ayrıca küresel ekonomi işletmelerin birbirlerinden etkilenmesini de kolaylaştırmaktadır. Küresel çapta yaşanacak olan her ekonomik kriz kolaylıkla diğer ülke ve sektörlerin de etkilenmesi neden olmaktadır. Bu durum en belirgin örneğini pandemi oluşturmaktadır. Pandemi döneminde yaşan kargo, üretim ve diğer sorunlar aynı anda tüm dünyayı olumsuz bir şekilde etkilemiştir (Küçükoğlu, 2021, s. 1271).

2.4. Yeni Ekonominin Ortaya Çıkmasında Etkili Olan Etmenler

Literatür incelendiğinde yeni ekonomi düzeninin ortaya çıkmasında küreselleşme, bilgi teknolojileri ve finansal yenilikler etkili olduğu gözlemlenmektedir (Paulre, 2000). Burada ifade edilen üç temel değişkende birbirlerini tetiklemektedir.

2.4.1. Bilişim Teknolojilerindeki Gelişmeler

Bu alandaki teknolojiler geniş bir yapıyı içermektedir. Bu bağlamda bilgi teknolojileri bilginin üretilmesini de depolanmasını da sağlamaktadır. Bilginin işlenmesi sürecini de içeren bilişim teknolojileri yeni ekonominin en önemli dinamiklerinden birisidir. Donanım ve yazılım sektörünün gelişmesi bilgisayar teknolojilerinin yep yeni bir boyuta ulaşmasını sağlarken ürün pazarlanmasında da önemli hale gelmiştir. Bu süreçlerin tamamı tüketicilere ulaşmayı kolaylaştırırken aynı zamanda hızlandırmıştır da. Ürün tanıtımlarının ve tüketiciye ulaştırmanın kolaylaşması ucuzlamasını da beraberinde getirmektedir (Eurostat ve OECD, 2005, s. 22).

Yeni ekonomi düzeninde yeni ürünlerin üretilmesi önemli olduğundan bilgi teknolojileri bu bağlamda da kilit bir rol üstlenmektedir. Yeni ekonomiyle birlikte bilgi ve iletişim teknolojileri yeni ürünlerin oluşturulmasından, yeni iş modelleri ve yönetim anlayışlarına kadar ekonominin her alanına etki etmiştir. Bilgi, teknoloji ve yeni

ekonomi arasında birbirlerini tamamlayan, doğrudan ve dolaylı bir ilişki mevcuttur. Yeni ekonominin temelinde yer alan bilgi ve bilimi üretebilmek için mutlaka teknoloji kullanabilme yetkinliğine sahip olmak gerekmektedir.

Bilgi ve iletişim teknolojileri yeni ekonomi bağlamında sektörlerinde farklılaşmasını sağlamıştır. Bu doğrultuda bazı sektörler güç kazanırken bazı sektörlerde eski gücünü kaybetmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojileri bağlamında siber güvenlik, donanım, yazılım sektörleriyle birlikte bankacılık ve sigorta gibi sektörlerde gelişmektedir (Quark, 2008, s. 1).

Bilgi teknolojileri yeni ekonomi bağlamında aşağıdaki gelişmeleri sağlamaktadır:

- Bu alandaki her gelişme ürün maliyetlerinin düşmesini sağlamaktadır. Ürün maliyetlerinin düşmesinde daha az iletişim masrafının olması etkili olmakla birlikte personel sayısının da azalması etkili olmaktadır.
- Bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanıldığı alanlarda hizmetlerin ve ürünlerinde kalitesi olumlu yönde artmaktadır.
- Üretim sürecinde bilgi teknolojileri sermayenin de enerji ve hammaddenin de etkin kullanılmasını sağlamaktadır
- Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yeni ekonomi kapsamında değiştirdiği bir diğer durumu ise insan kaynağı oluşturmaktadır. Nitelikli insan kaynağının önemi bu sektörde en önemli belirleyicilerden birisi olmaktadır
- Bu teknolojiler işletmelerin kurumsal yapılarını da kurum kültürlerini de değiştirmektedir. Bu bağlamda işletmelerin daha hızlı hareket etmesini sağlayan yatay örgütlenmeler öne çıkmaktadır (Bozkurt, 2000, s. 120).

2.4.2. Küreselleşme

Küreselleşme kavramı öncelikle küresel kavramının McLuhan tarafından kullanılmasıyla başlamıştır. McLuhan'a göre bilgi ve iletişim teknolojilerinin gelişmesi dünyayı küresel bir köy haline getirmektedir. İnternet ve bilişim teknolojilerinin gelişmesi aynı anda birçok bilginin kısa sürede farklı ülkelerde görünmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla ülkeler arası gelişmeler birbirlerini de kısa sürede

etkilemektedir. Küresel çaptaki her gelişme ekonominin de yeniden yapılanması sonucunu doğurmaktadır. Küreselleşme tüketicilerin satın alma davranışlarını da şekillendirerek yeni ekonominin önemli bir parçası haline gelmektedir (Mcluhan ve Powers, 2020).

Kutuplaşmaların çözülmesi olarak da yorumlanan küreselleşme yeni ekonominin esnek ve akışkan olmasını sağlamaktadır. Şirketlerin çok uluslu olma sürecinin de önü açan küreselleşme ülke ekonomilerinin birbirlerinden daha kolay etkilenmesini sağlamıştır (DPT, 1995, s. 1). Ekonomik anlamda küreselleşme ülkeler arasında sermaye ve emeğin entegrasyonunu, ülkeler arasındaki iktisadi ilişkilerin artmasını ve ülkelerin tek pazar ortamında bütünleşmesini ifade etmektedir (OECD, 2016, s. 44).

Yeni ekonomiyle küreselleşme ve inovasyon ilişkisi şöyle özetlenmektedir:

- Küreselleşmeyle birlikte bilgi ve iletişim teknolojileri hızla gelişmiş ve bilgi paylaşımı hız kazanmıştır
- Küreselleşme inovatif faaliyetlerin kısa sürede yayılmasını sağlamaktadır
- Küreselleşme ülkeler arasındaki ekonomik entegrasyonu hızlandırmakta ve yeni uzmanlık alanlarının tesis edilmesini sağlamaktadır
- Bilgi iletişim teknolojileri küreselleşmeyi küreselleşme de bilgi iletişim teknolojilerinin gelişmesini tetiklemektedir. Yeni ekonomi düzenin benimsenmesinde ise iki değişken de olumlu rol oynamaktadır
- İletişim teknolojilerindeki farklılıklar ve yenilikler küresel ekonomik yapıları çok daha kolay etki göstermesini sağlamaktadır
- Küreselleşme liberal eğilimleri de içerdiğinden fiyat dalgalanmaları fazla olabilmektedir. Dolayısıyla firmaların karı da zararı da kısa sürede etki gösterebilmektedir.
- Büyük ekonomiye sahip ülkelerde uzmanlaşma hızla artmaktadır. Bu noktada küresel çapta eğitim sunan eğitim siteleri de gelişmektedir.
- Küreselleşme ile ulusal pazarları rakip ürünlere açmak ekonomide kimi yerel üreticilerin gücünü azaltıcı ve rekabetini güçlendirici etki yaratmaktadır. Bu yeni koşullar altında firmalar toplam faktör verimliliğini ve inovasyon performansını

geliştirerek rekabete tepki göstermektedirler (Yumuşak vd., 2010, s. 80; OECD, 2012, s. 15).

2.4.3. Finansal Yenilikler

Küreselleşme ve bilgi teknolojilerindeki gelişmeler finans sektörünün de etkilenmesine neden olmaktadır. Bu etkilenme bağlamında yeni finansal alanlar ortaya çıkmaya başlamıştır. Yeni finansal araçların kullanılmaya başlanması ise yeni ekonomi düzeninin en belirgin özelliklerinden birisini teşkil etmektedir. Yeni ekonomiyle birlikte ortaya çıkan finansal yeniliklerin başında bankacılık faaliyetlerine bağlı olarak gelişen imkanlar gelmektedir. Bunların başında bankamatikler, eft, internet üzerinden yapılan bankacılık faaliyetleri ve kredi kartları gelmektedir.

Finansal yenilikler paranın dolaşımını hızlandırmaktadır. Bu bağlamda hem üreticilerin hem de tüketicilerin satış yapma biçimleri değişmiştir. Örneğin günümüzde mikro işletmelerde sosyal medya uygulamaları üzerinden satış yapabilmektedir. Çünkü bankalar anlık para gönderme seçeneğiyle saniyeler içerisinde havale ve eft imkânı sunmaktadır. Dolayısıyla sosyal medya üzerinden tanıtılan ürünler anında satışa da sunulabilmektedir (Şahin, Çağlıyan ve Başer, 2017).

Finansal yenilikler üretilen ürünlerin pazarlanmasına da piyasalar tarafından benimsenmesinde rol oynamaktadır. Ayrıca herhangi bir ürünün türevi kolay üretilebilmekle birlikte ticari platformlarda da gezen para miktarı artmaktadır (Allen ve Yago, 2010, s. 5).

Yeni ekonomideki finansal yeniliklerin bir diğerini ise sermayenin kısa sürede hareket etmesi oluşturmaktadır. Ödeme yöntemlerinin çeşitlenmesi yatırımcıların ve üreticilerin paralarını anında çekebilmesini ya da başka ülkelerdeki hesaplarına gönderebilmesini sağlamaktadır. Bu paraların miktarı fazla olduğunda ise ülke ekonomileri kötü etkilenebilmektedir. Yani yeni ekonomi bir yandan esneklik sağlarken diğer yandan da finansal yenilikler ülke ekonomilerin olumsuz etkilenmesine neden olabilmektedir. Örneğin yüklü bir döviz transferi anlık da olsa ülkede dövizin yükselmesine neden olabilmektedir.

Bir diğer finansal yeniliği ise sanal piyasalar ve sanal paralar oluşturmaktadır. Sanal paraların en bilinen örneği bitcoindir. Bitcoin günümüzde gündelik alışverişlerde

de kullanılabilir hale gelmiştir. Henüz tüm alanlarda kabul edilmiş olmasa da birçok insan için yatırım araçlarından birisi olarak değerlendirilmektedir. Veri madenciliği ile güçlü internet teknolojisiyle üretilen bu paralar sanaldır ama yeni ekonomik düzen bir karşılığı bulunmaktadır. Yeni ekonomi düzeninde ülkelerin ve şirketlerin bu finansal yeniliklere uyum sağlaması zorunluluk olarak görülmektedir (Pirinççi, 2018). Finansal yenilikler sadece ödeme biçimlerinde değil satın alma biçimlerini de değiştirmektedir. Birçok tüketici e-ticaret üzerinden sanal paralarla ödeme yaparken kredi kartı ya da hesap kartlarını aktif bir şekilde kullanmaktadır.

2.5. Yeni Ekonominin Temel Kuralları

Dijitalleşmeyle birlikte yeni bir boyut kazanan yeni ekonominin süreç içinde kendine has kuralları da oluşmaya başlamıştır. Bu kurallar bir yanan yeni ekonominin değişiminin incelenmesini sağlarken diğer yandan da piyasa ekonomisine yansımaları üzerinden bilinmektedir. Yeni ekonomiye dair literatür incelendiğinde yeni ekonominin kurallarının oluşup oluşmadığı konusunda da tartışmaların olduğu gözlemlenmektedir. Bu doğrultuda yeni ekonominin temel kurallarının süreç içinde yayılacağı ön görülmekle birlikte şimdi daha çok yüksek teknoloji üreten endüstriler için geçerlidir (Kelly, 1999, s. 1). Yüksek teknoloji ürünler ülke ekonomilerine beklentilerin çok daha üzerinde girdi alınmasını sağlamakla birlikte ekonominin de yeni kurallar bağlamında ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Gelinen noktada bu kurallar var olan geçişken ekonominin bir kısmını da ilgilendirebilmektedir. Öne çıkan temel kurallar şu şekilde sıralanabilir:

2.5.1. Bolluk Kuralı

Bolluk kuralı yeni ekonominin en temel kurallarından birisi olarak öne çıkmaktadır. Bu kurala göre süreç içinde yeni ekonominin bağlı olduğu networkun değeri de artmaktadır. Ancak bu artış da ilgili networku kullanan katılımcı sayısının yükselmesi etkilidir. Dolayısıyla sayı arttıkça networkunda değeri yükselmektedir. Çünkü her katılımcı networku kullanarak bilgi ve verinin de artmasını sağlamaktadır. Her kullanıcı aynı zamanda bir veri olmaktadır. Dolayısıyla veri aritmetik olarak artmakla birlikte networkun değeri de üstel -geometrik olarak yükselmektedir (Bulut ve Korkut, 2022, s. 3).

Networka katılan her üye diğer katılımcıların da değerini birlikte artırmaktadır. Zemin de ise networkun kendisinin değeri yükselmektedir. Bolluk kuralı olarak ifade edilen temel kural budur. Bu kuralla birlikte yeni ekonomi yaklaşımlar değer kavramı da farklılaşmıştır. Nitekim geleneksel yaklaşıma göre az olan şey değerlidir. Örneğin altın, elmas ya da petrol gibi. Ama yeni ekonominin argümanları incelendiğinde değer kıtlıktan değil bolluktan ve katılmadan kaynaklanmaktadır (Ökten, 2004, s. 82). Burada vurgulanması gereken önemli bir detay bulunmaktadır. Aslında az olan değerli olması bir yandan geleneksel ekonomi açısından devam etmektedir. Ancak burada yeni ekonominin kendi kurallarından bahsedilmektedir. Nitekim yeni ekonominin temel ilkeleri altın, elmas ya da petrol gibi madenlerden değil bilim teknolojilerinden gelmektedir. Dolayısıyla kuralları da bu bağlamda değerlendirilmektedir.

2.5.2. Birleşme Kuralı

Yeni ekonominin bir diğer kuralını birleşme oluşturmaktadır. Bilindiği üzere yeni teknolojik sistemlerde gerek bilgisayar çipleri gerekse de diğer teknik akşamlardaki malzemeler giderek küçülmektedir. Bununla birlikte her geçen daha kolay ve çok üretildiğinden fiyatları da bu duruma bağlı olarak düşmektedir. Çiplerin küçük bir şekilde üretilmesi kullanımını kolaylaştırmakla birlikte gözle görünmelerini olabildiğince düşürmektedir. Bu doğrultuda değerlendirildiğinde sadece bilgisayarlarda değil diğer objelerde de çipler kullanılmaktadır. Diğer alanlarda kullanılan çiplerin sayısının da 6 milyarı bulduğu aktarılmaktadır.

Şu durumda çipler birçok farklı alanda kullanılmaktadır. Geniş bir alana yayılan çiplerin birleşmesiyle bir güç ortaya çıkmaktadır. Sessiz güç olarak da adlandırılan bu güç aslında hem bilgisayarlardan hem de diğer bilişim ürünlerden alınan verilerin birleşmesi anlamına gelmektedir. Birleşmenin yaratmış olduğu güç beyindeki sinirlerin damarların çalışma sistemine benzetilmektedir. Farklı ürünlerdeki çiplerin birleşmesini sağlayan temel unsur ise donanımdır. Donanım sayesinde farklı çipler arasında dolaşan bilgi ve veriler sürekli artar ve aynı zamanda da sonra kullanılmak üzere depo edilebilir (Kelly, 1999, s. 5).

2.5.3. Tersine Fiyatlandırma

Tersine fiyatlandırma kuralı yeni ekonomiyle birlikte ortaya çıkmaktadır. Bu bağlamda yeni ekonomik sistemde tüketicilere yeni bir ürünün süreç içinde daha ucuza satılabilmesi ön görülmektedir. Bu kural yeni ekonominin bu açıdan gelişmesini de sağladığından temel bir itici güç olarak da değerlendirilmektedir. Geleneksel ekonomik anlayış üzerinden değerlendirildiğinde ise ürünün kalitesi arttıkça fiyatı da artmaktadır. Yeni ekonomide ise üretilen şey ve değer farklı olduğundan kalitenin artması bir yandan fiyata yansısa da çok fazla üretimle ucuzlamaktadır. Bu durum temel nedenlerini ise kalitenin çok daha düşük maliyetle üretilmesi oluşturmaktadır. Özellikle mikro işlemciler için bu ilkenin geçerli olduğu gözlemlenmektedir (Akyazı ve Kalça, 2003, s. 224).

2.5.4. Bağlılık Kuralı

Yeni ekonominin temel çalışma alanı olarak da ifade edilen networkun sınırları önceden belirlenmiş değildir. Esnek olan bu alan daha çok genişleme üzerine kuruludur ve sabite ya da statikle değil dinamizm ve değişimle tanımlanmaktadır. Yeni ekonomideki networkun temel anlamı içinde olup olmama üzerine kuruludur. Bağlılık kuralına göre mekân olmasa da dijital sınırlar konulabilmektedir. Örneğin bir ülkedeki vatandaşların bazı ağlara girmemesi gibi. Networklar de belli vatandaşlıklar bağlamında kullanılabilmektedir. Dolayısıyla klasik anlamdaki ulus devlet vatandaşlığı da e-devlet vatandaşlığına dönülmektedir (Söylemez, 2018, s. 89).

Yeni ekonomide mekân, coğrafyaya bağlılık ya da sınırlar da olmadan ticaret yapılabilmektedir. Tekil bir kullanıcı da istediği ürünü dünyanın bir yerinden getirtebilmektedir. Bu bağlamda istenilen herhangi bir zaman diliminde networkla iletişim kesilmemekte ve bağlılık devam etmektedir (Kelly, 1999, s. 4).

2.5.5. Kırılma Noktası Kuralı

Yeni ekonomi temel kurallarından birisini de kırılma noktası olarak adlandırılan yayılma sürecine bağlı başarma süreci oluşturmaktadır. Birincisi yeni ekonomide dijitalleşmeyle birlikte öne çıkan ikinci bir ilke söylenecekse bu ilke hız olacaktır. İkincisi ise bu hıza bağlı olarak bulaşıcılığın hız kazanması olmaktadır. Bu bağlamda

yeni ekonomide elde edilen başarılar hızlı bir şekilde diğer kullanıcılara yansımakta ya da bir başa deyişle bulaşmaktadır. Bu bulaşma ve yayılma süreci ise tepe noktasına yani başarının elde edilmesi güçleşinceye kadar devam eder. Dolayısıyla yeni ekonominin herhangi bir sektör ya da alanında başarı network üzerinden birbirini besleyerek ve büyüyerek yayılır. Ancak yayılma sonrasında durma ve kırılma noktası ortaya çıkar. Yeni ekonomideki kırılma noktası, düşük, sabit ve önemsiz marjinal maliyetler ile hızlı dağıtım sayesinde endüstriyel dönemlerin altında olmaktadır (Kelly, 1999, s. 7).

2.5.6. Üstel Değer Kuralı

Yeni ekonomik sistemin işletmelerin karlar uzun bir süre belli bir seviyede seyredebilmekle birlikte ani bir yükselişlerde yaşanabilmektedir. Örneğin Microsoft markasının son yıllardaki değeri her geçen gün katlanarak devam etmektedir. Zaman zaman bazı markaların değerleri düşük yerde devam etse de yukarı doğru yaptıkları sıçrama geleneksel ekonomideki katsayılardan çok daha fazladır. Üstel değer kuralına en belirgin örneği yine dijital alanlardaki uygulamalar oluşturmaktadır. Nitekim tüm dünya ekonomisi ve ekonomi değerler genel olarak değerlendirildiğinde internet sitelerinin genellikle alt sıralarda yer alıyordu (Aslan, 2010, s. 303).

Son yıllarda internet sitelerinin sürekli yükseldiği ve ön sıralarda yer aldığı görülmektedir. Bununla birlikte cep telefonu uygulamaları için de aynı şey söz konusudur. Bu uygulamalara uluslararası çapta youtube ya da whatsapp gibi uygulamalar örnek oluştururken yerel bakımdansa yemeksepeti ya da getir gibi uygulamalar örnek verilebilir.

2.5.7. Diğer Kurallar

Yeni ekonominin kurallarını belirleyen temel dinamik ekonomik yöneldiği nesnenin daha çok dijital alana kaymasından kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda burada bahsedilen kurallar aslında süreç içinde kendi kendine oluşan ve literatür tarafından tespit edilen kurallar olarak öne çıkmaktadır. Burada sayılan kurallara ek olarak öne çıkan diğer kurallar ise şu şekilde sıralanabilir:

- *Artan Geri Dönüşüm Kuralı:* yeni ekonomide networkun birleştirme ve bolluk kurallarına bağlı olarak her zaman ileriye yönelme vardır. Artan geri dönüşüm

kuralı da aslında pozitif geri besleme olarak ifade edilmektedir. Çünkü yeni ekonomi sisteminde değer artışları lineer olarak belirlenmektedir. Geri dönüşümde de bu durum katlamalı olarak gerçekleşmektedir. Diğer yandan endüstriyel bir ekonomi de çok çalışarak daha ucuza bir ürün oluşturulabilir. Bununla birlikte şirketler uzmanlıklarıyla da kendi işletmelerini öne çıkarabilmektedir. Yeni ekonomi sisteminde ise artan geri dönüşüm sayesinde networkun değeri de üyeleriyle birlikte yükselmektedir (Sapmaz Veral, 2018, s. 473).

- *Cömertlik Kuralı:* herhangi bir alandaki ürün ya da hizmetinin maliyetinin düşmesi ilgili ürünün yaygınlaşmasını sağlamakla birlikte ona ulaşmak da kolaylaşmaktadır. Bu bağlamda birçok işletme ürünlerinin eski kopyalarını bedava vermekle birlikte yeni versiyonlarında da beklentilerin üzerinden indirim yapmaktadır. Çünkü ek kopyalar üretmenin maliyeti neredeyse sıfırdır. Yeni ekonominin hizmet alanlarını daha çok dijital hizmetler oluşturduğundan eski bir virüs programı kolaylıkla bedavaya verilebilmektedir (Kelly, 1999, s. 2).

- *Aktarım Kuralı:* daha öncede ifade edildiği üzere yeni ekonomilerdeki herhangi bir iş kolu hızlı bir şekilde zirveye ulaşabilmektedir. Ancak bir iş kokunun kolay bir şekilde zirveye ulaşması demek bu iş koluyla birlikte başka iş kollarının mevcut iş koluna bağlı olarak gelişmesi anlamına gelmektedir. Bununla birlikte yükseliş bir anda olduğu gibi düşüş de aynı şekilde hızlı olabilmektedir. Çünkü yeni ekonomide hız ve yarış her şeyden önemlidir.

- *Yerine Geçme Kuralı:* bu kurala göre geleneksel sistemdeki materyaller süreç içinde yerini yeni ekonominin ilke ve materyallerine bırakmaktadır. Yeni ekonomide herhangi bir ürün çok daha kolay ve hızlı bir şekilde üretilebilmektedir. Nitekim günümüzde 3 boyutlu yazıcılar sayesinde kısa sürede inşaat ürünleri olarak binalar dahi kısa sürede yapılabilmektedir (Uygunoğlu ve Özgüven, 2019, s. 191). Yeni ekonomik süreç uzun zaman alsa da geleneksel ekonominin tüm özelliklerini aşacaktır. Günümüzde de bu süreç hızlı işlemektedir. Eski ekonomik ilkeler ve ürünler de yerini hızlıca yen ekonomiye bırakmaktadır (Farrell, 2003).

- *Dengesizlik Kuralı:* yeni ekonomi, yerine geçme kuralında da gözlemlendiği üzere sürekli arayış ve değişim içindedir. Bu bağlamda yeni ekonomi sisteminde

dengesizlik bir kural olarak sürekli işletmelerin yer değiştirmesi anlamına gelmektedir (Güllü, 2015).

2.6. Yeni Ekonominin Öne Çıkan Sorunları

Yeni ekonomi var olan ekonomik sistemle birlikte sosyal hayata artı değer katmaktadır. Ancak bu olumlu özelliklerinin yanı sıra bazı sorunları da bulunmaktadır. Bu sorunların yapısal sorunlarla mı yoksa süreç içinde aşılabilecek sorunlar mı olduğu yeni ekonominin yayılma sürecinde görülecektir. Örneğin literatür incelendiğinde gerek yeni ekonominin merkezlerinden birisi sayılan Amerika'da gerekse de diğer önde gelen ülkelerde hem girişimciliğin hız kazandığı hem de üretimde dijital ürünlere yönelindiği gözlemlenmektedir. Bu gelişmelerle birlikte iş görenlerin ya da girişimcilerin aldıkları kâr payları çoğu zaman belirsiz kalmaktadır. Bununla birlikte geleceğe dair dalgalanmaların ve değişimim etkili olması da zaman zaman istikrar problemlerini gündeme getirmektedir (Eraydın, 2001, s. 67).

2.6.1. İşletme Yönetimlerindeki Sorunlar

Yeni ekonomi söz konusu olduğunda işletme yönetimindeki temel sorunu işlemlerin tek bir çatı altından yönetilememesi ve süreç içinde bir örgüt kültürünün de tesis edilmesinin zorlaşması oluşturmaktadır. İletişim ve yönetim çok yönlü bir şekilde ilerlediğinden işletmede koordinasyonların da sağlanması güçleşmektedir. Yeni ekonomi sisteminde uzmanlaşmayla birlikte inter disipliniler çalışmaların yapılması da zaman zaman yeteneklerin tek bir alanda gelişmeme sorununa neden olabilmektedir (Can, 2005, s. 189).

Yeni ekonomi modelinde yüz yüze etkileşim ve iletişim azaldığından kurum kültürünün tesis edilmesi zorlaştığı gibi işletmeler çalışmak istedikleri firmaları da istedikleri tanıyamazlar. Dolayısıyla bu durum doğru tercih yapamamalarına neden olabilmektedir. Bu duruma örnek olarak son yıllarda Nike markasının yaşamış olduğu bir olay örnek verilebilir. Nitekim Nike ürünlerinin bir kısmını yurt dışında ürettiğinden bu fason işletmelerin tamamını da iyi tanınamamaktadır. Tayland'daki işletmelerden birinin çocuk işçi çalıştırdığı duyulmuş ve Nike markası da bu durumdan zarar görmüştür (Reyhanoğlu, 1999, s. 82).

Yeni ekonominin işletme yönetiminde yaratmış olduğu bir diğer problemi ise değişimlere yönelik daha hassas olması oluşturmaktadır. İşletmelerin önemli bir kısmı sanal ve dijital olarak hizmet verdiğinden değişimlerin etkisi de anlık hissedilebilmektedir. 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.

Kendi kararlarına almaya başlayan ve tepe yönetimlerin etkisini minimize eden yeni ekonomik modelin işletmeleri, stratejik açıdan da bağımsızlaşmaktadır. Ancak bu bağımsızlaşma alınan kararların diğerlerinin etkilenmemesi anlamında da değildir. Günümüz işletme yönetimlerinde de merkezden yönetme ve bireysel yönetimler sık sık tartışılmaya devam etmektedir (Eraydın, 2001, s. 69).

2.6.2. İktisadi Sorunlar

Küreselleşme bir yandan ülkeleri yan yana getirerek etkileşimi artırırken diğer yandan yaşanan ekonomik krizlerin kısa sürede yayılmasına neden olmaktadır. Yeni ekonomi sistemindeki temel dezavantajlarından birisi bu olarak öne çıkmaktadır. Bununla birlikte yeni sistemde yüksek teknoloji ürünlerinin üretilmesi gerektiğinden bu üretime her ülke ayak uyduramamakta da ülkeler arasındaki ekonomik hiyerarşilerde belirginleşmektedir (Mandel, 1998, s. 42).

Yeni ekonominin yaratmış olduğu sorunlardan birini de ekonomik verimlilik oluşturmaktadır. Yeni ekonomi sisteminde ekonomi bir yandan büyürken diğer yandan da büyümede iş görenlerin çok fazla çalıştırılması sorunu ortaya çıkabilmektedir. Ayni yatırımlar daha fazla iş gören almak şeklinde değil var olan elemanın daha çok çalıştırılmasına dönüşebilmektedir. Çünkü bu alanda yetişmiş uzman bulmak da ayrı bir sorun olarak öne çıkmaktadır. Verimlilik de buna bağlı olarak büyüme dönemlerinde artsa da yavaşlama dönemlerinde düşmektedir. Bu doğrultuda yeni ekonomi sistemindeki soruların aşılması adına şu adımlar takip edilmesi önerilmektedir:

- Ulusal enformasyon ve iletişim teknolojilerine yatırım yaparken aynı zamanda, ekonomilerini yeniden yapılandırmalı,
- Maliyetleri azaltmalı, esnekliği geliştirmeli
- Teknolojiden daha çok yararlanmalı,

- Özellikle telekomünikasyon ve iş gücü piyasasında hükümetin piyasa üzerindeki kontrolünü adım adım bırakmalı
- Girişim kültürünü desteklemeli ve yeni iş kurmayı kolaylaştırmalı
- Finansal piyasayı sermayeyi kendi içinde en iyi şekilde kullanması için liberalize etmeli
- 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, 2003, s. 535).

Yeni ekonomi sisteminin bir diğer problemini ise pazar gücüne bağlı olarak oluşan tekelleşmelerdir. Yeni ekonominin Pazar gücü bağlamında literatürde iki temel görüşün ön öne çıktığı görülmektedir. Bu görüşlerden ilkini sürekil yeni ürünlerin üretildiği bir ekonomik sistemde pazar gücünün uzun soluklu olmayacağı yönündeki yaklaşım oluşturmaktadır. Bir diğer yaklaşımı ise yeni ekonomide tekelleşmenin kaçınılmaz olduğu yönündedir (Söylemez, 2001, s. 61). Çünkü inovasyon, yüksek teknoloji üretimi gibi yeni ekonominin temel varyasyonları tüm dünya ve ekonomik alanlar tarafından temsil edilememekte ve bu durum da tekelleşmenin önünü açmaktadır (Teece ve Coleman, 1998, s. 833).

Bu alandaki bir diğer yaklaşıma göre yeni ekonomi sisteminde inovasyon ve yeni ürün ve hizmet üretme süreci devamlılık arz etmelidir. Bu bağlamda hali hazırda piyasayı elinde tutan işletmelerde üretmeye devam etmelidirler. Diğer türlü inovasyon üreten işletmeler onların yerini alacaktır. Şu durumda yeni ekonomi pazarı sürekli yeniliklere açık bir alandır. Nokia markası bu duruma örnek verilebilir. Var olan inovasyon sürecini bir türlü yakalayamayan marka pazarın gerisinde kalmıştır (Pons, 2001, s. 6).

Nokia markasının tersine Windows ise pazardaki gücünü kaybetmemiştir. Oracle ya da IBM gibi markalara karşı sürekli inovasyon geliştirmeye devam eden Windows pazardaki payını ve gücünü kaybetmemiştir. Her ne kadar rakip işletmeler olsa da bu seviyede bir şeyler üretmek ve tanıtmak ya da pazarlamak büyük yatırımlar gerektirdiğinden tekelci yaklaşımlar ortaya çıkabilmektedir (Söylemez, 2001, s. 67).

Tekelleşme problemini doğrudan bir diğer etmeni ise dışsal faktörler oluşturmaktadır. Dışsal etmenler bazı marka ya da işletmelerin pazara girmesi içim engel teşkil edebilmektedir. Şebeke ekonomisi olarak ifade edilen bu ekonomide yer almak için öneli yatırımlarla birlikte nitelikli uzmanlara da ihtiyaç duyulmaktadır. 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. Bu temel sorun etrafındaki yeni ekonomik sistemde de tekelleşme temel sorun olarak öne çıkmaktadır. Çünkü yeni ekonomide pazara giren bir yatırımcı başarı sağladığından oradan çıkması değil kendini çok daha büyütmesi söz konusudur. Kartopu gibi büyüyen işletmelerin ürünleri de piyasaya uygun olduğunda yerlerini kaybetmesi oldukça zordur. Süre bakımından hızlı değer kazanması ve IBM ya da Oracle gibi markalarla rekabet etse de Microsoft bu duruma en belirgin örneklerden birisidir (Ülgen, 2005, s. 3).

Yeni ekonomide dışsal faktörlerin bir diğer etkisini var olan sistemin ve işletmelerin devam etmesi oluşturmaktadır. Bu durumda da hâkim olan işletme pazardaki gücünü devam ettirmektedir. Çünkü pazarı elinde tutan işletmeler güçlendikçe ekonomik olarak da büyümektedirler. Dolayısıyla da tüketicilere çok daha uygun fiyatlarla ürün sunabilmektedir (Teece ve Coleman, 1998, s. 815). Bu gelişmeler dışsal faktörlerin gücünü diğer rekabet eden işletmeler için bir tür baskı aracına dönüştürmektedir. Çünkü hem tüketiciler bu ürünleri tercih edecek – sadece maliyetinden dolayı değil. Aynı zamanda sık bir kullanım ağı da olduğundan – hem de belli bir standarttan vazgeçmek istemeyeceklerdir.

2.7. Yeni Ekonomi Düzenin Makro ve Mikro Etkileri

Yeni ekonomi sadece dijital ve bilişim teknolojilerindeki gelişmeleriyle değil bu gelişmelerle birlikte ekonomi piyasanın da dönüşmesini sağlaması yönüyle öne çıkmaktadır. Bu dönüşüm ve etkiler ise hem makro hem de mikro boyutta olmaktadır. Ekonominin büyümesini sağlayan yeni ekonomik sistemler diğer yandan da ekonomik sistemin kendisini dijital alanlara kayacak şekilde dönüştürmektedir. Bu dönüşümlere ayak uydurmak sadece maddi açıdan değil işletmelerin ayakta kalması adına da son derece önemlidir. Araştırmanın bu bölümünde yeni ekonominin yarattığı dönüşümlerin makro ve mikro boyuttaki etkiler incelenmektedir.

2.8. Yeni Ekonominin Dünyadaki Makro Etkileri

Ekonomi ve iktisada dair literatür incelendiğinde yeni ekonomiye dair birçok belirsizlikler olsa da fikir birliğinin sağlandığı temel alanın dünyanın ekonomik dengelerinin değiştiği olduğu gözlemlenmektedir. Üçüncü dalga ya da bilgi toplumu gibi adlandırmalarla yeni ekonomik değişim birçok açıdan kabul edilmektedir. Bu bağlamda yeni ekonominin makro etkileri de süreç içinde oluşmuştur.

Ekonominin daha çok bilişim ve dijital sektörlere kaymış olması hem ekonominin yeniden ele alınmasına neden olmakla birlikte hem de mevcut piyasanın etkilenmesi sonucunu doğurmuştur. Özellikle istihdam, ekonominin rekabet koşulları gibi durumlar yeni ekonomi bağlamında etkilenmektedir. Örneğin eskiden daha çok maddi bütünlük öne çıkarken günümüz yeni ekonomisinde ekonomi değerler de marka değeri gibi farklı değişkenler öne çıkmaktadır. Çünkü bilgi, yeni ekonomik sistemde temel dinamiklerden birisidir. Bilgi aynı zamanda veri olarak da değerlendirilmektedir. Yeni ekonomide bilgi ve inovasyon üretim merkezine geçmiş durumdadır (Çinko, 2003, s. 161).

Dünyanın genel ekonomisi makro boyutta piyasa ekonomisi olarak devam etmekle birlikte içeriği önemli ölçüde değişmiş olacaktır. Bu içeriğin başında ise dijital veriler gelmektedir. Kapitalizm ise makro boyutta bir tür enformasyon kapitalizmine dönüşmektedir. Son kırk yıl boyunca ekonominin merkezine yerleşmiş olan sanayiler, malların üretimi ve dağıtımıyla ilgili olanlardan ziyade, enformasyon ve bilginin üretimi ve dağılımı ile ilgili olanlardır (İnan, 2021, s. 51).

Yeni ekonomi bir yandan sanal ekonomik veriler içermekle birlikte ekonominin piyasa içindeki pratik yansımalarını da değiştirmektedir. Bu bağlamda Amerika'nın önderliğinde olanda yeni ekonominin son yıllardaki verileri incelendiğinde küresel nitelikleri, krizleri, verimliliği de temelden etkilediği görülmektedir. Bu yenileşmeye bağlı olarak makro boyutta da eksi ekonomik veriler hâkimiyetini kaybetmektedir. Gelinen noktada makro ölçekte de internet ve bilişim teknolojileri eski ekonomik argümanların yerini almaktadır.

Bilişim alanındaki gelişmeler makro boyutta şu ekonomik verilerle değişime ön ayak olmaktadır:

- Bilgi ve internet teknolojileri birbirlerine eklemlenmiş şekilde değerlendirilmektedir. Bu bağlamda gerek Japonya gerekse de Amerika'da bu alanlara yapılan yatırımlar her yıl ortalama %12 artmaktadır. Bu yatırımların milyar dolarların üzerinde seyrettiği de aktarılmaktadır.
- Bilişim alanında ticaretin de geliştiği görülmektedir. Nitekim günümüzde de e-ticaret önemli rakamlara ulaşmış durumdadır. 1998 yılında e-ticaretin tüm dünyadaki cirosu 301. Milyar dolara ulaşmışken 2003 yılında 1 trilyon dolara bugün ise dünya çapında perakende e-ticaret satışları 2019 yılında 3.53 trilyon ABD dolarına ulaşmıştır. E-perakende gelirlerinin 2022 yılında 6.54 trilyon ABD dolarına yükselmesi öngörülmektedir (eticaret.gov.tr). Darbay (2022)'a göre ise Türkiye 2020'de 226 milyar liradan 380 milyar liralık hacme ulaştı. 2022'de e-ticaret sektörü 600 milyar liralık hacme ulaşması beklenmektedir.
- Benzer bir şekilde e-ticaret verileri sadece bu ülkelerde değil tüm dünya çapında ve Asya ülkelerinde de gelişmektedir. Asya ülkelerinde de bu rakamların 100 milyar doları bulduğu aktarılmaktadır.

Görüldüğü yeni ekonominin temel dinamiklerinden birisi olan e-ticaret tüm dünyadaki ekonomik belirlenimleri makro boyutta etkilemektedir. E-ticaret sadece ülke içinde değil ülkeler arasında da e-ihracat boyutunda da yapılmaktadır. Dolaysısıyla veriler uluslararası dolayımdan da geçmektedir (UTİKAD, 2019).

Yeni ekonominin makro boyuttaki bir başka etkisini enflasyon süreci oluşturmaktadır. İnternet üzerinden yapılan ticaretler de enflasyonu etkilemektedir. Nitekim ülkemizde de internet ürünleri enflasyonun belirlenmesinde kullanılmaya başlanmıştır (ntv.com.tr). Bununla birlikte tarihsel olarak değerlendirildiğinde demir yolunun kullanılmaya başlanması da elektriğin icadı da ekonomiyi etkilemiştir. Dolayısıyla internet teknolojileri aynı şekilde makro boyutta ekonomiye etki etmektedir. İnternet teknolojilerinin ekonomik olarak arz eğrisinin sağa kaymasını sağladığı görülmektedir.

Makro ekonomik çerçevede internet verileri de bir araya getirilecek olursa, düşük maliyetler veri olarak alınabilecek herhangi bir fiyat seviyesinden firmaları daha

çok üretmeye teşvik edecektir. Dolayısıyla arz eğrisi sağa hareket edecek, uzun dönem dengede üretim miktarı artacak, fiyat seviyesi düşecektir. İnternet bir yandan ekonomik büyümeyi tetiklerken bir yandan da enflasyonun düşmesini sağlamaktadır. İnternet, toplam talep üzerinde de etkili olmaktadır. Toplam talep ise hisse senetlerini de etkilemektedir. Bu bağlamda hisse senetlerinin kar beklentileri ve kağıtların değerini yükseltmektedir. Bu yükselme ise arzın artmasına ve harcamalara neden olacaktır. Bu gelişmeler talep eğrisinin de sağa kayması konumunu beraberinde getirecektir (Oktar ve Özkök, 2004, s. 5).

Gelinen noktada yeni ekonominin temel dinamiği olan internet makro boyutta maliyetin düşmesini sağlarken veri akışını da hızlandırarak tüketicilerin merkeze geçmesini sağlamaktadır. Günümüzde de birçok ekonomi için temel problemlerin başında enflasyon gelmektedir. İnternet süreçleri bu probleminde aşılması adına yeni ekonominin ilkelerini çözüm aracı olarak kullanabilir görünmektedir.

2.8.1. Uluslararası Piyasada Rekabet

İşletmeler arasındaki rekabetin her ekonomik dönemde olduğu gibi yeni ekonomide de devam ettiği gözlemlenmektedir. Ancak yeni ekonomide küreselleşmenin de katkısıyla işletmeler arasındaki rekabet uluslararası bir boyut kazanmıştır. Bu bağlamda uluslararası arenada daha çok Amerika ve Japonya öne çıkmaktadır. Son yıllarda ise bu iki ülkeye Çin'in katıldığı söylenebilir. Her üç ülkenin ortak özelliğini ise bilişim teknolojileri oluşturmaktadır. AB ülkelerinin ise bu ülkelerin gerisinde kaldığı görülmektedir.

Bilginin değerinin anlaşılması tarihsel olarak rönesans dönemine kadar geri götürülebilir. İkinci dünya savaşında ise bilgi teknolojileri insanlığın yararından daha çok zararına kullanılmış olsa da ülkeler arasındaki rekabeti önemli ölçüde bu alana kaydırmıştır. Özellikle savunma sanayiinde ciddi bir şekilde internet ve bilişim teknolojilerinin kullanılması bu alandaki üretimlerin yüksek teknoloji olarak ifade edilmektedir. Savaş sonrasında da gelişimini devam ettiren teknolojiler özellikle küresel anlamda geniş bir medya ağının oluşmasını sağlamıştır. Bu noktada uluslararası medya kuruluşları tüm dünyadan anlık veriler sunabilmektedir. Dolayısıyla bilgiye ulaşma ve bilginin paylaşılması rekabeti de devam etmektedir (Bayraktar ve Kaya, 2016, s. 93).

Bu doğrultuda Britanya'da yerleşik bir haber ajansı olan Reuters örnek verilebilir. Nitekim birçok şirket ve medya kanalı Reuters tarafından bilgilendirilmektedir. Bununla birlikte uluslararası raporlar da işletmelerin yön kazanmasında etkili olmaktadır. Raporlar medyalardan almış oldukları verilerle birlikte uluslararası piyasadaki verilerle de ilgilenmektedir. Dolayısıyla hazırlanan bir raporun yönü uluslararası rekabetin yönünü de belirlemektedir. Uluslararası raporların ben belirgin örneklerinden birisini kredi notları veren uluslararası kurumlar oluşturmaktadır. Bu kurumlar sadece tekil bir işletme için değil devletler için de kredi notları vermektedir. Dolayısıyla verilen notlar uluslararası rekabette işletmelerin pozisyonunu da etkilemektedir.

Yeni ekonominin getirmiş olduğu yenilikler ülkelerin haliz hazırdaki gelişmişlik seviyesini de katkı yapmaktadır. Bu bağlamda özellikle gelişmekte olan ülkelerin bilgiye ulaşmasında maliyeti düşük yolların bulunmasını sağlamıştır. Devam eden süreçte ise gelişmiş ülkelerde olduğu gibi gelişmekten olan ülkelerdeki yatırımlar da farklılaşmıştır. Örneğin eski durumda daha çok otomotiv gibi alanlar öne çıkarken günümüzde bilişim teknolojilerinin gelişebilmesi adına araştırma geliştirme departmanlarının kurulduğu görülmektedir. Gelişmiş ülkelerin bu yatırımları yapması gelişmiş ülkelere adapte olmasını da sağlaması bakımından önemlidir. İnternet olanaklarının artması sadece yüksek teknoloji üretiminde değil aynı zamanda teknolojinin gündelik hayat içindeki kullanımını da artırarak kolaylığın yayılmasını sağlamaktadır (Yılmaz, 2003).

2.8.2. Dış Ticaret

Yeni ekonominin makro boyuttaki bir diğer katkısını ise dış ticaret oluşturmaktadır. Çünkü yeni ekonomi sisteminde herhangi bir ülkede yabancı sermayenin kurduğu fabrikalar öne çıkmaktadır. Dolayısıyla ekonomi eklektik bir hal almaktadır. Ülke içindeki yabancı sermayenin yararları şu şekilde sıralanabilir:

- Yabancı sermaye ülke içindeki yerli üreticilere rekabet için baskı yapmaktadır. Bu baskı yerli üreticilerin yok edilmesine değil rekabete yönelmesini sağlamalıdır.
- İşletmeler arasındaki iş gören dolayımıyla birlikte yerli işletmelere bilgilerin aktarılması sağlanmış olur.

- Yerli işletmeler rekabete katılarak yurt içindeki verimliliğinde artmasını sağlar
- Yerli işletmeler yabancı sermayeyle ilişkili olarak ekonomik verimliliğinde rekabetin de yükselmesini sağlarlar (Kelleci, 2003, s. 34).

Dış ticareti etkileyen temel dinamiklerin başında yabancı sermaye oluşturmaktadır. Küresel sermaye ekonomisini tek bir merkezde değil farklı ülkelerde hatta farklı kıtalarda tutabilmektedir. Bu sermayenin ülkeye kazandırılması adına devlet politikalarının da geliştirilmesi gerekmektedir. Küresel durum sermayenin hızlı bir şekilde hareket etmesini sağladığından ülkelerin de bu duruma hem yasal olarak hem de ekonomik tutum açısından adapte olması zorunluluğu ortaya çıkmıştır.

Yeni ekonominin global girişimleri bırakınız yapsınlar bırakınız geçsinler ilkesi uyarınca değil devletleri daha fazla değer yaratmaya zorlamaktadır. Yeni ekonomik modelin dış ticaret etkisi kuralsızlarla birlikte farklı kuralların olduğu konseptleri de barındırmaktadır. Dolayısıyla tek bir kural bütününün olduğu söylenemez. Ülkeler kendi dinamiklerini de göz önünde bulundurmalıdır. Politik tutumlarda burada ortaya çıkmaktadır. Yani ülkeler dış ticaretin yeni ekonomisine de katılmak adına yasal hamleler yapmalıdırlar.

Yeni ekonominin değeri diğer ülkelerin de katılmasıyla birlikte çok daha fazla yükseldiğinden dış ticaretin önemi bu bağlamda da öne çıkmaktadır. Bu bağlamda Global ekonomide başarıya, diğer ülkeleri katılımdan mahrum ederek ulaşılamaz. Sınır ötesi rekabete girmekle iş alanı ve fikir kaybına da uğranılmaz. İster içeriye, ister dışarı yapılsın, yabancı yatırım rekabet gücünü arttırmada hayati rol oynar. Rekabet gücü, dış ticaret dengesinin bir fonksiyonu değildir.

Yeni ekonomiyle birlikte bugün büyük bir pazar payını elinde tutan işletmenin yarın aynı durumunu koruması beklenmemektedir. Bu durum bir açıdan belirsizlik oluştursa da diğer yandan da küçük girişimcilerin önemini ortaya çıkarmaktadır. Nitekim yeni ekonomi sisteminde küçük bir girişimci kısa sürede büyüyerek var olan işletmelerin yerini alabilmektedir. Ancak aynı durum üretilen ürün ve hizmetlerin tüketilmesini hızlandırmıştır. Dolayısıyla zirvedeki işletmeler her zaman yeni ürünler ortaya çıkarmak için uğraşmaktadır.

Dış ticaret bağlamında sermaye hem hızlı hareket etmekte hem de sermayenin niteliği değişmektedir. Dünya üzerindeki 200.000 küsur ekran vasıtasıyla saniyenin

milyarda biri sürede 25 cm hızla (elektronun kablodan geçiş hızı) koşarak yeni fırsatlar arar. Teknolojik bir buluş, döviz kurlarında bir değişim, milyarlarca doların kıtadan kıtaya akmasına yol açar. İnternet üzerinden hisseler çok hızlı alınıp satılabildiğinden sermaye sektörel bağda da değişebilmektedir. Bu durum işletmelerin piyasayı güncel olarak takip etmelerini gerektirmektedir (İnan, 2021, s. 45).

İşletmelerin hem hisseleri hem de iş görenler çok uluslu bir yapıya bürünmektedir. Örneğin Nike, Adidas gibi tekstil ürünleri üreten işletmelerin çalışanlarının bit bölümü Asya ülkelerindedir. Yeni ekonomide dış ticaret sadece ürün alıp satmak demek değil aynı zamanda iş gören dolayımında da görülmektedir. Bu şekilde yeni ekonominin yayılması fakir ülkelerin de bilişim ve internet teknolojilerinden çok daha kolay faydalanması sağlanmaktadır. Dış ticaretin makro boyuttaki etkisi gelişmiş ülkeleri daha zengin kılsa da makro boyutta olduğundan diğer ülkelere de verim sağlamaktadır (Akın, 2001).

2.8.3. İstihdam

Yeni ekonominin makro boyuttaki en önemli etkilerinden birini de istihdam oluşturmaktadır. Bu bağlamda yeni ekonomi hem dijital teknolojilere dikkatleri çekmekte hem de yeni üretim sistemleri sunmaktadır. Sunulan her yeni üretim sistemi ise daha öz iş görenler işlerin ilerlemesini sağladığından kitlesel bir işsizlik sorunu makro düzeyde de ortaya çıkmaktadır. Yeni ekonomi sisteminde istihdamın azalmasında otomasyonun azalması, teknolojinin artmasının ve ithal teknolojilerin de rolünün olduğu gözlemlenmektedir.

Yeni ekonomi az gelişmiş ülkeler için de istihdam söz konusu olduğunda bir tür baskı aracına dönüşebilmektedir. Esnek bir hale dönüşen iş gücü iş görenlerin sosyal haklarından mahrum bir şekilde çalışmasına neden olabilmektedir. Örneğin uluslararası boyuttaki birçok markanın Asya ülkelerinde fason işlerini yapan işletmelerdeki iş görenlerin sosyal haklarından mahrum bırakıldığı aktarılmaktadır. Bununla birlikte aynı işletmelerde çocuk iş görenlerin de çalıştırıldığı görülmektedir. Yeni ekonomide uluslar iç içe geçtiğinden bu denetimlerin uluslararası çapta yapılması en büyük zorluklardan birisi olarak öne çıkmaktadır (Ekonomik Araştırmalar ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü, 2000).

Yeni ekonomi sisteminin istihdama makro boyutta getirmiş olduğu bir diğer yenilik uzmanlık alanları daha dar alanda uzmanlaşmadır. Yeni ekonominin çalışma alanları dijital ve bilişim teknolojilerine kaydığından uzmanlaşma ve nitelikli iş görenler de bu alandan seçilmeye başlanmıştır. Dolayısıyla bu durum sadece istihdamı değil istihdamı belirleyen bir alan olarak eğitim süreçlerini ve üniversiteleri de belirlemektedir. Üniversiteler mesleki beceri kazanmış iş görenler yetiştirmek istediğinden güncel gelişmelere bağlı olarak programlarını da değiştirmektedir. Örneğin bilgisayar mühendisliği ya da yazılım gibi bölümlerin yaygınlaşması gibi.

Dijital ve bilişin teknolojilerindeki uzmanlıkların gelişmesi istihdam edilen personelden beklentilerin de değişmesine neden olmuştur. Bir yandan yeni iş alanları yaratılırken diğer yandan bazı iş alanları ortadan kalkmakta ya da talep azalmaktadır. Farklı bir alanda çalışsa dahi iş görenlerin teknolojiyi öğrenmesi zorunluluk haline dönüşmüştür. Çünkü öğrenci kayıtları, işletmedeki alış satış bilgilerinin girilmesi, fiyatların hesaplanması ya da personel dosyalarının oluşturulması gibi tüm durumlarda bilgisayar kullanılmaktadır. Dolayısıyla her iş görenin basit seviyede de teknoloji bilgisinin olması gerekmektedir. Örneğin bir şoförün navigasyon kullanmayı öğrenmesi gerekliği gibi. Yeni teknolojilere uyum sağlanamaması da işletmeler için verim kaybına neden olduğundan tartışılmaktadır. İşletmelerin içinde de yeni iş alanları açılmaktadır (Öztürk, 2005, s. 34). Dolayısıyla iş görenlerin bu yeni iş alanlarına da adapte olması beklenmektedir. Bir işletme genel olarak tekstil gibi daha geleneksel ekonomiye uygun bir sektörde çalışıyor olsa da yeni makinelerin bilgisayar ve yazılım teknolojileriyle dolu olması iş görenlerin de bunları öğrenmesini gerektirmektedir. Ayrıca bu sektörlerde de e-ticaret hem ulusal hem de uluslararası boyutta yapılmaktadır. Dolayısıyla yeni ekonominin getirmiş olduğu dijitalleşme kendisini sadece bilişim ve internet sektöründe değil diğer alanlarda da göstermektedir.

Yeni ekonomi istihdamla birlikte çalışmanın niteliğine de etki etmektedir. Tartışılmaya devam eden bir konu olan bu niteliksel değişme de iki temel görüş öne çıkmaktadır. Bu görüşlerden biri daha kötümser diğeri ise oldukça iyimserdir. Bu doğrultuda bazılarına göre bilgi çağında üretim ve hizmetler sektörlerinde rutin tipteki işler için işçi talebi az olacaktır; yalnızca ileri derecede vasıflı teknisyenler ve yöneticiler için bir gelecek vardır. Başka bazılarına göre ise, nüfusun önemli kesimleri için bugünkü anlamı ile çalışma tamamen ortadan kalkacaktır (Dereli, 2001, s. 5).

Yeni ekonomi çalışma saatleri ve ritüelleri de farklılaşmaktadır. Geleneksel ekonomik yapılarda uzun süreli iş gören işletme birliktelikleri öne çıkarken yeni ekonomi sisteminde daha fazla değişkenlik olabilmektedir. Bu durumun birden fazla sebebi olsa da öne çıkan temel nedenlerden birini rekabet unsuru oluşturmaktadır. Çünkü günümüzde birçok işletme kendi sektöründeki bir başka işletmeden iş gören transferi yapabilmektedir. Bu durum iş gören akışının hızlanmasının önemli bir nedenidir. Özellikle yüksek seviyedeki iş görenler arasında bu transfer süreçleri çok daha etkilidir. Müdür, müdür yardımcı ya da CEO gibi iş görenlerin farklı işletmelerle transfer görüşmeleri yapmaları çok daha sıklık arz etmektedir. Çünkü uzmanlık ve deneyim en önemli tercih nedenlerinden birisini oluşturmaktadır (Güloğlu, 2005).

Yeni ekonomide çalışma sürelerinin de değiştiği görülmektedir. Sadece yarı zamanlı çalışmalar değil bununla birlikte evden, bilgisayar başında çalışan insanların da olduğu gözlemlenmektedir. Bu iş görenlerin bir kısmı geceleri hizmet verirken bir kısmı ise sabahın erken saatlerinde hizmet verebilmektedir. Ortalama çalışma sürelerinde görülen değişim yıllara bağlı olarak şu şekildedir:

Şekil-1 Ortalama Çalışma Süresi



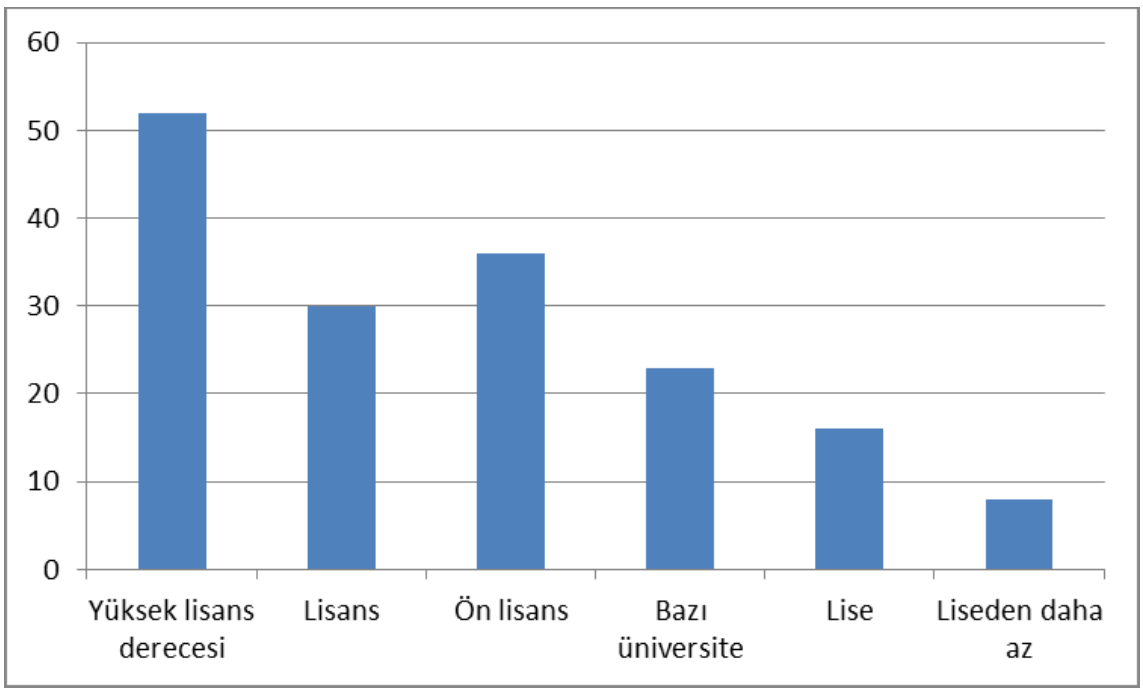
Kaynak (OECD, 2020).

Çalışma sürelerinin düşmesinde de birçok neden etkilidir. Bu nedenlerden birisini sosyal hakların istenmesi bu yönde yapılan eylemler oluşturmaktadır. iş gören hakları için günümüzde de yer yer eylemler yapılıyor olsa ikinci dünya savaşı ve sonrasında yapılan eylemlerin çalışma saatlerine etkisi doğrudan bir şekilde olmuştur. İstihdamdaki bir diğer değişimi ise eğitimli sınıf oluşturmaktadır. Nitekim günümüzde Türkiye'de de görüldüğü üzere kendi uzmanlık alanlarında çalışmıyor olsalar da birçok alanda üniversite mezunu iş gören olduğu gözlemlenmektedir. Aslında günümüzde de kas gücüne dayalı emek ve iş devam etmektedir. Ancak yeni ekonomiyle birlikte zihinsel emeğin ve yaratıcılığın ya da girişimciliğin de son derece önemli olduğu zamanlar başlamıştır (Auer ve Cazes, 2003). Bu bağlamda yeni ekonominin istihdam etmek istediği nitelikler şu şekilde sıralanabilir:

- Çalışanlarda iletişim kurma becerisi,
- İş zekâsı,
- Özgüven,
- Sorumluluğu kabul etme,
- İnsiyatif,
- Esneklik,
- Analitik düşünce yeteneği,
- Enerji düzeyi,
- Hayal gücü,
- Kendini keşfetmek,
- Başarı dürtüsü,
- Ekibe uygunluk,
- Adanmışlık,
- Verimlilik,
- Eleştirel düşünce becerisi
- Yaratıcılık
- Teknolojik okur yazarlık
- Hayat boyu öğrenme gibi özellikler aranmaktadır. (Aktan, 2004, s. 45).

Yeni ekonominin bu beklentileriyle birlikte yeni istihdamlar yaratılırken bir yandan çok iyi teknoloji uzmanlığı eğitimi almış bireyler öne çıkmaktadır. Yeni ekonomiye bağlı olarak değişen iş gören eğitim seviyesi şu şekildedir:

Şekil-2 Çalışanların Eğitim Seviyesi



Eğitim seviyesinin iş görenler bağlamında yükselmesinin de farklı nedenleri bulunmaktadır. Bu nedenlerin başında eğitimin tüm alanlar için bir zaruriyet olması gelmektedir. Ülkelerde artan üniversite sayısı da bu duruma eşlik eden değişkenlerden birisidir. Diğer yandan yeni ekonominin talep etmiş olduğu iş alanları da uzmanlık gerektirdiğinden ciddi bir eğitim süreci gerekli kılınmaktadır. Özellikle yazılım ve bilgisayar ya da bilişim alanlarının öğrenilmesinde deneyim ve tecrübe gibi değişkenler etkili olsa da eğitim süreci en önemli etmen olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda birçok üniversite yeni bölümler açmakla birlikte uluslararası çaptaki üniversitelerde de -örneğin MIT gibi- bilişim bölümler talep görmeye devam etmektedir. Çünkü bu meslekler evrensel bir dil de barındırmış olduğundan yeni ekonominin makro boyuttaki en önemli avantajlarından birisini oluşturmaktadır. Yazılım alanında kendisini iyi geliştirmiş bir iş gören dünyanın birçok yerinde iş bulabilmektedir. Benzer bir durum bilişim alanlarının diğer sektörleri için de geçerlidir (Dereli, 2001, s. 2).

Çalışma şartları değiştiğinden yeni ekonomide sanal organizasyonların da önemi artmaktadır. Sanal organizasyonlar iş görenlerin çalışma mekanlarının da esnekleşmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda yeni ekonomi ofis ya da işletmeler dışındaki çalışmaları da içermektedir. Örneğin danışmanlık ya da reklamcılık gibi birçok faaliyeti evden verilen hizmetlerle yerine getirilebilmektedir. İş görenler internet siteleri üzerinden kendi portföylerini oluşturarak iş yapmakta ve bu şekilde para kazanmaktadırlar. Birden fazla işletmeyle aynı anda çalışan iş görenler için esneklik iyiden iyiye yayılmıştır. Ancak bu esneklik işverenler için de geçerlidir. Mesai kavramının da değiştiği bu çalışma şartlarında iş görenler kendi zaman tanzimlerini kendileri yapabilmektedir. Bu durum örnekleri gerek Avrupa ve Amerika'da gerekse de ülkemizde görülmektedir. İnternet siteleri üzerinden ilan veren iş görenler kendi alanlarına göre birçok iş bulabilmektedir (Yüceol ve Karaboğa, 2021, s. 36).

Yeni ekonomideki en büyük gücü kola ve fiziksel güce dayalı değil zihne dayalı güç oluşturduğundan her türlü cinsiyet ya da diğer ayrımlar önemsiz hale gelmektedir. Ama bu çeşit bir çalışma düzeni de iş görenlerin stres seviyesi yükselebilmektedir. Sürekli evden çalışan iş görenler işletme havasından ve iş sosyalleşmesinden de uzak kalmaktadır. Bu durum iş görenin verimini düşürebilmektedir. Yeni teknolojilerin diğer bir etkisi de, çalışanların yaptıkları iş üzerindeki katkılarının azalmasıyla birlikte, işe karşı memnuniyetsizliğin artması ve çalışan motivasyonunun azalmasıdır.

İş görenler için çalışmış oldukları işletmelere olan sosyal bağlılıkları da kurumsal aidiyet hisleri de son derece önemlidir. Çünkü internet ve sanal ortam bu psikolojiyi sunamamaktadır. Bu noktada Iona Technology adılı yazılım şirketi örnek verilebilir. Bu şirket iş görenlerine evden çalışma imkânı ve esnekliği sunmasına rağmen birçok iş görenin yine de şirkete gelerek burada çalıştıkları gözlemlenmiştir. Bu durumun nedenini iş görenlerin evde sosyal ihtiyaçlarını karşılayamamaları oluşturmaktadır (İnan, 2021, s. 60). Daha öncede ifade edildiği üzere yeni ekonomi birçok yeni meslek grubunu da ortaya çıkarmıştır. Bu mesleklerin önemli bir kısmı dijitalleşme, internet ve bilişim teknolojileriyle ilgilidir. Bu temel alanlara bağlı olarak şu meslekler öne çıkmaktadır:

- Bio-teknoloji uzmanı,
- Veri tabanı uzmanı,
- İnternet strateji uzmanı,
- Web tasarımcısı,
- Çözüm mimarı,
- İçerik yöneticisi,

- Network uzmanı,
- Vadeli piyasalar uzmanı (Anbar, 2002, s. 14).
- Crm (customer relationship management) uzmanı
- Sosyal medya uzmanlı
- İçerik yazarlığı
- Video düzenleme uzmanlığı gibi.

Yeni ekonomiye bağlı olarak değişen istihdam alanlarına yönelik birçok farklı akademik çalışma ve kurumsal raporlar yapılsa da bu çalışmaların genellikle internet ve bilişim üzerine yoğunlaştıkları gözlemlenmektedir (Kalkınma Bakanlığı, 2018; Gökalp vd, 2019; McKinsey & Company, 2020). İnternet ve bilişim teknolojilerinin işsizliğe neden olduğu düşünülmekle birlikte diğer yandan da birçok yeni istihdam alanı açtığı görülmektedir. Dolayısıyla bu alanlar zihinsel gücü ve yaratıcılığı öne çıkarsa da kol gücü de sürekliğini devam ettirmektedir.

Yeni ekonominin istihdam alanında yaratmış olduğu bir diğer etkinlik alanını ise hizmet içi eğitimler oluşturmaktadır. Bu bağlamda hem kamu kurumların da hem de özel kurumlar yeni çıkan teknolojik gereçlere uyum sağlayabilmek adına birçok seminer ve konferans düzenlenmektedir. Bu eğitimlerdeki amaç sadece yeni çıkan teknolojilere uyum sağlamak ya da nasıl kullanıldığının öğrenilmesi değildir. Bununla birlikte değişen kurumsal yapıların ve iktisat yaklaşımlarının da idareciler tarafından öğrenilmesi sağlanmaktadır. Dolayısıyla yeni ekonomik sistem bu alanda da bir istihdam yaratmaktadır. Nitekim birçok şirketin danışma için psikolojik mentorlerle çalıştığı da bilinmektedir. Verim ve motivasyon için etkili olan bu danışmanlık şirketleri üzerinden de işletme çalışanlarına seminerler verilmektedir. Bu seminerlerin tek amacı teknik bilgi vermek değil aynı zamanda iş gören motivasyonunun da sağlanmasıdır (Bayraktaroğlu, Kayabaşı ve Yılmaz, 2011, s. 15).

Sonuç olarak yeni ekonomide bilişim ve internet sektörüne bağlı olarak birçok yeni istihdam alanı açılmıştır. Bu alanların mühendislik ve yazılım alanlarıyla birlikte yayılım gösterdiği gözlemlenmektedir. Bununla birlikte çalışma saatlerinin ve biçimlerinin değiştiği görülmektedir. Ekonomik değerlerin çalışma biçimlerini de emek kavramını da dönüştürmesi söz konusudur. Nitekim bu dönemde eski ekonomiye göre zihinsel yetiler ve yaratıcılık çok daha fazla öne çıkmaktadır. Buna bağlı olarak da reklam, pazarlama, marka değeri gibi alanlar önemlidir.

2.8.4. Büyüme ve Gelir Dağılımı

Yeni ekonomideki rekabet ve büyüme ilişkisi sadece sermayenin büyüklüğü üzerinden değil bununla birlikte teknik alt yapı üzerinden de belirlenmektedir. Çünkü bir yandan internet teknolojileri gelişmekte diğer yandan da üretim sistemleri değişmiştir. Üretim sistemlerinde öncelikle seri üretimler ve standart üretimler geride bırakılmıştır. Bu iki üretim sisteminin yerine ise talep koşullarına göre değişebilir, esnek, büyük ölçekli üretimi feda eden, minimum stok maliyetli, emek ve bir ölçüde sermayeden tasarrufa yönelik elektronik temelli robotların devreye girmesi süreci başlamıştır. Bir diğer üretim yeniliği ise diğer sektörlere yön verebilecek teknolojik alt yapıların oluşturulmasıdır (Erkan, 1998, s. 17).

Yeni ekonominin ekonomik büyüme ilkeleri her ülke ya da ülkenin ekonominin yapısında aynı şekilde işlemez. Bu bağlamda bireysel ve yapısal farklılıklar söz konusudur. Ekonomilerine göre gelişmekte olan ülkeler dikkate alındığında bu ülkeler hem iş gören uzmanlığı bakımından hem de teknolojik alt yapı bakımından sağlam durumda değillerdir. Yeni ekonomi bu tür ekonomilerde ikili ya da üçlü bir yapının oluşmasına neden olmaktadır. Üçlü bir ekonomik yapıda ekonomik entegrasyonun sağlanması için sadece bilişim alt yapıları değil bununla birlikte iş gören ve kurum alt yapıları da önemlidir.

Üçlü yapının hızlanan entegre bir kalkınma sürecine dönüşebilmesi özellikle bilişim, personel ve kurumsal altyapı donanımları ile buna paralel olarak sanayi ve bilgi sektörlerinde önemli bir birikimin olmasına bağlıdır. Bu birikimin olması içinse işletmelerin bilgi toplumun gerekliklerini yerine getirmesi gerekmektedir. Yeni ekonomide büyüme tüketicilerin de işletmeye katılmasıyla ve ağın genişlemesiyle mümkündür. Bu katılma süreci basit bir internet yorumundan başlamakla birlikte hisse senedi almaya kadar uzanmaktadır. Yeni ekonomik sistemin büyüme üzerindeki etkileri genel hatlarıyla üç başlık etrafından toplanabilir. Bu başlıklar sırasıyla şöyledir:

- Yeni ekonomide toplam üretim artmaktadır. Üretim artmasında yeni ürünlerin üretilmesi de yeni hizmetlerin üretilmesi de etkili olmaktadır. Üretilen her yeni ürün ve hizmet hem yeni uzmanlık alanları yaratarak istihdamın artmasını sağlamakta hem de toplum üretimin yükselmesini sağlamaktadır. Yeni

ekonomide üretilen mal ve hizmetlerin yüksek teknolojilere yakın olması ekonomik değerin de yükselmesi açısından öne çıkmaktadır.

- Yeni ekonominin en önemli alanlarından birisini e-ticaret oluşturmaktadır. E-ticaretle birlikte üretim sürecindeki verimlilik de artış sağlanmaktadır. E-ticaretin olanaklarının sergilenmesi ve ortaya çıkması için teknolojik donanım gerekmekle birlikte bu donanımı kullanacak olan uzmanlaşmış beşeri sermayeye de ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla üretim faktörü de bu değişkenlere bağlı olarak değişmektedir.

- Yeni ekonomide reklam ve pazarlama faaliyetleri de ekonomik büyüme yer alan diğer değişkenlerdendir. Artan dijital üretim ve teknikler reklam ve pazarlama tekniklerinin de bu yönde gelişmesini sağlamaktadır. İnternet reklamları, dijital baskılar ve organizasyonlar yeni bir ekonomik alan da yaratmaktadır (KPMG, 2021, s. 12).

Yeni ekonomiye alan açan temel dinamiklerin başında gelen internetin yaratmış olduğu iş hacminden ve büyümeden yararlanan başlıca sektörler ise şunlardır. Bu sektörler ekonomik büyümenin bu yönde gelişmesini sağlamaktadır. Aslında ekonomik büyüme özellikle gelişmiş ülkelerde katlanarak devam etmekle birlikte sadece sektörlerin yer değiştirdiği söylenebilir. Bu sektörler şöyle sıralanabilir:

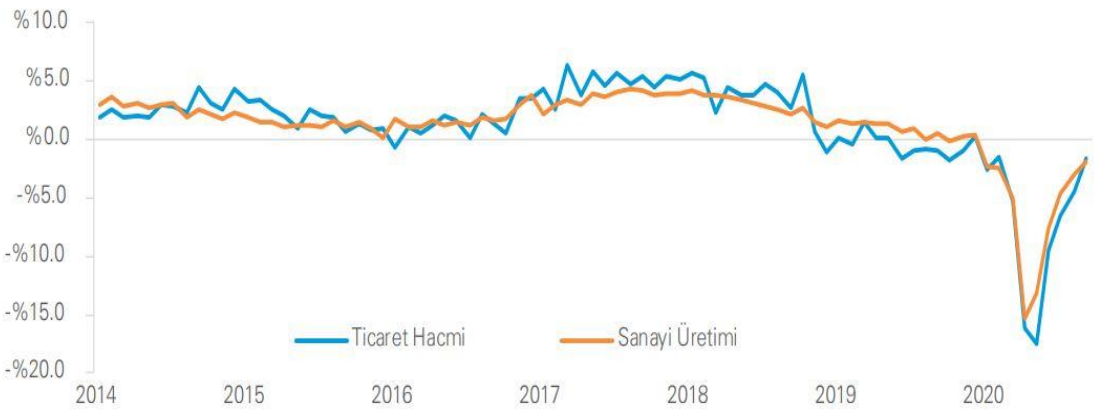
- **Ambalaj**: yeni ekonomide iş hacmi ve ekonomik büyümenin önemli bir kısmı e-ticaretin gelişmesi üzerinden sağlanmaktadır. Ambalaj sektörü de bu açıdan gelişme göstermektedir. Nitekim üretilen her mal hangi sanayi sektörüne ait olursa olsun ambalajlanmaktadır. Bu bağlamda ambalaj hem büyük sanayi alışverişlerinde hem de küçük e-ticaret alışverişlerinde kullanılmaktadır. Günümüzde insanlar her türlü alışverişini internet üzerinden e-ticaretle yapabildiğinden bu ürünlerin ambalajlanmasına yönelik talepler de artmaktadır (Türkiye Cumhuriyeti-Ekonomi Bakanlığı, 2020, s. 34).

- **Lojistik**: Lojistik sektörü için de ambalaj sektöründeki gelişmeler geçerlidir. Nitekim ambalajlanan her ürün lojistikle beraber farklı bir lokasyona gönderilmektedir. Lojistik yurt içine olduğu gibi yurt dışına da olabilmektedir. Dolayısıyla yeni ekonominin getirmiş olduğu e-ticaret alanı lojistik sektörünün de büyümesini sağlamaktadır. Lojistik basit bir şekilde evlere servis yapan

uygulamalardan başlayarak büyük lojistik filolarına kadar geniş bir alanı kapsamaktadır (Arabacı ve Yücel, 2020, s. 81).

- **Ticari Bankacılık**: yeni ekonominin büyümeyi gösterdiği en temel alan ise ticari bankacılık faaliyetlerinin hacminin büyümesidir. Bankacılık faaliyetlerinin önemli bir bölümünü ise dijital bankacılık faaliyetleri oluşturmaktadır. İster e-ticaret olarak yapılsın ister geleneksel yollarla yapılsın her işlemin karşılığında para dönmektedir. Yapılan ödemelerin kartla ve dijital kanallarla yapılsa her ödemenin kayıt altına alınması anlamına gelmektedir. E-ticaretin internet siteleri üzerinden gelişmesi aynı paralelde bankacılık faaliyetlerinin de gelişimini ifade etmektedir (Türkiye Bankalar Birliği, 2022, s. 12). Küresel ticaret hacmi ve sanayi üretimindeki güncel rakamlar ve grafik aşağıda verilmektedir:

Şekil-3 Küresel Ticaret Hacmi ve Sanayi Üretimi



Kaynak: (KPMG, 2021, s. 6).

- **Telekom**: Telekom hizmetlerinin gelişmesinde de yeni ekonomi sistemlerinin etkisi bulunmaktadır. Nitekim e-ticaretin ticari ilişkileri internet, mail ve telefon aracılığıyla gelişmektedir. Çağdaş dönemde yük alan lojistik firmaların içinde cep telefonu uygulamalarının olduğu görülmektedir. Bu bağlamda şirketlerde kendi ticari ilişkilerini geliştirilen uygulamalar üzerinden yapmaktadır.

- **Bakım ve Onarım**: bakım ve onarım faaliyetleri de yeni ekonomiye göre değişkenlik göstermektedir. Bu bağlamda yeni ekonomide öne çıkan temel onarım hizmetlerinin başında internet ve bilişim teknolojilerinin bakımı

gelmektedir. Özellikle üretim araçlarının da dijital hale gelmesi bu alandaki teknik servis ihtiyacını ortaya çıkarmaktadır.

Yeni ekonominin büyümeyle birlikte getirdiği bir diğer alanı ise risk sermayesi[ii] oluşturmaktadır. Risk sermayesi yatırımları da yeni ekonomiye bağlı olarak gelişmektedir. Risk sermayesi yatırımlarının artmasında yeni ekonominin belirsizliği olan ilgisi de etkili olmaktadır. Belirsizlik söz konusu olduğunda küçük işletmeler ve KOBİ'ler de yeni ekonomiye ısrarla katılmaktadır. Belirsizlik ve risklerin olması mikro işletmelerin bile yen ekonomik sistemde yer almasını ve rekabet edebilmesini sağlamaktadır. Nitekim mikro bir işletme yenilikçi bir girişim faaliyetinde bulunduğunda kısa zaman hızlı bir ekonomik ve ticari yol alabilmektedir (Efe, 2022, s. 123).

Riskli bir şekilde karar alan işletmelerin yeni ekonomide daha avantajlı oldukları görülmektedir. Çünkü bu sistemde ekonominin büyüme yönü sürekli değişme halindedir. Özellikle küreselleşmeyle birlikte ekonomik sistemlerde coğrafi sınırlar ortadan kalkmaktadır. Dolayısıyla da yabancı sermaye aktarımı da hız kazanmaktadır. Ekonomideki bu eğilimin en önemli göstergesi büyük firmaların taşeronluk işlerini yapan ve entegrasyon sayesinde daha fazla iş yapma olanağına sahip olan KOBİ'lerde maliyetlerin düşürülmesine yönelik bilgi ve iletişim teknolojileri ile bağlantılı olarak gerçekleştirilen bölgesel nitelikli üretim yalnızca etkinliği arttırmakla kalmayıp aynı zamanda ulaşım ihtiyaçlarını düşürmek suretiyle şehirlerdeki kalabalığın azaltılması, çevrenin daha az kirletilmesi gibi pozitif dışsallıklara da yol açmaktadır.

Yeni ekonominin makro boyutta yaratmış olduğu bir diğer değişkenlik ise gelir dağılımında görülmektedir. Nitekim yeni ekonomide gelir dağılımındaki çizginin çok daha dalgalı olduğu ve eşitlikten uzaklaşması söz konusudur. Çünkü yeni ekonomideki yüksek teknolojik ürünlerin fiyatları geleneksel ekonominin ürünlerine göre çok daha yüksektir. Dolayısıyla bu alanda AR-GE çalışması yapan işletmelerle diğerleri arasındaki gelir dağılımı farkı da açılmaktadır. Dijital alanlardaki yeniliklerin takip edilmesi bu alanda yetişmiş uzman istihdamını gerekli kıldığından farkın kısa sürede kapanması mümkün değildir. Geleneksel ekonomide daha çok fiziksel ve kol gücüne

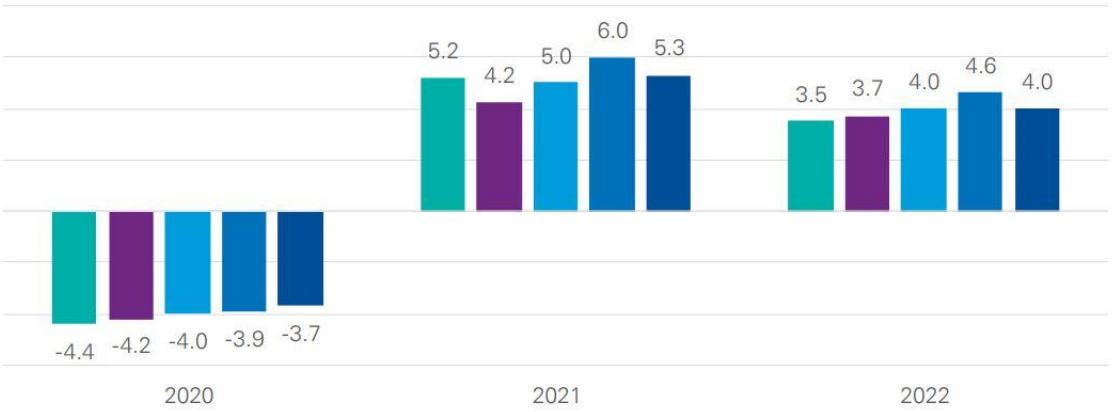
[ii] Girişim sermayesi, risk sermayesi firmaları veya fonlar tarafından yüksek büyüme potansiyeline sahip olduğu kabul edilen veya yüksek büyüme sergileyen yeni başlayanlar, erken aşama ve gelişmekte olan şirketlere sağlanan bir özel sermaye finansmanı şeklidir.

bağlı olarak çalışıldığından dijital ekonomiyle mukayese edilmesi zordur (Erkişi ve Ceyhan, 2020, s. 199).

Yeni ekonomide dijitalleşmeye eğilimli işlerin ücretlerinde artış yaşanırken kol gücüne dayalı işlerin ücretleri de düşebilmektedir. Bu durum ülkeden ülkeye değişkenlik göstermekle birlikte genel olarak bu şekilde bir eğilim göstermektedir. Bu doğrultuda değerlendirildiğinde 1960'lı yıllarda başlayan bilişim sektöründeki çalışmalardaki iş gören sayısı 5000 kadarken günümüzde bu rakamın 2 milyarı aştığı aktarılmaktadır. Bu alanda çalışan iş gören sayısının artması maaş dengesizliklerinin de yaşanmasını beraberinde getirmektedir. Ancak bu gelir durumu devletlerin politikalarına bağlı olarak değişmektedir (Takım vd, 2020, s. 238).

Yeni ekonomiye bağlı küresel büyüme beklentileri aşağıdaki grafikte gösterilmektedir:

Şekil-4 Küresel büyüme beklentileri (%)



Kaynak: (KPMG, 2021, s. 5).

2.9. Yeni Ekonominin Dünya'daki Mikro Etkileri

Yeni ekonominin makro olduğu kadar mikro etkileri de bulunmaktadır. Mikro etkilerle kast edilen tek tek işletmelerin durumuyla birlikte iş görenlerin durumudur da. Bu doğrultuda yeni ekonomi sisteminde şirketlerden daha çok iş gören olarak bireyler öne çıkmaktadır. İşlerin yapılma biçimini değiştirmek suretiyle elektronik ağlar birey merkezli yeni bir ekonomi türünün oluşmasına yol açmıştır. Bireylerin kendi yenilikçi ve girişimci tutumları yeni ekonomik sistemde çok daha belirleyici olmaktadır. Örneğin günümüzde kullanılan birçok bilgisayar uygulaması ve yazılımı üniversitelerin

mühendislik bölümlerinden öğrenciler tarafından geliştirilmiş ve yayılmıştır. Cep telefonu uygulamalarının gelişimi için de aynı şey geçerlidir. Linux da bu bilgisayar yazılımlarından birisidir. Bu tür yazılımlar da benzer bir şekilde internet ve dijital ortam esnek ve yayılmacı bir şekilde gelişmektedir. Dolayısıyla yeni ekonomilerde bireysel ya da mikro değişkenler son derece önemlidir. Herhangi bir işletme tek bir iş görenin yenilikçi tutumu hem iş görenin hem de işletmenin hızlı bir şekilde aşama kaydetmesini sağlayabilmektedir (Malone ve Laubacher, 1998).

Yeni ekonomi bilişim ve internet teknolojileriyle birlikte mikro elektronik, telekomünikasyon ve bilgisayar alanındaki gelişmeler şu alanlardaki gelişmeleri tetiklemiştir: bilgisayar destekli tasarım ve imalat, sayısal kontrollü makineler, esnek imalat sistemleri, mikro pazarlamacılık, telekomünikasyon bağlantıları ve firma içi ağları kapsayan çok geniş yelpazeli esnek ve programlanabilir üretim teknolojilerine hız kazandırmıştır. Burada sayılan her bir alan kendi büyük sektörünün mikro alanı olarak değerlendirilmektedir. İfade edilen mikro teknolojilerin ise üç ana özelliği şunlardır:

- **Süreç Esnekliği**: Yeni ekonominin talepleri ve beklentileri esneklikleri içermektedir. Çünkü bu ekonomik sistemde herhangi bir ürün ya da üretim şeklinin ticari alandaki ve tüketicideki karşılığı kısa sürede farklılaşabilmektedir. Ürün taleplerindeki belirsizlikler üretim sürecinin de esnek olmasını gerekli kılmaktadır.

- **Ürün Esnekliği**: Süreç nasıl esnek oluyorsa ürün de yeni ekonominin mikro boyutu olarak esnektir. Bu bağlamda yeni ekonomide hali hazırdaki bir ürünün bir başka ürünün dönüştürülmesi de ürün esnekliği açısından önemlidir. Bu durum aynı zamanda girişimcilik olarak da ifade edilmektedir.

- **Sermayenin Optimizasyonu**: yeni ekonomide yapılan yatırımlarda teknolojiler gibi esneklik içermektedir. Bu tür yatırımlar sermayenin daha optimum kullanılmasına imkân tanımaktadır (Boynton ve Milazzo, 1996, s. 157).

Literatür genel olarak incelendiğinde ise yeni ekonominin mikro ekonomi üzerindeki etkileri gelir dağılımına etkisi, network etkisi, mikro verimlilik artışı, tüketici tatmini ve fiyatlandırma ve maliyet düşüşü üzerinde yoğunlaşmıştır. Bu etkilerin temelinde ise yeni ekonominin en temel üç kuralı üzerinde gelişmektedir:

- **Moore Kuralı**: bu kurala göre bir mikro chipin fiyatı artmadan hızı her 18 ayda bir 2 kat artmaktadır.
- **Gilder Kuralı**: Birim fiyatı değişmeden önce komünikasyon sistemlerinin toplam bant genişliği her yılda bir üçe katlanmaktadır.
- **Metcalfe Kuralı**: Bir komünikasyon şebekesinin değeri şebekedeki düğüm (node) sayısının karesiyle orantılı olup, bir şebekeye bağlı olmanın değeri üssel olarak artarken kullanıcı başına fiyat sabit kalmakta, hatta düşmektedir. Dolayısıyla önceleri ağırlığı tonları bulan bilgisayarlar cepte taşınabilecek kadar küçülmekte ve sanayide milyonlarca işlem kapasitesine ulaşabilmektedir (İnan, 2021, s. 36).

Yeni ekonominin temel mikro etkileri aşağıdaki gibi ifade edilmektedir.

Tablo-2 Yeni Ekonominin Etkileri

Konu	**Köklü Değişim Olduğu Alanlar**
Teknoloji ve Verimlilik	Büyüme oranında artışlar, Verimlilik gösterge hatalarında azalma
Küreselleşme	Sermayenin hareketliliğinin artması, İşgücü rekabetinin artması, Mal piyasalarında rekabetin artması
Enformasyon Çağı	Enformasyon Üretimi, Artan Getiriler, Bilgi işçileri, Düşük Dağıtım maliyetleri, Kitle Tüketimi
Şebekeler	Enformasyon akışında artış, Şebeke Dışsallıkları Artan getiriler
Borsalar	Yatırımcılarda değişim, İşlem hızında artış, Downsizing ve yeniden mühendislik, Bilgisayarlar ve EKT
Yönetim	Bilgi Yönetimi, Outsourcing, Envanterde Anında Stok Kontrolü, Müşavirlik Hizmetleri

2.9.1. Tüketicilere Yönelik Etkiler

Yeni ekonominin mikro anlamdaki en büyük etkisi tüketiciler bağlamında gelişmektedir. Çünkü bu ekonomik sistemde tüketicilerin tek tek çok önemli rolleri bulunmaktadır. Bununla birlikte tek tek tüketicilerin fikirleri kitlesel bir tüketim algısı da oluşturmaktadır. Mikro bir tüketim algısı özellikle internet siteleri aracılığıyla kitlesel hale gelmektedir. Tüketiciler gerek satın almış oldukları ürünlere yapmış oldukları yorumlarla gerekse de istedikleri ürünleri yaptırmalarıyla merkezi bir role bürünmektedirler.

Pazarlama ve reklam stratejileri de mikro tüketici bağlamında değişme göstermektedir. Özellikle e-ticaretin gelişmesiyle birlikte tüketiciler her ürün ya da hizmete online bir şekilde yorum yapabilmektedir. Dolayısıyla her satıcı olarak işletme kendi ürün ve hizmetlerini tüketici yorumları bağlamında revize etmektedir. Bu durum ürünün değişmesini ve yeniden düzenlenmesini sağladığı gibi reklam ve pazarlama faaliyetlerinin etkilenmesini sağlamaktadır. Örneğin pazarlaması yapılacak ürünün hedef kitlesi belirlenmekte ve bu hedef kitle bağlamında reklam ve pazarlama faaliyetleri yapılmaktadır. Ürünün hedef kitlesi cinsiyete ve yaşa bağlı değişkenlere göre değiştiğinden reklam ve pazarlama faaliyetleri de bu eksen de farklılaşmaktadır (Aktan, 2015, s. 128).

Bilişim sektörü ve internet aracılığıyla işletmeler doğrudan bir şekilde tüketicilere hitap edebilmektedir. Bu süreç internetle birlikte tüketiciyle işletmeler arasındaki aracı roldeki şirketlerin kendisini geliştirmesini de zorunlu kılmaktadır. Bu şirketler aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Perakende (taze gıda dışı),
- Dağıtım / Lojistik,
- Sigortacılık,
- Her tür oteller,
- Havayolları ve otobüs şirketleri,
- Dayanıklı tüketim,
- Otomotiv ana sanayisi,
- İlaç sektörleri (Uzgören ve Kara, 2015, s. 6).

İnternet üzerinden yapılan ticaretin artmasıyla birlikte iş hacmi artan sektörler ise şunlardır:

- Bilgisayar,

- Grafik ve Tasarım,
- Yazılım,
- Ağ Donanımı (Uzgören ve Kara, 2015, s. 5).

İnternetin sonucunda ekonomide değişim olmasından ve bazı sektörlerde sıkıntı ve yeniden yapılanma ihtiyacı oluşmasından yararlanacak sektörler ise şöyledir:

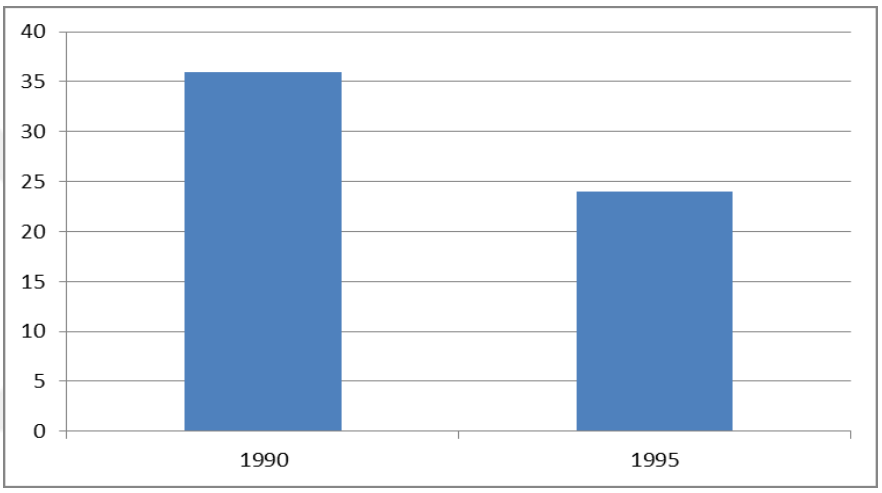
- Eğitim,
- Yönetim Danışmanlığı,
- İnsan Kaynağı Danışmanlığı,
- Yatırım Bankacılığı (Uzgören ve Kara, 2015, s. 4).

Bu sektörler yeni ekonomiye birlikte tüketicilerle çok daha yakın ilişki kurmaya başlamış durumda olduğundan bu alandaki uzmanların istihdam edilmesi de kolaylaşmaktadır. Bununla birlikte tüketicilerle üreticiler arasındaki irtibatı sağlayan acente, bayi ya da toptancı gibi işletmelerin ise etkisi süreç içinde düşecektir. İnternet üzerinden satışlar her geçen gün arttığından bu tür aracıların bir hükmü kalmamaktadır. Nitekim günümüzde de e-ticaret üzerinden satış tek tek ürünler değil toptan alışveriş hatta e-ihracat dahi yapılabilmektedir (Aydın, 2020, s. 185).

Yeni ekonomide tüketiciler şirketlerde üretilen ürün ve hizmetleri belirlemekle birlikte şirketlerin artan ürün değiştirme hızı ve tüketicilerin tüketim alışkanlıklarını ve satın alma davranışlarını da etkilemektedir. Çünkü günümüzde bir ürünün üretilme hızı çok daha kısa süre almaktadır. Hız hem sosyal hayatın hem de ekonominin gelişmesini tetiklemektedir. Bu bağlamda hız ilkesi yeni ekonominin de temel ilkelerinden birisi olarak değerlendirilmektedir. Hız hem üretilen ürünlerin üretim süreci için geçerli iken hem de tüketicilerin tüketim alanı için geçerlidir. Bu durum işletmeler arasındaki rekabetin de sertleşmesinin bir nedenidir. Pazara giren her ürünün tüketiciye ulaşması oldukça kolaylaşmış ve hız kazanmıştır. Yeni ekonomide üretilen bir ürün internet üzerinden hem tanıtılmakta ve yine internet siteleri aracılığıyla hızlıca tüketiciyle buluşturulmaktadır. Her an yeni ürünler üretildiğinden eski ürünlerin -elbette antika olmaması koşuluyla- değeri kısa sürede düşmektedir. Nitekim bilgisayar parçalarının

değeri her hafta -üretici ülkeler özelinde- %1 oranında düşüş yaşamaktadır. Aşağıdaki grafikte yeni bir ürünün geliştirme aralıkları verilmektedir:

Şekil -5 Ortalama Yeni Ürün Geliştirme Zamanı (Gün)



(Kaynak: productdevelopmentrisk.com)

Şekil-5 incelendiğinde sadece beş yıllık süreçte bir ürünün üretilme sürecinin 5 yılda 12 gün düştüğü görülmektedir. *Product development*'ın güncel verileri incelendiğinde ise 2020 yılında aynı ürünün üretilmesi 5-10 gün arasına kadar gerilemiştir (productdevelopmentrisk.com)

2.9.2. Network (Ağ) Etkisi

Network ya da bir başka deyişle ağ kavramına yönelik birçok farklı belirlemelerin olduğu gözlemlenmektedir. Yeni ekonomi sisteminde ağ bir yandan karşılıklı bir bağımlılık yaratmakta hem de kaynaklar arası ilişkilerin sağlanmasına zemin hazırlamaktadır. Ağın birçok farklı kaynağı bulunmaktadır. Bu kaynakların en somut biçimini -yine yeni ekonomi bağlamında- cep telefonu, bilgisayar ve internet teknolojileri oluşturmaktadır.

Ağ ilişkilerinin gelişimi için uzun bir zaman gerekmektedir. Ancak yeni ekonomide bu sürenin de kısalması söz konusudur. Yeni ekonomideki ağ sistemiyle bahsedilen temel dinamik bir tür basit internet ağı değildir. Ekonomik ağın gelişmesi için tüketicilerin katılması gerekmektedir. Ağa katılan her kullanıcı ağın genişlemesini ve yayılmasını sağlamaktadır. Ekonomik ağa sadece tüketiciler değil işletmelerde katılmaktadır. Dolayısıyla bir karşılıklılık bulunmaktadır. Bu karşılıklı etkileşim işletme ve tüketici arasında olduğu gibi tüketiciyle tüketici arasında da olmaktadır.

Bağımsız faktörler arası ilişkiler sonucu ortaya çıkan ağ tepkileri sadece piyasa ilişkilerine bağlı değildir, geniş sosyal-kültürel ilişkiler, sosyal kurallar, kültürel normlar, alışkanlıklar, gelenekler ile örgütler ve örgütler arası ilişkileri düzenlemektedir. Bu anlamda düşünüldüğünde ağ kavramı oldukça geniş bir biçimde ele alınmış olunur. Yeni ekonomideki yüksek teknoloji ürünlerinin değerinin artmasında da ağ ekonomisinin etkisi öne çıkmaktadır. Nitekim birçok yüksek teknoloji ürünü ve bu endüstrinin tamamı da ağa dayalı bir sistemdir. Bu ağların başında ise internet ve telekomünikasyon gelmektedir. Diğer yandan bilgisayar donanımları ve yazılımları da ekonomik ağın bir parçası olarak görülmektedir (Özcan, 2006, s. 180).

2.9.3. Maliyet Düşüşü

Yeni ekonomideki maliyet düşüşünün temel noktasını yeni ekonominin temel dinamiklerinden olan internet ve bilişim teknolojileri oluşturmaktadır. Dolayısıyla maliyet düşüşü bu temel alanlardan başlamaktadır. Çünkü ekonomi bu alanlardan işlediği için bu alanlardaki maliyet düşüşü ürün ve hizmetlere de yansımaktadır. Bilginin aktarılması ve depolanması her geçen gün kolaylaştığından şirketlerin verilere ulaşması da kolay hale gelmektedir. Bu bağlamda ulaşılmak istenen veri de ucuzlamaktadır. Şirketlerin ellerindeki veriler saniyeler içinde başka yere gönderilebilmektedir.

Yeni ekonomide internet üzerinden alım satım yapılabildiğinden şirketler istedikleri bir ürüne dair birçok farklı şirketten aynı anda fiyat teklifi alabilmektedir. Özellikle uluslararası engellerin de olmadığı ülkeler için alınan fiyatlar farkı ülkelerden de alınabilmektedir. Dolayısıyla şirket en ucuz fiyata ulaşıp ham maddeyi ucuza alabilmekte bu durum da maliyetin düşmesini sağlamaktadır. Bununla birlikte internet üzerinden alışverişlerde dükkân giderleri de minimize edildiğinde maliyet

düşebilmektedir. Nitekim internet üzerinden yapılan alışverişlerde satış yapan firma ürünlerini depolarda sakladığı gibi kirası düşük ara sokak dükkanlarda da tutabilmektedir. Çünkü tüketiciler ürünü gördüğü temel mekân sanal alan olarak internet ortamıdır. Dolayısıyla lüks dükkanlara ve iş yeri tasarımlarına gerek kalmamaktadır. Böylelikle de maliyet düşmektedir (Taşel, 2020, s. 131).

Bu değişkene bağlı olarak maliyetlerin düşmesini sağlayan bir diğer durumu ise iş gören maaşlarıdır. Aslında yeni ekonomik sistemde de fiziksel güçle yapılan işler bulunsa da ve yer yer maaşlar çok daha yüksek olsa da çalışan sayısı geleneksel ekonomiye göre e-ticaret sektöründe düşmektedir. Maaş giderlerinin azalması da maliyetin düşmesinin bir nedeni olarak öne çıkmaktadır. Yeni ekonomi sisteminde bu sektördeki azalan istihdam AR-GE bölümlerinde ise devam etmektedir (Akpunar, 2017, s. 24).

Maliyetlerin düşmesi şirketler arasındaki rekabeti de pekiştirmektedir. İnternetin ve bilişim sektörünün de bu rekabetteki payı yüksektir. Çünkü interneti sadece satış için de reklam ve pazarlama için de kullanan işletmeler diğer işletmelere göre tüketicilere çok daha etkin ulaşabilmenin yollarını bulabilmektedir. Herhangi bir işletmenin değişen koşullara uyum sağlaması için de maliyet yine düşüktür. Yeni ekonominin temel dinamiği olarak internet maliyet söz konusu olduğunda aşağıdaki gelişmelere ön ayak olmuştur:

- İnternet maliyetleri düşürmüş,
- Rekabeti artırmış,
- Fiyat mekanizmasının daha sağlıklı işlemesini sağlamış,
- Piyasaya giriş engellerini kısmen elimine etmiş,
- Fiyatları şeffaflaştırarak alıcılar ve satıcılar arasındaki enformasyon akışını düzenlemiş,
- Piyasanın daha verimli işlemesine yardımcı olmuş,
- Ekonomik kaynak kullanımını ve ödül dağıtımını daha adaletli hale getirmiş,
- Toplamda ekonomik etkinliği artırmıştır
- Piyasaya giriş engelinin bulunmaması,

- Enformasyona erişimin ve paylaşımın sınırsız olması,
- Sıfır maliyetli değişimin var olması (UİB, 2021, s. 23).

Yeni ekonomideki internet dinamiğiyle birlikte yaptıkları işler ve sektörleri de dikkate alındığında aşağıdaki sektörlerde radikal maliyet düşüşleri ve ürün farklılaşmaları beklenmektedir:

- **Medya:** İnternet ve bilişim sektörünün doğrudan bir şekilde en hızlı değiştirdiği sektörün başında medya gelmektedir. Nitekim günümüzde sosyal medya ya da yeni medya olarak ifade edilen bir medya türü oluşmuştur. Yeni medya uygulamalarıyla birlikte gazete, dergi ya da basılı yayınlara olan ilgi de azalmıştır. Yeni medya internete bağlı olarak sosyal medya internet siteleri üzerinden kitlelerle buluştuğu için kağıt, basım ya da dağıtım gibi giderler yoktur. Gazetecilerin ya da muhabirlerin sosyal medya uygulamaları üzerinden haberlerini yapmaları mümkün olmaktadır. Bu durum sadece yazılı basın için görsel basın olarak televizyon yayınları için de geçerlidir. Nitekim günümüzde sosyal medya uygulamalarından olan youtube üzerinden canlı yayınlar yapılabildiği gibi banttan da yayınlar yapılabilmektedir. Ayrıca tek bir cep telefonu kamerasıyla da bu işlemler yapılabildiğinden maliyetlerin oldukça düşük olmaktadır (Bayram, 2022, s. 161).
- **Finans:** Maliyetlerin hızlı bir şekilde düştüğü bir diğer alanı da finans oluşturmaktadır. Finans merkezlerini, finans danışmanlıklarını ama hepsinden önce bankacılık faaliyetlerini etkileyen bilişim sektörü bu alanlarda ciddi bir maliyet düşüşünün yaşanmasını sağlamaktadır. Çünkü bankacılık faaliyetlerinin önemli bir bölümü cep telefonu uygulamaları üzerinden ve internet aracılığıyla yürütülmektedir. Bu duru banka şube giderlerini oldukça düşürmekte ve hızlandırmaktadır. Bankacılığın internet üzerinden yapılması kırtasiye, maaş ve ofis giderlerinin düşmesini sağlamaktadır.
- **Eğitim Kurumları:** Eğitim kurumlarındaki maliyet düşüşünün temel dinamiğini uzaktan eğitim uygulamaları oluşturmaktadır. Uzaktan eğitim tüm dünyada

yaygınlaşmakta uzaktan görülen eğitimlerle diploma da alınabilmektedir. Uzaktan eğitimin temel araçları internet, telefon, bilgisayar ve tablettir. Dolayısıyla da sadece internet ve diğer araçlardan herhangi biri olduğundan uzaktan eğitim sağlanabilmektedir. Bu bağlamda maliyet oldukça düşmektedir. Yapılan eğitimin niteliği paranteze alındığında eğitime harcanan maliyetin önemli ölçüde düştüğü gözlemlenmektedir. Özellikle sosyal bilimler alanında etkin bir şekilde kullanılan uzaktan eğitim araçları hem öğretmen hem öğrenci hem de kurumlar için ciddi maliyetlerin harcanmasına engel olmaktadır (Taşkın ve Aksoy, 2021, s. 626).

2.9.4. Network Dışsallıkları

Literatürde ağ dışsallığı olarak da bilinen Network dışsallığı ekonomik faaliyetlerden üçüncü şahıs ve kurumların da etkilenmesini ifade etmektedir. Bu doğrultuda eğer üçüncü kişiler, herhangi bir mal ve hizmetin üretiminden bedelini ödemeden olumlu bir şekilde etkileniyorsa, yararlı dışsallıklar, olumsuz bir biçimde etkileniyor ve bu telafi edilmiyorsa zararlı dışsallıklar söz konusudur.

Yeni ekonomide farklı sektörlerin iç içe geçmesi söz konusu olduğunda network dışsallıkları da daha çok pozitif yönde gerçekleşmektedir. Her sektör interneti merkezi olarak kullandığından internet sektörler arası bir dışsallık ağının tesis edilmesini de sağlamaktadır. Kendi aralarında bir network sistemi kuran sektörlerin başında spor, sanat, medya, eğlence, ulaşım ve lojistik gibi sektörler gelmektedir. Bu ve benzer sektörlerdeki yenilik ve gelişme diğerini de olumlu yönde etkileyerek pozitif bir ağın oluşmasını sağlamaktadır. Network dışsallıkları yeni ekonomi sistemindeki gibi olmasa da geleneksel ekonomide de yer almaktadır. Geleneksel sistemde özellikle şebeke dışsallığı olarak bilinen bu yaklaşım kara ve demir yollarının birliktelikleri özelinde ifade edilmektedir. Yeni ekonomideki dışsallık ise ağ üzerinden ve daha çok internet ve bilişimin merkezde yer almasıyla şekillenmektedir. Yeni ekonomilerde network dışsallığı, yeni bir kişi/kurum' un veya erişim noktasının var olan ağa eklenmesi durumunda, ağda bulunan kişi/kurum'ların fayda düzeyini artırdığı veya maliyetlerini azalttığı durumlarda ortaya çıkmaktadır (Sobolewski ve Czajkowsi, 2012).

Network dışsallığında bir yandan farklı sektörlerin birbirini etkilemesi söz konusu iken bir yandan da aynı ürünün kullanılma sıklığının artmasıyla birlikte değerinin artması söz konusu olmaktadır. Özellikle yeni teknolojik ürünlerde bu duruma sıklıkla rastlanılmaktadır. Pozitif network dışsallığı ikiye ayrılmaktadır: doğrudan ve dolaylı dışsallıklar. Doğrudan dışsallık aynı ürünü kullanan kişi sayısının artmasına bağlı olarak oluşan pozitif durumu ifade etmektedir. Örneğin birçok kullanıcı en çok indirilen uygulamayı tercih etmektedir. Abone ve yorum sayısı yeni ekonomideki en önemli tercih nedenlerinden birisi olarak değerlendirilmektedir. Aynı ağa bağlı kişi sayısının artması ağın değerini de yükseltmektedir. Aynı ağa katılmanın ekonomik yararları da olabilmektedir. Örneğin konuşma ya da verilen hizmet her ne ise o hizmeti daha ucuza kullanmak gibi (Kar, 2020, s. 77).

Ağ dışsallıklarının doğrudan ve dolaylı olarak sınıflandırılmasındaki en önemli özellik fayda fonksiyonundaki tüm tüketicilere aynı önemin verilmesidir. Bu yeni bir tüketiciyi ağa eklemenin, hali hazırda ağda bulunan tüm kullanıcıların yararını eşit ölçüde artırdığı anlamına gelmektedir. Çalışmalar ağ dışsallıklarının seviyesi ağa yeni katılan tüketiciye göre farklılaşabileceğini ortaya koymaktadır (Birke ve Swann, 2006, s. 65).

Networklerin bant genişlikleri arttıkça hem daha çok veriyi depolayabilmekte hem de daha hızlı veri paylaşımı yapılabilmektedir. Günümüzde internete bağlanma şekiller oldukça artmış olduğundan internet kullanım maliyetlerinin de düştüğü söylenebilir. Çünkü ABD ile Avrupa arasında ilk e-posta yollama maliyeti (1 megabite) 150.000 US$ iken günümüzde neredeyse sıfır maliyete yaklaşmıştır. Modern ekonomide ön plana çıkan ağ endüstrilerindeki tüketiciler faydanın büyük kısmını mal ya da hizmetlerin kendisinden değil ağ dışsallıklarının etkisi ile bu ürünleri çevreleyen ağlardan elde ederler. Tüketicinin fayda fonksiyonunda yer alarak bir mal ya da hizmete atfettiği değeri değiştiren ağ dışsallıkları gelinen noktada tüketici kararlarına ve firma stratejilerine yön vererek piyasayı şekillendiren önemli bir faktör olmuştur.

3. TÜRKİYE'DE YENİ EKONOMİ DÜZENİNE YÖNELİK YAPILAN ÇALIŞMALAR

3.1. Bilim ve Teknoloji Politikaları

Yeni ekonominin sisteminin ülke ticaretinde ve finansın yer alması için öncelikle yasal ve hukuki düzenlemelerin ve teşviklerin yapılması gerekmektedir. Türkiye'de de yeni ekonomi sisteminin iyi işleyebilmesi için politik ve hukuki zemin bilim ve teknoloji politikalarıyla süreç içinde düzenlenmektedir. Ancak bilim ve teknoloji politikaları bir kere yapılıp biten bir şey değil süreç içindedir. Çünkü yeni ekonomiye dair birçok yeni dijital ürün ve sistem çıktığından politikalarda bu süreçlere göre yeniden düzenlenmektedir. Örneğin sanal paraların Bitcoin örneğinde olduğu gibi ortaya çıkmasıyla birlikte politik ve yasal düzenlemeler de yeniden yapılmaktadır. Bu düzenlemeler ekonomik destekleri içerdiği gibi vergilendirme süreçlerini içermektedir.

Türkiye'de bilim ve teknoloji konusundaki politikalar ilk defa 1962 yılında devlet planlama teşkilatının kurulmasıyla birlikte başlamıştır. Devlet planlama teşkilatı kurulduktan sonra ise birinci beş yıllık kalkınma planı hazırlanmış ve 1963 yılında da TÜBİTAK kurulmuştur. Birinci beş yıllık kalkınma planından sonraki kalkınma planlarında da teknolojik gelişme ve transferlerine yönelik hamleler devam etmiştir. Nitekim Dördüncü beş yıllık kalkınma planında ilke defa teknoloji politikaları detaylandırılmış ve sanayi, istihdam ve yatırım politikalar belirlenmiştir (Elmacı, 2015, s. 59).

Türkiye söz konusu olduğunda teknoloji bilim politikalarının en önemli noktalarından birini *Türk Bilim Politikası: 1983-2003* başlıklı raporu oluşturmaktadır (TÜBİTAK, 1983). Bu raporun hazırlanmasında 300 kadar bilim adamı rol almıştır. devam eden süreçte ise 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.

BTKY ise ilkin 1989 yılında toplanmıştır. Devam eden süreçte ise 1993, 1997, 1998, 1999 yıllarında yapılmıştır. Son toplantı ise 29. olarak 2016 yılında yapılmıştır. Yapılan toplantılarda zamanın getirmiş olduğu her türlü yenilik tartışılmıştır. Bu bağlamda yenilik yapılması da alt yapı çalışmalarının hızlanması toplantılar sonucunda gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda laboratuvarlar ve araştırma geliştirme bölümleri açılmıştır. Araştırma geliştirmeye ayrılan bütçeler de artırılmıştır. Bununla birlikte araştırma geliştirme departmanlarındaki iş gören sayısı da artırılmıştır (TÜBİTAK, 2001).

BTYK'nın 2004 yılındaki tarihli toplantısında ise Türkiye'nin bilim ve teknoloji stratejisi belirlenmiştir. Bu bağlamda TARAL adı altında Türkiye araştırma alanı kurulmuştur. TARAL ise "Türkiye'deki Ar-Ge faaliyetlerini gerçekleştiren üniversiteler, araştırma ve sanayi kuruluşları, bunların sonuçlarını takip eden özel sektör ve kamu kurumları, sivil toplum kuruluşları ve bu faaliyetlere kaynak sağlayan kamu ve özel sektör tüm kurum ve kuruluşların işbirliği ve stratejik odaklanma ile etkinlik göstereceği ilişkiler bütünü" olarak tanımlanmaktadır (TÜBİTAK, 2005).

TARAL bütünleşik bir yapı olarak hem teknoloji gelişimlerinin alt yapısını hem de ar-ge çalışmalarını içermektedir. Bu bağlamda TARAL, TÜBİTAK'la birlikte ülkeni teknolojik alt yapısının geliştirilmesi için sadece bilişim alanında değil aynı zamanda politik alandaki yeniliklerin yapılanması içinde devletle ilişkilerini yürütmektedir. Çünkü yeni ekonomi sadece özel sektör bağlamında değil aynı zamanda devlet bakımından da geliştirilmesi gereken bir şeydir. Nitekim son yıllarda e-devlet uygulamaları bu ekonominin bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Çünkü e-devlet üzerinden birçok veri paylaşılabildiği gibi aynı zamanda birçok ödeme de yapılabilmektedir. Dolayısıyla e-devlet de yeni ekonominin bir parçası olmuştur (Aykın, 2013).

2004 yılındaki Bilim ve Teknoloji Kurulu'nun toplantısında ise 2010 yılı için bilim politikaları ön görülmüştür. Bu politikalar bağlamında ülkenin teknoloji hedefleri de belirlenmişti. Bu toplantılara TARAL öncülük etmiş ve üniversiteler, sivil toplum kuruluşları, kamu kurumları da katılmıştır. Bu toplantı sonucunda öne çıkan temel amaç ülkenin teknolojik olarak yaşam kalitesinin artırılması, ticari rekabetin yükseltilmesi ve teknolojinin bir kültür olarak topluma yansıtılmasıdır. Bununla birlikte planda belirlenen ilkeler ise esneklik, sonuç odaklılık, hesap verebilirlik ve kamu-özel sektör birlikteliği olarak öne çıkmaktadır. Yapılan toplantılarda öne çıkan eylem planı ise şu şekilde sıralanmıştır:

- Bilim ve teknolojiye dair okur yazarlığın geliştirilmesi
- Milli teknolojilerinin geliştirilmesi
- Bilim insanı yetiştirilmesi için metodolojinin ortaya konulması
- Araştırma ve geliştirme için bütçenin artırılması
- Teknolojinin ekonomiye adapte edilmesi

Bilgi toplumu dönüşümünün yaşanması devletlere de yön vermiştir. Bu bağlamda ülkemizde TÜBİTAK gibi kurumların öncülüğünde gelişmeler yaşanırken Avrupa'da ise E-Avrupa 2002 eylem planı hazırlanmıştır. Avrupa'daki bu değişim politikalarına benzer bir uygulama Türkiye'de de 2003 yılında "e-Dönüşüm Türkiye Projesi" olarak uygulamaya konulmuştur. Proje genel olarak devlet planlama teşkilatı (DPT) tarafından yürütülmüştür (DPT, 2006, s. 1). E-Dönüşüm Türkiye Projesiyle aşağıdaki hedeflerin sağlanması amaçlanmaktadır:

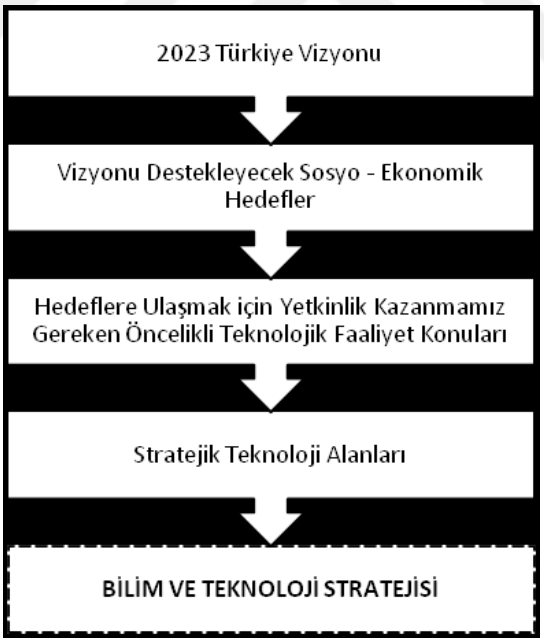
- Bilişim teknolojilerinin ekonomik alanda da kullanılmasının yaygınlaştırılması
- Teknolojinin hem özel sektörde hem de kamusa sektöründe ekonomik şeffaflığı sağlanması
- Bilişim teknolojilerinin ekonomik alanında da gelişmesi ve yayılması için gerekli hukuki ve teknik alt yapının sağlanması amaçlanmaktadır (DPT, 2004, s. 18).

Bu dönemde BTYK'nın yapmış olduğu toplantılarda geleceğe dair vizyonlar da belirlenmiştir. Bunlardan en önemlisini ise "Vizyon 2023: Bilim ve Teknoloji

Stratejileri Projesi"dir. Bu projedeki amaç da sadece bilim ve teknoloji bağlamında bir refah toplumu tesis etmek değil bununla birlikte ekonomiye de yön vermesi amaçlanmıştır.

Vizyon 2023 teknoloji öngörü çalışması aşağıda gösterilmektedir:

Şekil-6 Vizyon 2023 Teknoloji Öngörü Çalışması



Kaynak: (TÜBİTAK, 2004, s. 5).

3.2. Rekabet Gücü ve Teknoloji Girişimleri

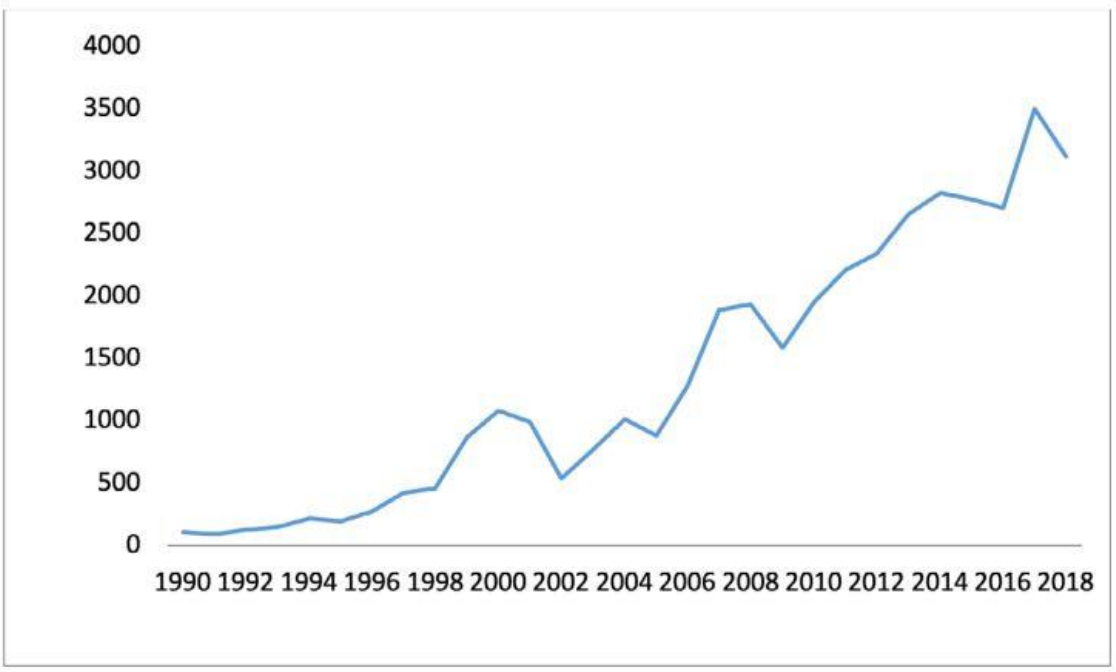
Teknolojik girişimler sadece kendi alanlarındaki rekabeti değil ülkeler arasındaki rekabeti de tetiklemektedir. Bu rekabet özellikle gelişmekte olan ülkeler için son derece

önemlidir. Çünkü gelişmekte olan ülkelerin gelişmiş ülke olabilmesinin temel dinamiği de farklılaşmaktadır. Bu farklılaşmanın başında ise yüksek teknoloji gelmektedir. Bu bağlamda Türkiye'nin de bilişim ve teknoloji alanındaki faaliyetlerini yoğunlaştırmalıdır. Nitekim ülkemizde de yurt dışı kaynaklı birçok patent alınmaya devam edilmektedir.

Türkiye'nin teknolojik rekabeti gücünün gelişmesi için kendi teknolojik ürünlerini kendi üretmesi gerekmektedir. Ancak yüksek teknoloji[iii] üretimi son yıllarda ülkemiz adına artarak devam etse de yine istenilen seviyelerde değildir. İstenilen seviyeden kast edilen ise gelişmiş ülkeler seviyesinde olmasıdır. Türkiye'nin yüksek teknoloji geliştirmesi durumlarının yeni ekonomiye de eklemlendirilmesi gerekmektedir. Ancak 1990'lı yıllardan bu yandan yapılan ihracatların cüzi bir kısmını yüksek teknoloji oluşturmaktadır (Sey ve Aydın, 2020, s. 242).

Türkiye'de ileri teknoloji mal ve hizmet ihracatının durumu aşağıdaki grafikte gösterilmektedir:

Şekil-7: Türkiye'de İleri Teknoloji Mal ve Hizmet İhracatı (Milyon Dolar)



Kaynak: (Sey ve Aydın, 2020, s. 242).

[iii] (High-techproducts) Yüksek teknoloji gerektiren mikroelektronik, bilgisayar, iletişim araçları, makine, robot, uzay araçları, bilimsel ve hassas aletler, tıbbi ve biyolojik bileşikler ve ileri malzeme içeren özellikli kimyasallar gibi ürünlerdir.

Şekil-7'de görüldüğü üzere Türkiye'nin yüksek teknoloji ihracatı her geçen yıl yükselmektedir. Ancak bu yükseliş dünyanın ilk 10 ekonomisinin gerisinde seyretmektedir. 2018 yılında seçilmiş ülkelerin yaptıkları yüksek teknoloji ihracatları ise şöyledir:

Tablo-3 2018 Yılında Seçilmiş Ülkelerin Yaptıkları Yüksek Teknoloji İhracatları (Milyar Dolar)

Çin	731.891
Almanya	210.082
ABD	156.366
Fransa	117.814
Japonya	111.021
Brezilya	11.096
Rusya	10.183
Türkiye	3.116
Ülke	**Toplam**

Kaynak: (Dünya Bankası, 2019).

3.3. Bilim Politikaları ve İhracat Performansı

Yeni ekonomi ve bilim politikaları Türkiye özelinde düşünüldüğünde 2000'li yıllara kadar beklenen verimliliğin sağlandığı söylenemez. Bu durum ülkenin e-ticaret verilerine de yansımıştır. Sadece e-ticaret değil bununla birlikte ihraç edilen ürünlerin ne olduğu da bu önemlidir. Bir önceki başlıkta da ifade edildiği üzere önemli olan yeni ekonominin temelleri bağlamında bilişim teknolojilerinin ve yüksek teknoloji ürünlerinin ihraç edilmesidir. 2000'li yılların başında ülkemiz tarım ve madencilik ürünlerinin ihracatına devam ederken diğer yandan da sanayi ürünleri ihraç etmesinde yükselme başlamıştır (DTM, 2005).

90'lı yıllarda ihracatın artış oranının düşmesinde nasıl bu alandaki politikalar etkili olduysa aynı şekilde 2000'li yıllardaki yükselişlerde de üretilen politikaların etkisi olmuştur. Bu politikaların en belirleyici özelliğini teknolojik politikaların alt yapılarının hazırlanması ve ihraç edilen teknoloji ürünlerine devlet desteklerinin verilmesidir. Yeni ekonominin ülke içinde gelişmesinde ihraç edilen ürünlerin satılması da önemli bir yer tutmaktadır. Bu noktada üst düzeyde politik girişim ve etkileşimler önemli bir veri olarak öne çıkmaktadır.

İhracata yönelik rakamlar sadece ilgili ülkenin pozisyonu üzerinden değil aynı zamanda ülke çevresindeki ya da dünya genelindeki sorunlardan da etkilenmektedir. Pandemi ya da savaş gibi unsurlar son dönemdeki temel belirleyicilerdendir. Yaşanan uluslararası sorunlara rağmen ihracatın artması yine de ülkeler için önemlidir. Ancak ihraç edilen ürünlerin ne olduğu da bir kadar önemlidir. Ülkeler sadece ham madde ihraç edip işlenen ham maddeyi geri satın alıyorsa yapılan bu ihracat süreci ülke ekonomisine beklenen katkıyı yapamayacaktır. Bu bağlamda ihraç edilen ürünlerin yüksek teknoloji ürünü olması gelir düzeyinin artmasını sağlamaktadır. Türkiye'nin de yeni ekonomik eğilimler bağlamında kendi gelir düzeyinin artırabilmesi için bu alanda ihracat ve üretim çalışmalarına hız vermesi gerekmektedir (Şanlı ve Konukman, 2021, s. 461).

Yeni ekonomi sisteminin temel ayağını bilişim teknolojileri ve internet oluşturmakla birlikte bu teknolojilerinin işlediği ürünlerin üretilmesi de yeni ekonominin bir parçası olarak öne çıkmaktadır. Dolayısıyla bu alanda üretilen ürünlerin ihraç edilmesinin ülke ekonomisine sağladığı girdiler diğer ürün gruplarına göre çok daha fazla olmaktadır. Örneğin yeni ekonomi sisteminin bir parçası olarak öne çıkan yüksek teknoloji ürünü olarak savunma sanayi ürünlerinin satışı, bilgisayarlar için geliştirilen özel çiplerin satışı oldukça gelir getiren ürün grupları arasındadır.

3.4. E-Ticaret Koordinasyon Kurulu Girişimler

Buraya kadar ifade edildiği üzere yeni ekonominin temel dinamiğinin bilişim ve internet teknolojileri olduğu görülmüştür. Ancak bu ürünlerin üretilmesi kadar satışlarının da yeni ekonominin en temel satış yolu olan internetin kullanılması da önemlidir. Nitekim e-ticaret sadece tek bir ürünün işletmeden tüketiciye satılması demek değil bununla birlikte işletmeden işletmeye olan satışlarda da e-ticaret yaygın bir şekilde kullanılmaktadır. Bu doğrultuda ihracatta da e-ticaret araçları kullanılmaktadır.

Bu işlemlerin yapılabilmesi için de hukuki alt yapıların tesis edilmesi gerekmektedir. Bu bağlamda Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu (BTKY), 25 Ağustos 1997 tarihli toplantısında, Türkiye' de elektronik ticaretin yaygınlaştırılmasını kolaylaştırmak için ETTK'nin kurulmasına karar vermiştir. ETTK (Elektronik Türk Ticaret Kanunu)'nın temel amacı e-ticaret uygulamalarının önünde varsa ticari ve yasal engelleri düzenlemektedir. Bu noktada üzerinde durulması gereken bir diğer konuyu ise

vergi süreci oluşturmuştur. E-ticaret her şeyin kayıt altına alınmasını sağladığı için vergilendirme sistemi için de büyük bir kolaylık olmaktadır (TÜSİAD, 2022).

ETKK'nın raporu işletmeleri e-ticarete yönlendirme amacı da gütmektedir. Bu noktada iletişim hizmetlerinin fiyatları düşürülmekte ve öncelikle kamusal alanda e-işlemler kullanılarak örnek olunmaktadır. KOBİ'ler için e-ticaret desteklerinin açıklanması gibi kararlarla da süreç hızlanmıştır. Bununla birlikte ETTK dünya genelinde de e-ticaret süreçlerini destekleyen OECD gibi kuruluşları de takip ederek planlarına yön vermektedir. E-ticaret yeni ekonominin en önemli ayaklarından birisi olduğundan Türkiye'nin de bu alandaki alt yapı problemlerinin aşılması gerekmektedir. Nitekim ülkemizdeki e-ticaret hacmi de her geçen dönem yükselmektedir. 2021 yılında ülkemizde e-ticaret hacmi bir önceki yılın aynı dönemine göre %69'luk artışla 381,5 milyar TL olarak gerçekleşmiştir. 2021 yılında sipariş adetleri yüzde 46 artış ile 2 milyar 297 milyon adetten 3 milyar 347 milyon adede yükselmiştir. 2021 yılında perakende eticaret hacmi 234 milyar TL olarak gerçekleşmiştir Özellikle pandeminin de etkisiyle hız kazanan e-ticaret işlemlerinin 600 milyar TL'ye ulaşacağı aktarılmaktadır (Ticaret Bakanlığı, 2021, s. 1).

3.5. E-Ticaretin Yaygınlaşmasına Yönelik Girişimler

Türkiye, yeni ekonomi sisteminin en önemli ayaklarından birisi olan e-ticaretin ülke içindeki ticarette yaygınlaşmasına adına girişimlerini devam ettirmektedir. Bu konuda BTYK ve TÜBİTAK gibi kuruluşların girişimleri olduğu gibi bankaların ve devletin de yönlendirmeleri söz konusudur. Nitekim e-ticaretin işletmeler arasındaki en bilinen ödeme araçlarından birisini EFT oluşturmaktadır. Bu bağlamda hem kamu hem de özel bankalar EFT konusunda esneklikler ve kolaylıklar sunmaya başlamışlardır. Örneğin EFT sürelerinin kısalması, anında para transferi ya da komisyon giderlerinin azalması gibi.

E-ticaretin yaygınlaşması adına yapılan bir diğer girişimi ise KOBİ'ler özelindeki çalışmalar oluşturmaktadır. KOBİ'lerin ülke kalkınmasındaki rolü büyüktür. Yeni ekonomi sistemiyle birlikte tek kişilik bir mikro işletme dahi sosyal medya uygulamaları üzerinden e-ticaret yapabilmektedir. Dolayısıyla bu alanın çok incelikli yönetilmesi gerekmektedir. Bu yönetim hem vergi kaçırmanın önlenmesi hem de e-ticaretin gelişmesi anlamında önemlidir. Bu doğrultuda 1997 yılında KOBİNET

kurulmuştur. KOBİNET'in amacı KOBİ'ler arasındaki iletişimin ve ticari işlemlerin sağlanmasıdır (Akgül, 2004).

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. KOBİNET üzerinden işletmeler, AB mevzuatlarına dair de ticari verilere ulaşabilmektedir. İş teklifleri de sunan KOBİNET uygulaması 80 ülkeden iş imkânı da teklif imkânı da sunmaktadır. 6 dil de hizmet sunan KOBİNET KOBİ'lerin farklı ülkelerdeki işletmelerle de ihracat yönünden iletişim kurmasını sağlamaktadır. KOBİNET'e yerel ve uluslararası kuruluşlar da bilgi sağlamaktadır. İşletmelerin kendi web siteleri için de KOBİNET içerisinde ayrı bir alan açılmaktadır. Bu bağlamda KOBİ'ler kendi işletmelerinin kısa da olsa tanıtımlarını yapabilmektedir (Dikkaya ve Aytekin, 2018, s. 71).

Ortak bir e-ticaret bilgi havuzunun oluşturulması işletmeler arasındaki ticaretin hız kazanmasını da sağlamaktadır. Geleneksel ekonomide yeri geldiğinde kapı kapı dolaşarak ürün ve fiyat bilgisi alan işletmeler yeni ekonominin getirmiş olduğu bu yapıyla anında internet üzerinden karşılaştırmalı bir inceleme yapabilmektedir. İşletmeler devletle olan ilişki ve prosedürlerini de bu uygulama üzerinden elektronik işlemlerle çözebilmektedir.

3.6. E-Dönüşüm Projeleri

Türkiye'de e-dönüşüm projesi kısa dönem eylem planı 2003-2004 yılları arasında gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen bu projenin etkileri günümüzde de devam etmektedir. Aslında e-dönüşüm uygulamaları da diğer başlıklarda da ifade edildiği üzere yeni ekonomiye geçiş sürecinde geliştirilen kamu uygulamalarındandır. Bu süreç hem kamuyu hem de özel sektörleri içermektedir (DPT, 2004, s. 12).

E- dönüşüm projesini de diğer birçok ekonomi politikayı geliştiren DPT üstlenmiştir. Bu projenin hedefleri genel olarak şunlardır:

- 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 yönlendirilmesidir. (OECD, 2004, s. 5).

Proje bu amaçlar doğrultusunda değerlendirildiğinde süreç içinde sürekli güncellendiği de görülmektedir. Yapılan güncellemeler yeni ekonomi bağlamında olmaktadır. Yeni ekonominin ülke içinde yayılım gösterebilmesi için bu tür kamusal girişimlerle özel sektörün önünü açılması son derece önemlidir. Bu girişimler sadece proje geliştirme yönünde değil devletin kendisinin de elektronikleşmesini içermektedir. Günümüzde de birçok devlette görüldüğü üzere ülkemizde de e-devlet uygulamaları yaygınlaşmaktadır. E-devlet üzerinden yapılan her işlem aynı zaman veri paylaşımı olduğundan yeni ekonominin bir parçası olmaktadır. E-devlet üzerinden sadece evrak işlemleri değil bununla birlikte ödeme işlemleri de yapılmaktadır.

Özel işletmelere doğrudan ekonomik desteklerin de verildiği görülmektedir. Bu tür desteklerin verilmesindeki temel motivasyon da yeni ekonomiye işletmelerin adapte olmasını hızlandırmaktadır. KOBİ'lere e-ticaret yapmaları içinde KOSGEB tarafından ekonomi destekler verilmektedir. 2004 yılında 617 işletmeye verilen destek başlayan süreç günümüzde de binlerce farklı firmaya farklı sektörlere desteklerle devam etmektedir.

3.7. Yeni Ekonomi Düzenindeki Yenilikler

Yeni ekonominin temel yeniliği ve dinamiği internettir. İnternete yönelik çalışmalar 1960'lı yıllarda başlamış ilk internet kullanımı ise 1985 yılında gerçekleştirilmiştir. Türkiye'de ise internet kullanımı 1993 yılında başlamış ve ilk mobil görüşmeler ise 1994 yılında başlamıştır. Aslında bu tarihler dikkate alındığında yeni ekonominin dinamiklerinin gelişiminin son 30-35 yılda olduğu söylenebilir. Ancak yeni ekonomik sisteminin gelişmesinde geometrik bir artış söz konusudur. Dolayısıyla ilerlemesi ve yayılması oldukça hızlı olmuştur. Süreç içinde etkileşimler ve veri paylaşımları artmış olduğundan yüklenen her veri etkileşim hızının da bilginin bulunmasına hızlandırmıştır. Bu bağlamda yeni ekonomide veri hızı ve ekonomi katıldıkça artmaktadır. Verilerin yüklenebilmesi ve yönetilebilmesi için ise sosyal ağlar, mobilite, veri analitikleri gibi yenilikler gelişmektedir.

Yeni ekonomi için geliştirilen her uygulama internete bağlanan cihaz sayısının artmasıyla daha geniş bant ağlarını gerekli kılacaktır. Yani ekonomide veri paylaşımı artacağı için bu verilerin etkileşim hızına zarar gelmemesi için daha geniş bir bant ağına ihtiyaç duyulmaktadır. Dolayısıyla ekonomideki gelişmeler bilişim teknolojilerini de tetikleyen bir unsur olmaktadır. Örneğin OECD bölgeleri dikkate alındığında 2013 yılında evlerden internete bağlanan cihaz sayısı 2 milyarken günümüzde bu rakamın 14 milyarı aştığı aktarılmaktadır (OECD, 2022).

Verilerin toplanması, makineden makineye (M2M) iletişimin "bulut bilişim" hizmetleri tarafından sağlanan büyük ölçekli işlemlerle genişletilmesiyle kolaylaştırılacaktır. Yeni veri analitiği, sıklıkla "büyük veri" olarak adlandırılan büyük hacimli verileri işleyebilecek ve analiz edebilecektir. Bu fenomenler birlikte "akıllı ağların yapı taşlarını" oluşturur. Akıllı ağlarda yer alan cihazların, verilerin ve öğelerin sayısı, önceki dönemlere göre çok daha büyük sıralamalardır.

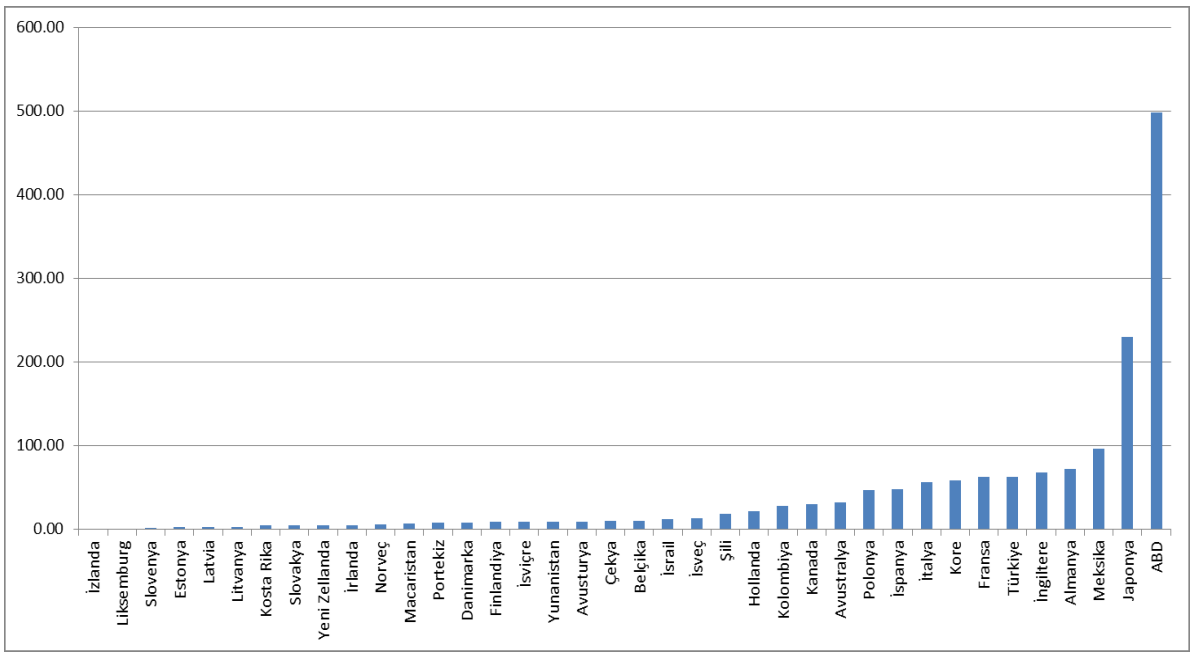
3.7.1. İnternet (Veri Paylaşımı-Bağlantı ve Geniş Bant)

İnternetle birlikte internete bağlı olarak yeni ekonomiyle birlikte önemi artan bir diğer değişkeni ise geniş bant[iv] iletişim ağları oluşturmaktadır. Geniş bantla birlikte verilerin aktarılması ve etkileşim süreci de hız kazanmaktadır. Ancak burada önemli

[iv] Geniş bant terimi, bir telekominikasyon cihazının veya sinyalinin başka bir standart veya olağan bir sinyal ya da cihazdan daha geniş bant genişliğine sahip olması anlamına gelir. 256 Kbit/s hızındaki internet bağlantısı darbant, 512Kbit/s – 2Mbit/s arasındaki hıza sahip internet Genişbant, 20Mbit/s – 1Gbit/s arasında hıza sahip internet bağlantıları ise Yeni Nesil Genişbant anlamına gelir.

olan sadece hız değil bununla birlikte verilerin de artmasıdır. Geniş bant teknolojisi de internet gibi hızlı yayılsa da belirli bir teknolojik alt yapı gerektirdiğinden OECD ülkeleri arasında da belirli bir eşitlikten söz edilememektedir. Geniş bant söz konusu olduğunda dünya genelinde en büyük yayılım mobil internet kullanımında yaşanmıştır. Kablosuz olarak bağlanılan internet teknolojileri her geçen gün artmaktadır. Nitekim 2009 yılından 2022 yılına kadarki süreçte mobil bağlanma oranı %100'lük bir artış göstermiştir. Bu oranlar elbette ABD, Finlandiya, Danimarka ve Japonya gibi ülkeleri içermektedir. Aşağıda 2020 yılı verileri paylaşılmaktadır.

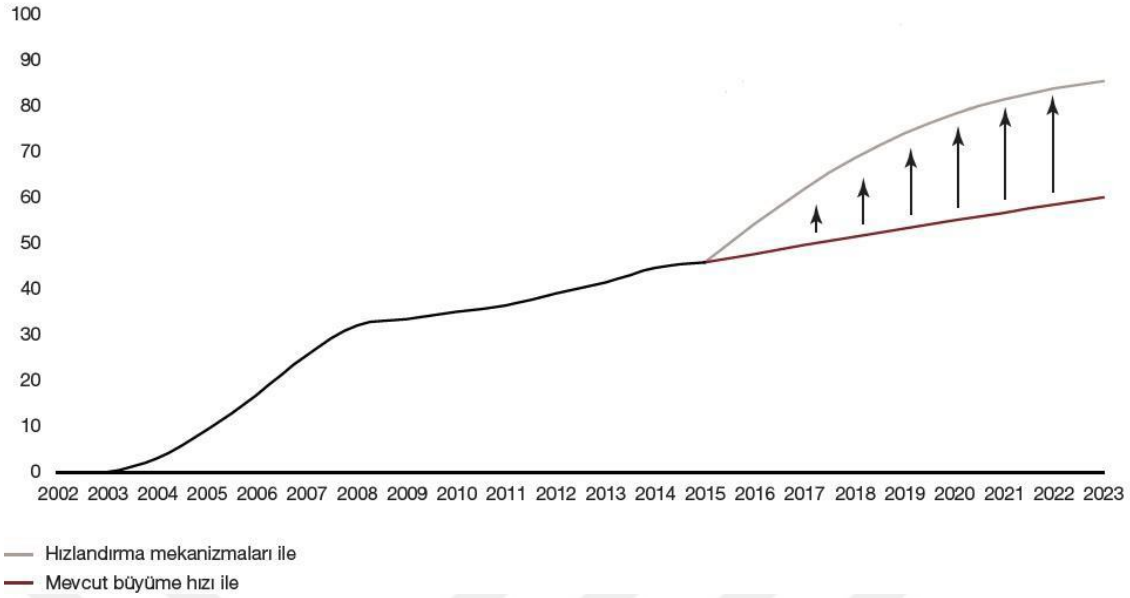
Şekil-8 Mobil Geniş Bant İnternet Kullanımı 2020 (Milyon Abone)



Kaynak: (OECD, 2021).

Şekil-8 incelendiğinde OECD ülkelerinde de verilerin eşit dağılmadığı söylenebilir. Nitekim Japonya ve Amerika diğer ülkelerden oldukça ayrılmaktadır. Türkiye özelinde incelendiğinde ise ülkemizdeki ve iş yerlerinin %98'i geniş bant internet erişimine sahiptir. İnternet kullanıcılarının ise %42'si ultra hızlı geniş banttan geriye kalanı ise yüksek hızlı geniş banttan yararlanmaktadır. Bununla birlikte Türkiye'nin verileri değerlendirildiğinde 15 AB ülkesi ortalamasıyla benzer seviyelerde, hatta bazı durumlarda AB ülkelerinden daha iyi konumda bulunmaktadır (Haberleşme Genel Müdürlüğü, 2017). Türkiye'deki geniş bant internet kullanımı aşağıdaki grafikte gösterilmektedir.

Şekil-9 Türkiye'de Genişbant İnternet Kullanımı (Milyon Abone)



(Kaynak: strategyand.pwc.com).

Türkiye'de geniş bant internet kullanan abonelerin sayısı 14 milyonu aşmış durumdadır. Bu rakamın artırılması gerekmektedir. Çünkü dijital teknolojiler ve ekonomiler genellikle internet üzerinden ilerlediği gibi geniş bant internet üzerinden ilerlemesi ise ekonomik işlemlerin daha hızlı gerçekleşmesini sağlamaktadır. Ancak Türkiye'de 100 kişiye düşen genişbant internet kullanımına bakıldığında sayı sadece 17 dir.

Mobil bant aboneliklerinin toplamı ise OECD ülkelerin bant erişiminin %73'ünü oluşturmaktadır. Geniş bant penetrasyonu Japonya ve Finlandiya'da en yüksekken Meksika ve Türkiye'de ise en düşüktür. Mobil veri kullanımı sadece cep telefonları aracılığıyla değil bununla birlikte makineler arasında da kullanılmaktadır. M2M ya da Machine to Machine olarak bilinen bu sistem Türkiye'yle birlikte 160 ülke tarafından da kullanılmaktadır (Gonfalonieri, 2020).

M2M teknolojisi hem nesneler üzerinden de internetin mümkün olduğu nesnelerin interneti konusunu öne çıkarmakla hem de akıllı sensörler ve yapay zekayla birlikte makine ekonomisine de geçildiğini de göstermektedir. Makinelerin diğer makinelerle kurduğu iletişimin bir yönünü yapay zekaysa diğer yönü de internettir.

İnternete dair veri ve kayıtlar her geçen gün artmaktadır. Yeni ekonomi de internetin bu değişimine göre yeniden belirlenmektedir. Çünkü internetin bağlanma

sayısının artması demek bu alanda yapılan bankacılık faaliyetlerinin de e-ticaret işlemlerinin de artması demektir. 2020 yılında veriler değerlendirildiğinde dünya üzerindeki kayıtlı alan adlarının 380 milyonu aştığı vurgulanmaktadır. Oysa bu alandaki rakamlar 2012 yılında sadece 230 milyondu. Artış hızının da yükselmesi yeni ekonominin bu alandaki çalışmalarını hızlandırması gerekliğini ortaya koymaktadır. Kayıt alan demek her bir alanın baş bir şey sunması demektir. Örneğin bu alan yeni ekonomi bağlamında e-ticaret siteleri olabildiği gibi blog siteleri de olabilmektedir. Ancak bu alanlardaki en temel gelişme sanal mağazalarda ve e-ticaret sitelerinde kendini göstermektedir (Bilinder, 2000, s. 5). Dünya genelinde eBay ve Amazon gibi mağazalar -ki amazon Türkiye piyasasına da girmiştir- ülkemizde ise hepsi burada ve Trendyol gibi sanal mağazaların yeni ekonomi sistemi bağlamında öne çıktığı gözlemlenmektedir. Bu alan son 25 yılda o kadar hızlı bir şekilde gelişmiştir ki piyasanın bir anda sanal alana kaymasına neden olmuştur. Nitekim bugün mikro işletmeler dahi sosyal medya uygulamaları üzerinden ürün satışı yapmaktadır. Ülkemizde 1995 yılında başlayan internet faaliyetleri başladığında e-ticaret bu yıllarda sadece sıfır seviyesindeydi. Günümüzde ise piyasayı belirler duruma gelmiştir (Deliçay, 2021, s. 23).

2019'da 3,4 trilyon dolar tutarında olan küresel e-ticaret hacmi 2020 yılında yüzde 26 büyümeyle 4,3 trilyon dolara ulaşırken, 2021 yılında küresel e-ticaret hacminin yüzde 14 artışla 4,9 trilyon dolara yükselmesi bekleniyor. Türkiye'de e-ticaret harcamaları ise 2020 yılında 226 milyar TL olarak gerçekleşti. Dünya genelinde ise internet kullanan her 5 kişiden 4 ünün e-ticaret deneyimlediği aktarılmaktadır (Berktan, 2021). Büyük bir alandaki iş gören grubuna istihdam da yaratmış olan e-ticaret sektöründen neredeyse her şey satın alınabilmektedir. Bu sürecin yeni ekonomi adına iyi yönetilebilmesi için internet bağlantı fiyatlarının düşmesi bağlanma ve indirme hızının ise artması gerekmektedir. Kamu kurumları bu süreci yönetmekle birlikte -evlere ve işyerlerini kaliteli internet hizmeti sunmak açısından- yeni ekonominin kendisi de yayıldıkça internet bağlantı sorunlarını çözecektir.

3.7.2. BİT Uygulamaları (Cihazlar ve İş Yeri)

Bilgi ve iletişim teknolojileri bir yandan kendi alanında gelişirken diğer yandan da yeni ekonominin gelişmesinde rol oynamaktadır. Özellikle bilginin de ekonomiye eklemlenmesini sağlayan bilgi ve iletişim teknolojileri uluslararası düzeyde de bilgi

paylaşımına imkân sağlamaktadır. Bu bilgi paylaşımı süreci küreselleşmeyle birlikte gelişmekte ve ülke ekonomilerinin diğerlerinden etkilenmesini de hızlandırmaktadır. Ekonomik krizler kısa süre içinde diğer ülkeleri de etkilemektedir. Bu doğrultuda BİT bir yandan veri artışını sağlayarak verimliliği yükseltirken diğer yandan da teknolojinin ilerlemesinde rol oynamaktadır.

Yeni ekonomide işletmeler BİT'ler üzerinden hem uluslararası ticaret ağlarını kontrol eder hem de ticari rekabete katılırlar. Günümüzde ise bilgi ve iletişim teknolojileri sadece bilgisayarlar üzerinden değil tablet ve telefonlar üzerinden de kullanılabilmektedir. Dolayısıyla yeni ekonominin ağı da genişlemektedir. Ağın genişlemesi demek BİT'in ev ve işyerlerinde de kullanılması anlamına gelmektedir. Her alanda kullanılmaya başlanan bilgi ve iletişim teknolojileri yeni ekonominin de bu yönde gelişmesini tetiklemektedir. Çünkü cep telefonu ve tabletlere indirilen her uygulama aynı zamana cep telefonlarındaki verileri bir bilgi olarak kullanmaktadır (Özkan ve Çelik, 2018, s. 6).

TÜİK (2020) verileri incelendiğinde ülkemizde 10 ve üzeri iş görene sahip işletmelerin nerdeyse tamamının (%95) internet erişimi bulunmaktadır. Bu verileri 250 ve üstünde iş göreni olan işletmelerde ise %99,4'tür. Bu rakamlar iş yerlerinin önemli ölçüde internet erişiminin olduğunu göstermektedir. Bu erişimler sadece satış için değil aynı zamanda reklam ve pazarlama faaliyetleri için de kullanılmaktadır. Nitekim bu işletmelerin %53'ü kendi web sitelerine sahiptir. E-ticaret yapan 10 ve daha fazla çalışanı olan işletmelerin %77,1'i kendi web siteleri ya da mobil uygulamalarını kullanmaktadır. İşletmelerin %55,7'si ise diğer online mağaza ve e-ticaret platformlarını kullanmaktadır. Bununla birlikte işletmelerin bulut bilişim[v] kullanımına da özen gösterdikleri görülmektedir. Nitekim ücretli bulut bilişim kullanımının 250 üstü iş görenin olduğu işletmelerde %40'ın üzerinde seyretmektedir. BİT bağlamında ele alınması gereken bir diğer argümanı ise günümüzde hızlı bir şekilde yayılan 3 boyutlu yazıcılar oluşturmaktadır. Ancak 3 boyutlu yazıcı kullanımının ülkemizde henüz beklenen seviyede olduğu söylenebilir. Nitekim 250 ve üzerinde çalışanı olan işletmelerde dahi 3 boyutlu yazıcı kullanma oranı sadece %9,1 olmuştur. Çalışan sayısının daha az olduğu işletmelerde ise bu oran daha düşük seviyelerde seyretmektedir (TÜİK, 2020).

[v] Bulut bilişim teknolojisi, veri yedekleme, olağanüstü durum kurtarma, e-posta, sanal masaüstleri, yazılım geliştirme, büyük veri analizi ve web uygulamaları gibi çeşitli alanlarda kullanılıyor. Her sektörden kurum ve işletmeler bulut bilişim teknolojisinden yararlanıyor.

3.7.3. E-Tüketim ve E-Devlet

Yeni ekonomi bir yandan satış araçlarını ve satış stratejilerini değiştirirken diğer yandan da sosyal yapı ve alışkanlıkları de değiştirmektedir. E-ticaret arttıkça insanların tüketim alışkanlıkları ve satın alma davranışları da değişmektedir. Bu durum ortaya e-tüketim kavramını çıkarmaktadır. Kaba tabirle e-ticaretle alışveriş eden insanlara e-tüketici adı verilmektedir. E-ticaretin payı internet sitelerinim sunmuş olduğu ürün portföyünün genişlemesiyle artarak ilerlemektedir. Anca yine de online satışların tüm satışların küçük bir bölümünü karşıladığı görülmektedir. Örneğin bu oran AB ülkelerinde %20 seviyelerinde seyretmektedir. Ancak yine e-ticaretin geleneksel ticari normları kesintiye uğrattığı söylenebilir. 2018 yılı itibarıyla e-tüketici oranları açısından Türkiye OECD ülkeleri içinde son sırada yer alan Kolombiya, Meksika, Hırvatistan'ın üzerinde sondan dördüncü sıradadır. (OECD, 2019).

Yeni ekonomi içinde sadece işletmeler ya da özel kuruluşlar değil devlet de dijitalleşmektedir. Bu süreç sadece ekonomik kaygılarla değil kamu işlerinin kolay ve hızlı olmasını sağlaması açısından da önemlidir. Kamuda maliyetin düşmesi açısından önemlidir. Aslında ülkemizde bugün e-devlet olarak tanımlanan süreç 1972 yılında MERNİS olarak başlasa da kullanımına e-devlet şeklinde ya da e-devlet kapsısı olarak 2000'li yıllarda başlanmıştır. 2020 yılına gelindiğinde 45 milyon kullanıcıya ulaşmıştır. Faturalandırmaların da e-devlet üzerinden yapılması bu alanda 2 milyarlık bir tasarrufun sağlanmasına ön ayak olmuştur (Önal, 2020).

3.7.4. Çevrimiçi Faaliyetler ve Kullanım Çeşitlilikleri

İnternetin kullanılma biçimleri de süreç içinde değişim göstermektedir. Kullanım çeşitliği ve çevrimiçi faaliyetler olarak ifade edilen bu süreçler internet teknolojilerine bağlı olarak farklılaşmaktadır. Örneğin 2013 yılına kadar internet kullanan bireylerin önemli bir bölümünün (%90) e-mail gönderdikleri gözlemlenmektedir. Ancak bu oran mesajlaşma uygulamalarının artmasıyla azalmıştır. Ancak yine resmi ve kurumsal bilgilendirmeler için mail kullanılmaktadır. Günümüzde ise internet kullanma etkinlikler geniş bir alana yayılmıştır: haber okuma, ürün satın alma, oyun oynama ve video izleme bu etkinliklerden öne çıkanlarıdır.

İnternet kullanıcılarının temel internet aktivitelerinin başında ise sosyal medya uygulamaları gelmektedir. Ocak ayında ülkemizde 68,90 milyon sosyal medya kullanıcısı vardı. Bu sayı, toplam nüfusun yüzde 80,8'ine eşit. Türkiye'deki sosyal medya kullanıcıları 2021 ile 2022 arasında 8,9 milyon (yüzde +14,8) arttı. Bu veriler sosyal medyanın yoğun bir şekilde kullanıldığını göstermektedir (wearesocial, 2022). Dolayısıyla işletmelerde insanların sık gezdiği bu alanlarda kurumsal hesaplarını açarak ve reklam yaparak yeni ekonominin gereklerini yerine getirmektedir. Nitekim günümüzde birçok uluslararası markanın kurumsal sosyal medya hesapları bulunmaktadır. Bu alanda reklam ve tanıtım yapmak yeni ekonomi bağlamında zorunlu hale gelmiştir.

3.7.5. Yeni Ekonomi ve İş Modelleri

Dijitalleşme ve yeni ekonomi bir yandan ekonomik verilerin sanal alanda gelişmesini sağlarken bir yandan da yeni iş modellerinin ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Uzmanlık birçok farklı meslek grubunun gelişmesini tetikleyen yeni ekonomi için dijital ekonomi uzmanları, sosyal medya pazarlama uzmanları, sanal piyasa ve sanal para uzmanları gibi birçok farklı yeni uzmanlık alanı açılmıştır. Ancak yeni ekonomiyle birlikte bir de yeni iş modelleri ortaya çıkmaktadır. Bu yeni iş modelleri bir yandan yeni ekonomiye ticari bir alan açarken bir yandan geleneksel ekonomiden gelen iş modellerine sekte vurabilmekledir.

Örneğin günümüzde sosyal medya aracılığıyla birçok farklı girişim olduğu görülmektedir. Bu girişimler uygulama olarak sonuçlanmakta yeni bir ekonomik alan sunmaktadırlar. Araç kiralama, ev ya da otel bulma, eski eşyalarınıza satma gibi birçok farklı sosyal medya uygulaması bulunmaktadır. Bunlardan birisi de Airbnb uygulamasıdır. Bu uygulamayla evinin bir bölümünü ya da tamamını kiraya veren insanlar uygulama üzerinden tüketicilere ulaşabilmektedir. Otellere göre hem esnek hem de çok daha ucuz bir imkân sunan uygulamanın değerinin 38 milyar doları aştığı ifade edilmektedir. Bu tür yeni iş modelleri ve uygulamaların geleneksel turizm anlayışına sekte vuracağı da düşünülmektedir (Koçan, Gültekin ve Baştuğ, 2019, s. 531).

Bu uygulamalardan birisini de UBER oluşturmaktadır. UBER, birçok ülkede haksız rekabete neden olduğu gerekçesiyle kaldırılsa da bu alandaki iş modelleri artarak devam etmektedir. Paylaşım ekonomisinin bir parçası olarak gelişen yeni ekonominin iş

modellerinin daha hızlı gelişebilmesi için devletlerin kamusal alanda da yasal olarak düzenlemeler yapmaları gerekmektedir. Diğer türlü ülkeler bu paylaşım ekonomisinin bir parçası olamayacaktır. Bu durum sadece ülkenin durumuyla değil ülke içindeki ticari işletmelerin durumuyla da ilgilidir.

3.8. Yeni Ekonomide Dijitalleşme Sürecinin Bankacılık Sektöründeki Etkileri

Yeni ekonominin temel ayaklarından birisini de bankacılık faaliyetleri oluşturmaktadır. Yeni ekonomide nasıl bilişim teknolojiler ve dijitalleşme öne çıkıyorsa aynı şekilde bankacılık faaliyetlerinde de yeni ekonominin bir yansıması olarak dijitalleşme öne çıkmaktadır. Ancak dijital bankacılık faaliyetleri 1950'li yıllardan itibaren kredi kartı ve ATM'ler aracılığıyla kullanılmaktadır. 1990'lı yıllarla birlikte ise dijital bankacılık faaliyetleri artmıştır. Bu bağlamda internet bankacılığı, telefon bankacılığı gibi yeni alanlar ortaya çıkmıştır. Bu alanlar yeni ekonominin yayılması anlamına gelmektedir.

3.8.1. İnternet Bankacılığı

İnternet bankacılığı aracılığıyla banka ofislere gitmeden birçok işlem kolaylıkla yapılabilmektedir. Fatura ödeme, başka hesaplara para gönderme, hesap açma, altın ya da döviz alma gibi işlemlerde de internet bankacılığı üzerinden yapılabilmektedir. Bu başlık altında internet bankacılığının bir parçası olarak görülebilecek olan mobil bankacılığa dair veriler de paylaşılacaktır. İnternet bankacılığı üzerinden yapılan işlemler mobil bankacılık üzerinde de yapılabilmektedir. Bankaların kendi geliştirmiş oldukları cep telefonu uygulamaları üzerinden mobil olarak yani cep telefonlarından güvenli bir şekilde tüm işlemler gerçekleştirilmektedir. Türkiye'de de gerek internet bankacılığı gerekse de mobil bankacılık gelişmiş durumdadır. Bu bağlamda 2000'li yıllara gelindiğinde ve günümüzde neredeyse tüm bankacılık işlemleri online bir şekilde yapılabilir hale gelmiştir (Beybur, 2022, s. 293).

TBB verileri incelendiğinde güncel rakamlara Türkiye'de aktif dijital bankacılık müşteri sayısı yaklaşık 81 milyon kişiye ulaşmıştır (TBB, 2022, s. i). TBB'nin tanımlamasına göre son üç ay içerisinde bir kere bile internet bankacılığını kullanan aktif dijital müşteri denilmektedir. Bu bağlamda mevcut istatistikler şu şekildedir:

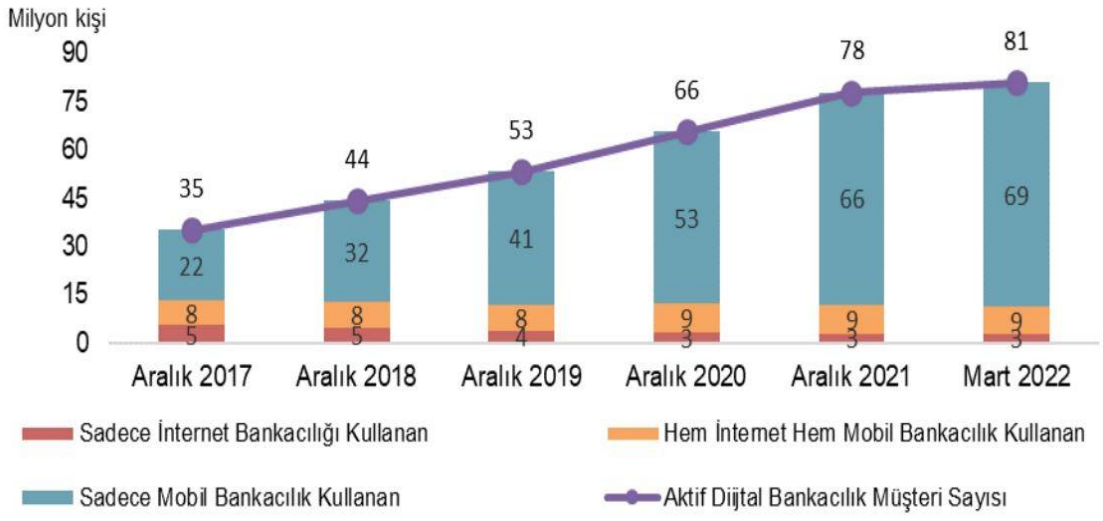
Tablo-4 Toplam Aktif Bireysel Dijital Müşteri Sayısının Son 5 Yıla Göre Dağılımı

Toplam Aktif Dijital Müşteri Sayısı (Bin kişi)	2017	2018	2019	2020	2021
Kurumsal Müşteri	1615	1894	2143	2850	3065
Bireysel Müşteri	33,374	42,288	511104	62,827	67,711

(Kaynak: TBB, 2022, s. i).

Tablo-2 incelendiğinde son yıllarda dijital bankacılık müşteri sayısının sürekli arttığı gözlemlenmektedir. Nitekim 2017 yılında 33 milyon olan rakam 2021 yılında 67 milyonu aşmış durumundadır. İnternet bankacılığıyla mobil bankacılık karşılaştırmalı bir şekilde incelendiğinde ise mobil bankacılığın önde olduğu görülmektedir. Cep telefonlarının yaygınlaşması ve özellik bakımından da gelişmesi aynı zamanda mobil olarak internetin olduğu her yerden bağlan imkanı mobil bankacılığın öne çıkmasını sağlamaktadır.

Şekil-10 İnternet ve Mobil Bankacılığı Kullanımı



(Kaynak: TBB, 2022, s. i).

Şekil-10 incelendiğinde Ocak-Mart 2022 dönemi içinde toplam (bireysel ve kurumsal) aktif dijital bankacılık müşteri sayısı 80 milyon 927 bin kişiye ulaştığı görülmektedir. Bu sayının 2 milyon 667 bin kişisi "sadece internet bankacılığı" işlemi yaparken, 69 milyon 493 bin kişisi "sadece mobil bankacılık" işlemi yapmıştır. Hem internet hem mobil bankacılık işlemi yapan kullanıcı sayısı ise 8 milyon 767 bin kişidir.

Gerek buradaki gerekse de Tablo-4'teki veriler incelendiğinde internet ve mobil bankacılığın Türkiye nüfusunun tamamına yakınına ulaştığı görülmektedir. Bankaların temel faaliyetleri para üzerine olduğundan yeni ekonominin en önemli alanlarından birisidir. Bankacılık faaliyetlerinin dijital alan kayması sadece ülke içinde değil uluslararası boyuttaki ekonominin de böyle işlediğini göstermektedir. Dolayısıyla ülkeler birbirlerinin ekonomilerine de kısa sürede katılabilmekte al-sat yapabilmektedir.

Örneğin uluslararası bir e-ticaret sitesinde isteyen bir kullanıcı hesap açarak ürün alabildiği gibi işletmelerde aynı şekilde satış yapabilmektedir. Bu büyük pazarın bankacılık faaliyetleri üzerinden de yürütülmesi önemini artırmaktadır. Dolayısıyla Türkiye'nin de bu alandaki verileri ve çalışmaları yeni ekonomik sisteme eklemlenme açısından önem kazanmaktadır. İnternet ve dijital bankacılık alanındaki kullanım verileri dikkate alındığında ise Türkiye'nin yeni alandaki gelişmelere adapte olduğu söylenebilir. Ancak dijital bankacılık faaliyetleri yeni ekonominin bir parçası olduğu gibi tek parçası da değildir. Bu bağlamda Türkiye'nin yüksek teknoloji ürünleri üretebilecek ar-ge çalışmalarına da ağırlık vermesi gerekmektedir.

Mobil bankacılıkta gerçekleşen finansal ve yatırım işlemleri aşağıda gösterilmektedir.

Tablo-5 Mobil Bankacılık Finansal İşlemler

	Aralık 2016		Aralık 2017		Aralık 2018		Aralık 2019		Aralık 2020		Aralık 2021	
	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Milyon)	Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar TL)
Para Transferleri	68	197	117	372	163	553	229	880	369	1,562	675	3,267
Ödemeler	53	8	91	16	118	26	163	45	230	82	293	137
Yatırım İşlemleri	8	93	18	205	27	271	38	457	89	1,191	99	2,031
Kredi Kartı İşlemleri	20	18	35	33	52	52	70	79	100	118	151	237
Diğer Finansal İşlemler	8	14	18	23	32	31	60	54	72	118	60	160
Toplam	**158**	**330**	**280**	**649**	**393**	**933**	**559**	**1,516**	**860**	**3,071**	**1,277**	**5,833**

(Kaynak, TBB, 2022, s. 5).

Tablo-6 Mobil Bankacılık Yatırım İşlemleri

	Aralık 2016		Aralık 2017		Aralık 2018		Aralık 2019		Aralık 2020		Aralık 2021	
	İşlem Adedi (Bin)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Bin)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Bin)	Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Bin)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Bin)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Bin)	İşlem Hacmi (Milyar TL)
Yatırım Fonları	1,174	10	1,693	17	2,289	24	3,619	63	4,790	89	7,303	200
Döviz İşlemleri	2,955	31	5,684	54	9,195	72	9,866	70	13,056	144	27,522	535
Vadeli hesaplar	796	29	1,803	59	3,047	91	3,992	142	7,023	213	9,877	514
Hisse senedi işlemleri	2,924	15	7,771	58	10,333	66	16,057	131	53,517	576	42,203	480
Repo İşlemleri	10	0	6	1	21	0	28	1	39	2	38	3
Tahvil ve bono işlemleri	17	0	31	0	52	1	123	2	340	19	397	19
Altın	566	4	999	5	2,000	9	3,332	22	8,972	92	10,868	208
VİOP	41	3	103	10	231	8	567	27	1,307	55	566	72
Toplam	**8,483**	**93**	**18,090**	**205**	**27,169**	**271**	**37,584**	**457**	**89,045**	**1,191**	**98,775**	**2,031**

(Kaynak: TBB, 2022, s. 5).

Mobil bankacılığa dair hem yatırım hem de finansal işlemler incelendiğinde tüm değişkenlerin işlem hacminde artış gözlemlenmektedir. Mobil bankacılığın etkin kullanılması tüketiciler için kolaylık sağlamakla birlikte yeni ekonomi sistemi için de son derece önemli bir veri sunmaktadır. Yeni ekonomi sisteminde paranın dijital alanda dolaşması, bu alan üzerinden paylaşılması paranın getirisinin de dijital olarak görülmesini sağlamaktadır. Yani paranın sadece somut ürün ve işlere değil dijital işlere de kolaylıkla yatırılmasını sağlamaktadır. Bu durum faiz işletim sistemlerinde de

görülmektedir. Aynı verilere internet bankacılığı üzerinden bakıldığında ise aşağıdaki veriler görülmektedir:

Tablo-7 İnternet Bankacılığında Finansal İşlemler

	Aralık 2016		Aralık 2017		Aralık 2018		Aralık 2019		Aralık 2020		Aralık 2021	
	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Milyon)	İşlem Hacmi (Milyar TL)
Para Transferleri	77	753	71	957	71	1,053	66	1,066	63	1,321	69	2,073
Ödemeler	44	43	40	57	37	60	30	62	28	87	26	119
Yatırım İşlemleri	11	186	13	258	13	254	13	286	22	475	18	673
Kredi Kartı İşlemleri	13	19	9	21	9	23	8	23	7	24	7	36
Diğer Finansal İşlemler	4	56	3	32	3	32	4	55	4	80	3	94
Toplam	**149**	**1,057**	**137**	**1,326**	**133**	**1,422**	**120**	**1,492**	**123**	**1,987**	**123**	**2,995**

(Kaynak: TBB, 2022, s. 2).

Tablo-8 İnternet Bankacılığında Yatırım İşlemleri

	Aralık 2016		Aralık 2017		Aralık 2018		Aralık 2019		Aralık 2020		Aralık 2021	
	İşlem Adedi (Bin)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Bin)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Bin)	İşlem Hacmi (Milyar	İşlem Adedi (Bin)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Bin)	İşlem Hacmi (Milyar TL)	İşlem Adedi (Bin)	İşlem Hacmi (Milyar TL)
Yatırım Fonları	1,731	30	1,544	34	1,366	36	1,543	60	1,469	67	1,719	92
Döviz İşlemleri	3,247	54	3,047	64	2,996	72	2,308	68	2,198	86	2,721	213
Vadeli hesaplar	1,045	52	911	48	905	50	724	46	826	52	913	75
Hisse senedi işlemleri	4,289	28	6,519	64	6,787	59	7,740	87	16,120	206	11,510	174
Repo İşlemleri	110	6	111	6	97	4	84	5	70	5	57	6
Tahvil ve bono işlemleri	38	1	79	2	186	6	82	2	131	10	110	7
Altın	438	4	327	2	414	2	482	4	755	12	637	18
VİOP	213	11	333	38	367	24	216	14	568	36	757	89
Toplam	**11,111**	**186**	**12,869**	**258**	**13,117**	**254**	**13,179**	**286**	**22,137**	**475**	**18,423**	**673**

(Kaynak: TBB, 2022, s. 2).

Tablo-6 ve 7 incelendiğinde de mobil bankacılık verilerinde görüldüğü gibi burada da finansal işlemlerin ve yatırım işlemlerinin yıllara göre arttığı gözlemlenmektedir. Her iki veri de (mobil ve internet bankacılığı) Türkiye'nin teknik olarak yeni ekonomiye eklemlendiğini göstermesi bakımından önemlidir. Para akışının internet yolu üzerinden sağlanması yeni ekonomiye de uygun bir araçtır. Nitekim paranın bu yol üzerinden harcanması ve kazanılması yeni ekonominin en temel ilkelerinden birisidir.

3.8.2. Ofis-Ev Bankacılığı

Ofis ve ev bankacılığı insanların kendi bilgisayarlarıyla kendi evlerinden ya da ofislerinden bankacılık faaliyetlerini yerini getirmesi süreci olarak ifade edilmektedir. Diğer bir ifade ile ev (veya ofis) bankacılığı müşterilerin bankaya gitmeden bulundukları yer ile banka arasında doğrudan bir elektronik iletişim hattının olmasına bağlı olarak bankacılık işlemlerini yapabilmelerini ifade etmektedir. Kişilerin ev ya da ofislerinden bankanın bilgisayarına, bilgisayar, videotext, televizyon veya başka bir elektronik araç ile bağlanmaları önemli değildir. Bu açıdan bakıldığında ev bankacılığının müşterinin kullandığı elektronik araç, bu aracın bankaya bağlanmasını sağlayan iletişim hattı ve bankanın bilgisayar sistemi olarak üç ana temel üzerine kurulduğunu söyleyebiliriz (Savaş, 2011, s. 141).

Ev ve ofis bankacılığı EFT sisteminin çağdaş uygulamalarından birisi olarak da değerlendirilmektedir. İlerde daha yaygın bir şekilde kullanılması beklenen bu sistem ülkemizde de yayılarak devam etmektedir. Bu tür bankacılık faaliyetleri banka müşterilerinin hesaplarıyla doğrunda iletişim kurmasına izin vermektedir. Çünkü bu sistemde banka bilgisayarı ile bağlantılı yeni bir hat verilmektedir.

Bahsedilen özel hem televizyona hem de iş yerlerindeki bilgisayarlara bağlanabilmektedir. Bu hatlar sayesinde müşterilerin bankalardaki hesapları ile ilgili her türlü bilgi almaları, hesapları arasında transfer yapmaları, bankalarına talimat vermeleri mümkün olmaktadır. Ev ve ofis bankacılığının ilk örneklerine 1983 yılında Notingham Building Society'de başlanmıştır. Günümüzde de devam eden bu uygulama internet bankacılığının yayılmasıyla birlikte ikinci bir alternatif olarak kalsa da yeni ekonomi sisteminin parçalarından birisi olarak öne çıkmaktadır (Aliyeva, 2011, s. 239).

3.8.3. Kredi Kartlarının Hacmi

Kredi kartı, paranız olmadan da size kredi açan kartlar ve alışveriş yapma bütününe verilen ticari işlemdir. Kredi kartlarının işleyebilmesi için alışveriş yapılan yerde kredi kartlarının kullanımına uygun olması gerekmektedir. Aslında bu detay kredi kartlarının ortaya çıktığı ilk dönemlerde geçerliydi. Günümüzde ise kartla alışveriş yapılan neredeyse tüm mekanlarda kartların hepsi geçmektedir. Yeni ekonominin önemli bir parçası olan kredi kartları da yeni ekonominin en önemli değişkeni olan dijitalleşmenin bir parçası olmuştur. Bu bağlamda tüketiciler QR kodlarıyla tek

dokunuşla alışveriş yapabilmektedir. Kredi kartları kendi telefon uygulamalarını geliştirmiş olduğundan her kart için özel bir QR kodu geliştirmişlerdir. Dolayısıyla kartın dijital bir kopyası çıkarıl olmaktadır. Gerek bu tür alışverişler gerekse de sadece dokunmatik bir şekilde alışveriş işlemleri pandemi döneminin etkisiyle gelişmiş ve yayılmıştır. Nitekim pandemi döneminde temas en temel bulaşı yollarından birisi olarak görüldüğünden kredi kartları ve banka kartlarındaki temassız ödeme limitleri artırılmış ve tavsiye edilmiştir. Dünyada ilk kredi kartı kullanımı 1894 yılında ABD'de Hotel Credit Letter Company tarafından çıkarılmış ve günümüzdeki formu da teknolojiye bağlı olarak güncellenmektedir (Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi, 2021, s. 11).

Dünya genelinde birçok farklı kredi kartı ödeme sistemi olduğu görülmektedir. Bunların başlıcaları VISA ve Mastercard'tır. Banka kartı sistemi olarak ifade edilen bu iki sisteme ek olarak uluslararası garantili çek sistemi de vardır. Bu sistem ise Eurochque ve postcheque kartlarını içermektedir. Bir diğer kart sistemi ise eğlence kart sistemi olarak ifade edilen Amerikan Express ve Dinners Clup'tır.

Türkiye bankacılık, teknoloji kullanımı ve dijitalleşme açısından güçlü bir konuma sahiptir. Türkiye 82,8 milyon kredi kartı sahipliğiyle dünyada 7. sırada yer almaktadır. Türkiye, kredi kartı işlem sayısı bakımından ise dünyada 9. sırada yer almaktadır. Bu istatistiklerin yanı sıra 1,7 milyon POS cihazı, %48 mağaza içi temassız ödeme oranı, 52.100 ATM ve 70,3 milyon aktif bireysel dijital bankacılık müşterisi Türkiye'yi bankacılık alanında lider ülkelerden biri yapmaktadır. Bu durum sadece dijital bankacılık adına değil aynı zamanda yeni ekonomik sisteme entegre olduğunu da göstermektedir. Paranın aracı sistemler aracılığıyla gezmesi yeni ekonomiden alınan kârını da yükseltmektedir (Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi, 2021, s. 11).

Kredi kartının yeni ekonomi bağlamındaki en önemli etkilerinden birisini yine yeni ekonominin en temel özelliklerinden birisi olan nakit kullanımını azaltmasıdır. Bu durum kazancın kayıt alınmasını kolaylaştırdığı gibi vergilendirme metotlarını da oldukça kolaylaştırmaktadır. Nitekim vergi açısından hesaplandığında kredi kartındaki 100 birimlik artış vergi anlamında 19 birimlik bir değer katmaktadır. Bununla birlikte aynı oranda kredi kartı harcaması GSMH'da da 175 birimlik birlik artış sağlamaktadır. Ekonominin bu yönde büyümesini sağlayan sistem işsizliğin de azalmasında etkisi olması beklenmektedir. Nitekim aktarılan verilere göre kredi kartı harcamalarındaki %1'lik artış istihdamı yaklaşık olarak 6000 kişi arttırmaktadır. Yine yapılan

hesaplamalarda kredi kartı kullanımının istihdam üzerindeki etkisi yaklaşık 2,5 yıl sürmektedir (bkm.com.tr). Ülkemizdeki en güncel verilere göre 82 milyondan fazla kredi kartı bulunmaktadır. 2020 yılına kadarki kredi kartı artış durumu ise aşağıda gösterilmektedir:

Tablo-9 Kredi Kartı Sayısı

2010	46,956,124.00
2011	51,361,000.00
2012	54,342,148.00
2013	56,835,221.00
2014	57,005,902.00
2015	58,215,318.00
2016	58,795,476.00
2017	62,453,610.00
2018	66,304,603.00
2019	69,825,826.00
2020	75,697,214.00

(Kaynak: bkm.com.tr)

Tablo-9 incelendiğinde kredi kartı sayısının her gecen yıl arttığı ve günümüzde ise 2022 itibariyle 82 milyonu aştığı görülmektedir. Son 6 yıla bağlı kredi kartı işlem hacmi ise aşağıda gösterilmektedir.

Tablo-10 Kredi Kartı İşlem Hacmi (Milyar TL)

2016	19
2017	21
2018	23
2019	23
2020	24
2021	36

(Kaynak: TBB, 2022, s. 2).

Tablo-9 ve Tablo-10 birlikte değerlendirildiğinde kredi kartı sayısı arttıkça işlem hacminin paralel bir şekilde arttığı gözlemlenmektedir.

3.8.4. ATM'lerin Etkisi

Yeni ekonominin teknoloji ve dijitalleşmesine paralel olarak gelişen bir diğer alanı ise ATM'ler olarak otomatik vezneler oluşturmaktadır. 1960 yılından beri kullanılan ATM'ler kullanıcılara nakit para vermekle başlamıştır. Ancak yeni ekonomi sisteminin dijitalleşmesine paralel olarak ATM'lerden birçok işlem yapılabilmektedir. Bu bağlamda dijital bankacılığın ATM'ler aracılığıyla da işlediği görülmektedir. Hesaplar arası para transferleri, fatura ve kredi ödemeleri de ATM'ler aracılığıyla yapılmaktadır. Bununla birlikte ATM'ler aracılığıyla borsa işlemleri ya da bono ve tahvil alımı da yapılabilmektedir.

Geleneksel sistemde ATM'leri sadece ilgili banka ve müşterileri kullanıyorken çağdaş sistemlerde ise ATM'ler tüm banka müşterileri tarafından kullanılabilmektedir. Yeni ekonomilerde görülen küreselleşme ve iç içe geçme ya da sınırların kalkması ATM'ler örneğinde de görülmektedir. Türkiye'de 1987 yılında kullanılmaya başlanan ATM'ler dijital teknolojilerin gelişmesine paralel olarak gelişmiş ve bugünkü halini almıştır. Maliyet tasarrufu sağlayan ATM'ler kırtasiye masraflarının da minimize edilmesini sağlamaktadır. Ortalama şubeden işlem maliyeti 2,95 USD iken aynı işlemin ATM üzerinden yapılmasının maliyeti 0,01 USD dir. Bu etkinin yayılması ATM sayısının artışına ve kullanımının yaygınlaşmasına bağlıdır (Sarı, 2019, s. 23).

Yeni ekonomi sisteminin bir parçası olmaya devam eden ATM'ler bilişm teknolojilerine paralel olarak güncellenmeye ve gelişmeye de devam etmektedir. Son 10 yılında ATM sayıları aşasıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo-11 ATM Sayısı

2010	27,649
2011	32,464
2012	36,334
2013	42,011
2014	45,576
2015	48,277

2016	48,421
2017	49,847
2018	51,941
2019	53,024
2020	52,798

(TBB, 2021, s. 14).

ATM'lerin de yıllara göre arttığı görülmektedir. Nitekim bu rakamın 2023 yılında 55 bini aşacağı ön görülmektedir. Ancak yeni ekonominin ATM'leri ortaya çıkarması ve dijital hale getirerek dönüştürmesi ATM teknolojisi adına olumlu gelişmelerken yeni ekonominin dijitalleşmeyi ön plana çıkarması paranın da sanal ve kripto hale gelmesi süreç içinde ATM'lerin tamamen ortadan kalkmasına da neden olabilir. Çünkü günümüzde de görülmeye başladığı şekliyle para hesaba yatmakta ve çoğu zamanda elimizi sürmeden dijital araçlar aracılığıyla harcanmaktadır. Diğer bankacılık işlemlerinin de mobil bankacılık üzerinden yapıldığı görüldüğünde ATM'lerin sayısının azalacağı ya da şube bankacılığının yerini alacağı ön görülebilir.

3.8.5. EFT ve EFTPOS Sistemi

Elektronik fon transferi (EFT) geleneksel sistemden farklı olarak fon transferlerini çek banknot ya da ödeme gibi usullerden bilişim ve internet usullerine dönüşümünü ifade etmektedir. Yeni ekonomi sisteminin bankacılığa bakan bir diğer önemli yönünü içeren EFT'ler de yeni ekonominin diğer değişkenleri gibi bilişim teknolojileri ve inovasyonlara bağlı olarak değişmektedir. Bankacılık faaliyetlerine büyük bir kolaylık getiren EFT sistemiyle farklı banka hesaplarına da para gönderilebilmektedir. Ancak bu sitemde eskiden -zaman zaman bazı banka uygulamalarında devam etse de- para gönderme için son saat 17.00 iken günümüzde yedi gün yirmi dört saat istenilen hesabına hızlı bir şekilde para gönderilebilmektedir (Işkın, 2012, s. 50).

Kâğıda dayalı işlemlerin önemli bir bölümünü dijital alana kaydıran bu teknoloji dijital alanda kullanıcılarına dekont verme işlemi de sunmaktadır. Dolayısıyla iletişim ve hesap güvenirliği de yükselmekte ve kullanıcılar tedirgin olmamaktadır. Türkiye'de 1992 yılında başlayan EFT süreci günümüze kadar işlem hacmini artırarak gelmiştir.

TCMB tarafından 1992 yılında Elektronik Fon Transfer (EFT) sistemi, 2000 yılında da Elektronik Menkul Kıymet Transfer (EMKT) sistemi kurulmuştur (TCMB, 2018).

Tablo-12 EFT İşlem Hacmi

Yıl	İşlem Hacmi
1994	18.409
1995	37.957
1997	191.953
2000	1.925.317
2004	5.696.863
2006	15.049.541
2010	24.937.742
2012	32.703.353
2015	42.729.618
2017	62.957.046

(Kaynak: TCMB, 2018)

Tablo incelendiğinde EFT işlem hacminin artarak devam ettiği gözlemlenmektedir. EFT, son yıllarda da işlem hacmini artırmaya devam etmektedir. Özellikle pandemiyle birlikte paraya bulaşı riskinden dolayı değmeme durumu da EFT'nin artmasını sağlayan etmenlerdendir. Ancak yeni ekonomi sisteminde EFT üzerinden borç ödeme kira ödemesi yapma, diğer para göndermeleri hatta e-ticaret bile yapılabildiğinden güncel rakamlarının çok daha yükseldiği görülmektedir.

Aşağıda 2021 yılının bazı aylarının ve 2022 yılının mart ayının EFT işlem hacmi gösterilmektedir:

Tablo-13 EFT İşlem Hacmi (Yakın Dönem)

	İşlem Hacmi (Milyar TL)											
	EFT	Havale							Döviz Transferleri			Toplam
		Kendi hesapları arasında			Üçüncü şahıslara yapılan			Toplam	SWIFT	Diğer (Western Union, Moneygram, vb)	Toplam	
		TP Havale	YP Havale	Toplam	TP Havale	YP Havale	Toplam					
Mart 2021	863	206	7	213	454	37	491	704	6	1	7	1,574
Haziran 2021	1,000	233	8	241	530	43	573	815	7	2	9	1,823
Eylül 2021	1,228	245	9	254	637	51	687	942	8	1	10	2,179
Aralık 2021	1,824	386	19	405	932	88	1,020	1,425	16	2	18	3,267
Mart 2022	1,765	331	20	351	834	109	943	1,293	20	2	23	3,081

(Kaynak: TBB, 2022, s. 15)

Tablo-13 incelendiğinde 2021 sadece dört ayında bile 8 milyar TL'nin aşıldığı görülmektedir. Yeni ekonomide para akışının nakitten dijital aktarıma dönüşmesi ve bunun da hızlı olması gerekir. Nitekim ev, araba satın alma büyük ölçekli iş yapma gibi durumlarda da EFT hizmeti tercih edilmektedir. Dolayısıyla EFT yeni ekonomi sisteminde adapte olunması gereken dinamiklerden birisi olarak öne çıkmaktadır. EFT süreç içinde değişimler geçirmekle birlikte -saat ve gönderim sınırlarının esnetilmesi gibi- yeni ekonominin gelişmesine paralel olarak işlem hacmini de artıracağı ön görülmektedir.

EFTPOS sistemi ise EFT uygulamaları içinde önemli bir yere sahiptir. Bu sistem alışverişlerde müşterinin banka hesabından, satıcının banka hesabına satış anında veya satıştan belli bir süre sonra para transferinin gerçekleştirilmesi amacına yönelik olarak kullanıma sunulmuştur. 1987 yılından beri kullanılan uygulamanın gelişimi aşağıdaki tabloda gösterilmektedir:

Tablo-14 POS Sayısı

2010	1,824,000
2011	2,134,444
2012	2,293,695

2013	2,191,382
2014	2,158,328
2015	1,952,274
2016	1,746,220
2017	1,656,999
2018	1,586,743
2019	1,599,481
2020	1,686,009

(TBB, 2021, s. 14).

Tablo-14 incelendiğinde POS sayısının 2012 yılı sonrasında düştüğü görülmektedir. Bu düşüşte kredi kartı oranlarının düşmesi kadar yeni ekonomi sisteminin getirmiş olduğu dijital yeniliklerin de etkisi olmaktadır. Birincisi insanlar artık e-ticaret üzerinden de alışveriş yaptığından mağazalara gidip POS kullanmamaktadır. Bankacılık sektöründeki diğer değişimler gibi POS sistemindeki değişimde de yeni ekonominin etkileri bulunmaktadır. Özellikle pandemi döneminde teması minimize etmek adına temassız ödeme seçenekleri gelişmiş ve gerek kredi kartları gerekse de banka kartlarıyla temassız ödeme seçenekleri getirilmiştir. Nitekim BKM'nin aktardığına göre günlük temassız ödeme adedi 1 milyona ulaşmış durumdadır. Temassız ödemeye yönelik limit artırımları da devam etmektedir. 33 lirayla başlayan sistem şimdilerde 750 liraya kadar olan harcamalarda kullanılabilmektedir (bkm.com.tr(a)). EFTPOS sisteminin yeni ekonomideki yeni yüzü olan temassız ödemeler sadece kartlarla değil aynı zamanda banka uygulamalarındaki kişiye özel QR kodlarla da yapılabilmektedir. Bu bağlamda EFTPOS sisteminin yeni ekonomide çok daha fazla gelişeceği ön görülmektedir. Cep telefonu üzerinden okutmayla yapılacak ödemeler insan gücünün fiziksel yönünü ortadan kaldırılabilir görünmektedir. Örneğin Çin'de başlayan bir uygulamada müşteriler otomatik sistem üzerinden siparişini verip masasında beklemeye başlıyor. Yemek hazır olduğunda telefonuna bildirim gelen müşteri restoranda bulunan 40 adet kilitli dolaptan birine gidip yemeğini teslim alıyor. Ödeme de yine akıllı telefon üzerinden yapılıyor. Restorana giren müşteri hiçbir çalışanla karşılaşmadan yemeğini yiyip gidebiliyor (Sönmez, 2018). Bu ve benzeri uygulamaların yeni ekonomin dijital ayağının gelişmesine paralel olarak yayılacağı ön görülmektedir.

3.8.6. SWIFT ve Dealing Room

SWIFT bir ödeme aracı olmaktan çok uluslararası bilgi paylaşım platformu olarak hizmet vermektedir. Bankaların, merkez bankalarının, menkul kıymet merkezlerinin, şirketlerin, network sağlayıcılarının ve kuruluşların üye olabildiği SWIFT, müşterilerinin eksiksiz ve güvenilir bir şekilde finansal bilgilere ulaşmalarına ve bu bilgileri değiş-tokuş yapmalarına imkân sağlayan platform, ürün ve hizmetleri sağlamaktadır. Ancak SWIFT aracılığıyla da para gönderimi yapılabilmektedir. Bu birliğe üye bankalar arasında uluslararası para gönderimi ve alımı gerçekleşmektedir.

1977 yılından beri uluslararası faaliyet gösteren bu sisteme birçok ülke katılmış durumdadır. Katılımın artması sermayenin de küreselleşmesi anlamına gelmektedir. Türkiye'nin katıldığı bu sistemde 1500 banka ve 64 ülke yer almaktadır. Uluslararası para gönderimi sağlayan sistemin güvenilir olması uluslararası krizlerin yaşanmamasına da son derece önemlidir. Tipik bir bankanın sunduğu birçok işlemi sunan SWIFT, yeni ekonomi üzerinden paranın küresel bir hal aldığının da göstergesi olarak değerlendirilebilir (Aksoy, 1998, s. 78).

Dealing roomlarda yeni ekonomi sisteminin bir parçası olarak öne çıkmaktadır. Önceleri büyük finans kuruluşlarında bulunan dealing roomlar günümüzde banka bünyelerinde de kurulmaya başlanmıştır. Dealing room mali ürünlerin -para, menkul ya da döviz gibi- alım satımlarının bilgisayar ve telefon aracılığıyla gerçekleştirildiği finans birimleridir. Bankaların fon ve hazine bölümlerinin en önemli parçalarıdırlar. Dealing roomlarda piyasadaki gelişmeler anlık bir şekilde takip edilmektedir. Kâr zarar ilişkisi de riskli alım satımlar da anlık yapılabilmektedir. Büyük ekranlardan takip edilen bilgiler kambist adı verilen uzmanlar tarafından incelenir. Bu alandaki öncü teknolojilerin başında Reuters, ADP, ve Quotron gelmektedir (Başoğlu, Ölmezoğulları, ve Parasız, 2001, s. 275).

3.9. Yeni Ekonomide Piyasa ve Teknoloji Göstergeleri

Piyasa ve teknoloji göstergeleri Türkiye'nin yeni ekonomi bağlamında nerde durduğunu göstermekle birlikte yeni ekonominin ülke ekonomisine olan etkilerin de görülmesi açısından önemlidir. Yeni bir yandan yeni teknolojilerin gelişmesini

sağlayarak piyasalarda inovasyon yapılmasını sağlarken diğer yandan da gelişen teknolojiler yeni ekonomiye yön verebilmektedir. Bu bağlamda hem üretilen teknolojilerin hem de yeni ekonomi finans yaklaşımlarının değerlendirilmesi gerekmektedir. Bu değerlendirmeler Türkiye bağlamında yapılmaktadır.

3.9.1. Üretilen Patentler

Patent satıları ülkedeki araştırma geliştirme faaliyetleriyle doğru orantılı bir şekilde gelişmektedir. Bununla birlikte patent sayısı ülkenin teknolojik ve dijital girişimciliği adına da önemli olduğundan yeni ekonomi adına veriler sunmaktadır. Dijital alana yapılan yatırımlar ve AR-GE çalışmaları neticesini patent sayısında da üretilen ürün bağlamında da göstermektedir.

Patent sayılarının artması ülkelerin ekonomisine de olumlu bir şekilde yansımaktadır. 1985 yılından 2004 yılına kadar olan dönem incelendiğinde -tüm dünyada- patent artışı 1995 yılıyla birlikte artmaya başlamıştır. Bu bağlamda patent sayılarının 1995 yılından bu yana her yıl %4,75'lik bir artış yaşadığı görülmektedir. Rakamsal olaraksa 884.400'den 1.599.000'e yükselerek neredeyse iki katına çıkmıştır. Bu artış dünya GSYİH yıllık ortalama büyüme ile uyumludur ve yüzde 5,6 civarındadır (Moran, 2006).

Üretilen patent sayısına göre ülke ekonomisinde de büyüme yaşanmaktadır. Bu noktada patentler ülke ekonomisinde %0,69'luk bir büyüme yaşanmasını sağlamaktadır. Patent haklarının gelişmesi ve rakamsal olarak da niteliksel olarak da artması ekonominin büyümesine 1990'lı yıllarla birlikte etkisi daha belirgin görülmeye başlanmıştır. Örneğin 1980 yılındaki patent alım süreçlerinin ülke ekonomilerinin bu yıllardaki kadar yansıdığı görülmemektedir. Bu farkın oluşmasında 1990'lı yıllarla birlikte internet ve bilişim teknolojilerindeki patent sayılarının artması etkili olmuştur. Bu yönde yapılan her araştırma ülke ekonomisinin gelişmesini de tetiklemiştir. Geliştirilen uygulamalar, yeni dijital teknolojiler ve diğer teknolojik ürünler ve bu ürünlerin satışı ülkeye bir anda büyük miktarda döviz girdisinin sağlanmasının önünü açmaktadır (Albert ve Png, 2013).

Türkiye'deki veriler incelendiğinde patent sayılarında süreç içinde bir artış olduğu gözlemlenmektedir. Ancak bu verilerin gelişmiş ülkelerle de karşılaştırılması gerekmektedir. Özellikle yeni ekonomi bağlamında ekonominin büyümesi adına patent

hamlesi önemli bir değişken olarak araştırma ve geliştirme birimine de bağlı olarak önem arz etmektedir. 2019 yılı itibariyle patent başvurularındaki artış göze çarpmaktadır. Ülkemizdeki patent başvurularının yıllara göre dağılı aşağıda gösterilmektedir.

Tablo-15 Patent Başvurularının Yıllara Göre Dağılımı

Yıl	Yerli					Yabancı					Genel	Genel
	TÜRKPATENT	PCT	EPC	Toplam	Artış Oranı	TÜRKPATENT	PCT	EPC	Toplam	Artış Oranı	Toplam	Artış Oranı
2010	3120	60	70	**3250**	**25,58%**	77	100	4916	**5093**	**9,46%**	**8343**	**15,22%**
2011	3962	43	82	**4087**	**25,75%**	120	100	5934	**6154**	**20,83%**	**10241**	**22,75%**
2012	4360	74	109	**4543**	**11,16%**	78	154	6824	**7056**	**14,66%**	**11599**	**13,26%**
2013	4345	54	129	**4528**	**-0,33%**	95	175	7257	**7527**	**6,68%**	**12055**	**3,93%**
2014	4654	112	95	**4861**	**7,35%**	149	183	7182	**7514**	**-0,17%**	**12375**	**2,65%**
2015	5302	50	160	**5512**	**13,39%**	251	238	7957	**8446**	**12,40%**	**13958**	**12,79%**
2016	6153	88	204	**6445**	**16,93%**	407	211	9715	**10333**	**22,34%**	**16778**	**20,20%**
2017	7994	181	450	**8625**	**33,82%**	202	178	10278	**10658**	**3,15%**	**19283**	**14,93%**
2018	7114	42	193	**7349**	**-14,79%**	137	173	10845	**11155**	**4,66%**	**18504**	**-4,04%**
2019	7751	120	255	**8126**	**10,57%**	63	154	11573	**11790**	**5,69%**	**19916**	**7,63%**
2020	7803	117	280	**8200**	**0,91%**	90	148	10267	**10505**	**-10,90%**	**18705**	**-6,08%**
2021	8071	163	205	**8439**	**2,91%**	85	157	8885	**9127**	**-13,12%**	**17566**	**-6,09%**

(Kaynak: turkpatent.gov.tr).

Tablo-15 incelendiğinde son 11 yıllık süreçte patent başvuru sayılarının genel olarak arttığı görülmektedir. Ancak bu rakamlar dünyanın ilk 10 ekonomisine girmeyi amaçlayan ve yeni ekonominin dijitalleşmesine eklemlenmeye çalışan Türkiye ekonomisi için yeterli değildir. Nitekim EPO'nun 2020 verilerine göre Türkiye patent sayısı bakımından birçok ülkenin gerisinde kalmıştır. EPO 2020 verilerine göre Türkiye sadece 594 adet patent başvurusu yaparken bu sayıyla 24. sırada yer almıştır. Gelişmiş ekonomiler ise binlerce başvuru yapmıştır. Bu bağlamda Amerika birinci sırada yer alırken tam 44 bin 293 başvuru yapmıştır. Amerika'yı ise 25 bin 954 başvuru sayısıyla Almanya takip etmiştir. Almanya'nın ardından Japonya 21 bin 841 başvuru ile üçüncü, Çin'in de 13 bin 432 başvuru ile dördüncü sırada yer aldığı görülmektedir.

Tablo-16 Avrupa İstatistik Ofisi 2020 Yılı Patent Verileri

Sıra	Ülke	Patent Sayısı
1	ABD	44293

2	Almanya	25954
3	Japonya	21841
4	Çin	13432
5	Fransa	10554
6	Güney Kore	9106
7	İsviçre	8112
8	Hollanda	6375
9	İngiltere	5715
10	İtalya	4600
24	Türkiye	594

(Kaynak: epo.org)

Tablo incelendiğinde Türkiye'nin dünyanın önde gelen ekonomilerinin gerisinde kaldığı görülmektedir. Bununla birlikte pandemi birçok durumu etkilerken patent başvurularını etkilememiştir. Nitekim 2020 yılında EPO'ya 181 bin 250 patent başvurusu yapılırken, 2019'da bu rakam 181 bin 406 olduğu aktarılmaktadır. Yarışta önde gelen ülkelerin patent başvuruları incelendiğinde teknoloji markalarının ön geldiği görülmektedir. Güney Kore ve Çin'in teknoloji markaları patent konusunda öne çıkmaktadır. Bu bağlamda Samsung 3276 ile birinci olurken Huawei ise 3113 başvuru yapmıştır. Huawei ve Samsung'u ise 2909 başvuru ile LG markası takip etmiştir. Bu rakamlar Avrupa patent başvurusunun verileridir. Pandeminin yaşandığı dönemde ise medikal alandaki patent başvurularının arttığı görülmektedir. Özellikle 2020 yılında medikal patent başvuruları zirve yapmıştır. Nitekim bu yıl tam olarak 14 bin 295 medikal patent başvurusu alınmıştır. Medikal alanı takip eden sektörlerin başında ise elektrik ve enerji sektörü, bilgisayar teknolojileri ve dijital iletişim sektörü gelmektedir (Büyükşahin, 2021).

Görüldüğü üzere patent alınan temel sektörler incelendiğinde bu sektörlerin yeni ekonominin de lokomotifi olduğu görülmektedir. Türkiye'nin ise gerek Avrupa patent başvuru sayısında gerekse de yeni ekonomiye eklemlenen (dijital iletişim, bilgisayar teknolojileri gibi) sektörlerdeki başvurusunun azlığı yeni ekonomideki yer alması açısından olumsuz bir durum oluşturmaktadır. Şu hâlde patent sayıları önemli olduğu kadar patentin hangi sektörde olduğu da yeni ekonomi bağlamında önem kazanmaktadır.

3.9.2. Yüksek Teknoloji İhracatına Yönelik Göstergeler

Yeni ekonomi bağlamında en önemli göstergelerden bir diğerini ise ihracat rakamları oluşturmaktadır. Ancak patent sayılarındaki nitelikte olduğu gibi ihracat rakamlarında da nitelik ve ilgili alan ve sektörler son derece önemlidir. İhracat rakamlarının yeni ekonomi adına pozitif göstergeler içermesi için öncelik yüksek teknoloji ürünlerin ihraç edilmesi gerekmektedir. Dolayısıyla yeni ekonomi bağlamında yüksek teknoloji ihracatı öne çıkmaktadır. İmalat sanayi içeresinde genel olarak, yüksek teknoloji ihracatının toplam imalat sanayi ihracatı içindeki payına baktığımızda bu rakam Türkiye için % 2 olarak gerçekleşmiştir (Erdil Şahin, 2019, s. 168).

İleri teknoloji ürünlerinin toplam ihracattaki en yüksek olan ülkelerden birisi Güney Kore'dir. G. Kore için bu rakam %35'tir. Amerika'da ise yüksek teknoloji ürünlerinin toplam ihracattaki payı %32 olmuştur. Türkiye'deki 2017 yılına kadarki süreç ise aşağıdaki gibidir:

Tablo-17 Bilişim ve İletişim Teknolojileri Ürünleri (Toplam mal ihracat/ithalatı %'si)

	İhracat	**İthalat**
2010	1.84	4.47
2011	1.65	3.83
2012	1.73	4.18
2013	1.45	4.57
2014	1.52	5.09
2015	1.47	5.67
2016	1.35	6.74
2017	1.25	6.17

Kaynak: (World Bank Public Data 2020)

World Bank'ın en güncel verileri bu tabloda görülmektedir. Tabloda görüldüğü üzere BİT'e yönelik ihracat her yıl bir miktar düşmüştür. Bu durum ülkenin yeni ekonomiye eklemlenmesi adına olumlu bir veri sunmamaktadır. Yüksek teknoloji ürünlerinin ihraç edilmesine yönelik daha güncel veriler incelendiğinde de rakamların farklı olmadığı görülmektedir. Nitekim ileri teknoloji ürünlerinin ihracattaki ağırlığı

Mayıs 2020'den Mayıs 2021'e yüzde 3.8'den yüzde 2.7'ye, ilk 5 ayda yüzde 3.6'dan yüzde 3.1'e gerilemiştir. Son yıllarda da yüksek teknoloji ihracatında beklentilerin altında kalındığı görülmektedir. Yüksek teknoloji ürünlerinin üretilmesi AR-GE çalışmalarıyla da doğrudan ilişkilidir. Nitekim bu ürünler belli bir araştırma ve geliştirme sürecinin parçası olarak öne çıkmaktadır. Dolayısıyla bu alan hem kamusal hem de özel yatırımların yapılması gerekmektedir. Diğer yandan yüksek teknoloji ürünler yeni ekonominin bilişim ve dijital ayaklarına gönderme yaptığından yeni ekonomiye eklemlenme adına da son derece önemli bir değişken olarak değerlendirilmektedir. Bu bağlamda bir diğer veriyi ise TUİK 2022 veriler olarak aşağıdaki gibi paylaşmıştır:

Tablo-18 Teknoloji Yoğunluğuna Göre İmalat Sanayi Ürünleri Dış Ticareti Ocak 2022

(Milyon ABD $)

	Ocak				
	2021		2022		
Teknoloji yoğunluğu	Değer	Pay (%)	Değer	Pay (%)	Değişim (%)
	İhracat (FOB)				
Toplam imalat sanayi	**14 072**	**100,0**	**16 409**	**100,0**	**16,6**
Yüksek teknolojili ürünler	418	3,0	391	2,4	-6,5
Orta yüksek teknolojili ürünler	5 015	35,6	5 493	33,5	9,5
Orta düşük teknolojili ürünler	3 934	28,0	5 000	30,5	27,1
Düşük teknolojili ürünler	4 705	33,4	5 525	33,7	17,4
	İthalat (CIF)				
Toplam imalat sanayi	**14 233**	**100,0**	**17 594**	**100,0**	**23,6**
Yüksek teknolojili ürünler	1 931	13,6	1 747	9,9	-9,5
Orta yüksek teknolojili ürünler	6 236	43,8	8 111	46,1	30,1
Orta düşük teknolojili ürünler	4 618	32,4	5 592	31,8	21,1
Düşük teknolojili ürünler	1 448	10,2	2 144	12,2	48,0

Tablodaki rakamlar, yuvarlamadan dolayı toplamı vermeyebilir.
Teknoloji Yoğunluğuna Göre İmalat Sanayi Ürün Grupları Sınıflaması Eurostat tarafından NACE Rev.2 sınıflaması baz alınarak hazırlanmış, ISIC Rev.4 sınıflamasına uyarlanmıştır.

(Kaynak: data.tuik.gov.tr)

Tablo-18'deki veriler incelendiğinde de yüksek teknoloji ürünlerinin imalat sanayi ürünleri ihracatı içindeki payı sadece %2.4'te kalmıştır. Türkiye'nin yeni ekonomi düzenin de kendisine yer açabilmesi için bu sektördeki atılımlarına hız kazandırması gerekmektedir.

3.9.3. AR-GE Etkinlikleri

Buraya kadar vurgulana ihracat faaliyetlerinin gerçekleştirilebilmesi adına AR-GE faaliyetleri birincil bir öneme sahiptir. Ancak bu AR-GE faaliyetlerinin de daha çok

yüksek teknoloji ürünlerine ve yeni ekonomiye eklemlenen sektörlerde yapılması gerekmektedir. Nitekim gerek dijital teknolojiler gerekse de BİT'ler ancak bu şekilde geliştirilebilmektedir. Bununla birlikte yüksek teknolojili ürün üretmek sadece yeni ekonomiye eklemlenmeyi sağlamakla kalmayıp ülke ekonomisinin de gelişmesi içim önem arz etmektedir (Ildırar, Özmen ve İşcan, 2016, s. 36). Aşağıda verilen tabloda ürünlerin ekonomik değeri ifade edilmektedir:

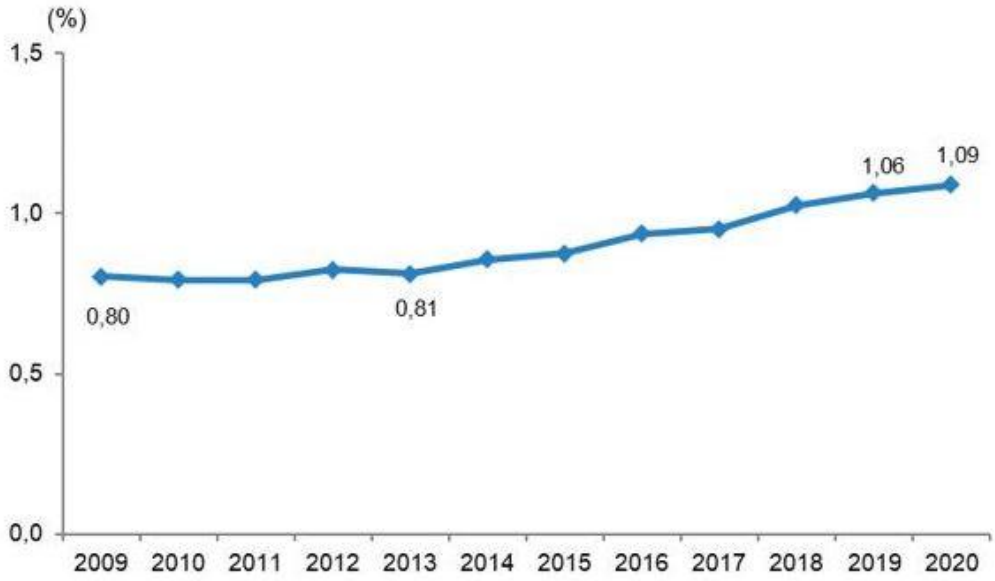
Tablo-19 Bir Kilo Ürün Fiyatlandırılması

Beton	1 kuruş
Çimento	5 kuruş
Demir ve Çelik	50 cent
Alüminyum	1.5. Dolar
Otomobil	10-100 dolar
Ticari uçak	100-1.000 dolar
Savaş gemisi	2.000-3.000 dolar
Cep telefonu	4.000 dolar
Savaş uçağı	10.000 dolar
Uydu	100.000 dolar
Mikro ve Nano Çipler	4.000.000 dolar

(Kaynak: Ildırar, Özmen ve İşcan, 2016, s. 38)

Tablo incelendiğinde yeni ekonominin ürünlerinin ticari ve ekonomik açıdan ne kadar değerli olduğu görülmektedir. Özellikle mikro ve nano çipler robot teknolojilerinde, 3 boyutlu yazıcılarda ya da savunma sanayinde öne çıkmaktadır. Bu tür ürünlerin üretilebilmesi ise AR-GE çalışmalarına bağlıdır. AR-GE'yle ilgili veriler ise aşağıdaki gibidir:

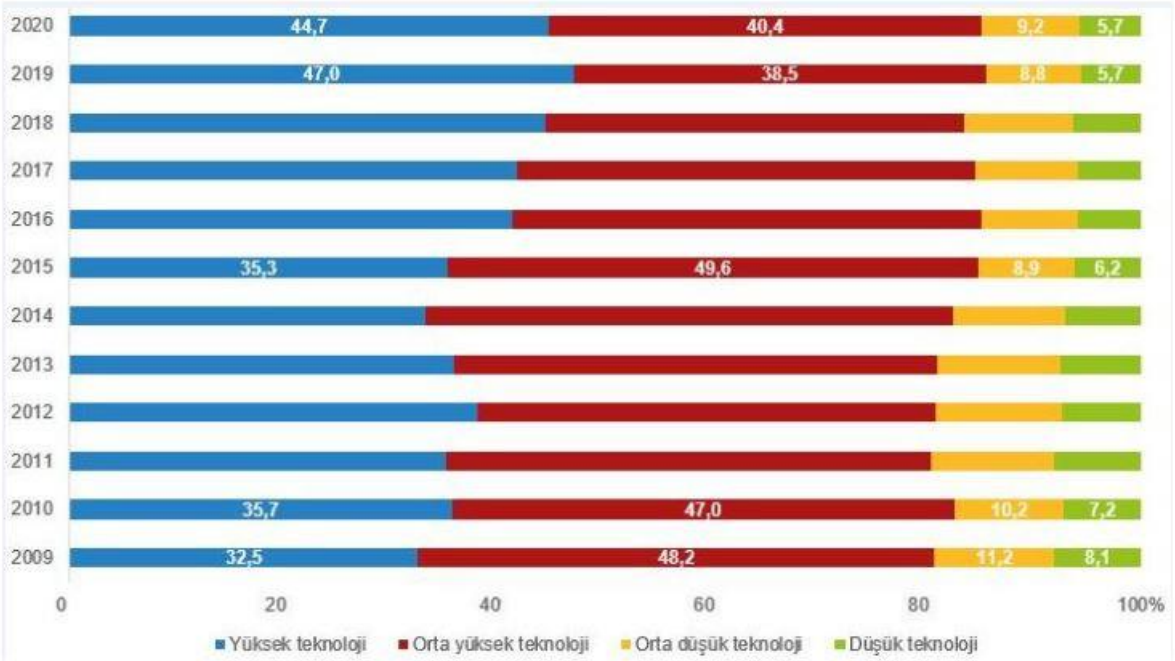
Şekil-11 AR-GE Harcamalarının GSYİH içindeki payı %



(Kaynak: data.tuik.gov.tr(a)).

Grafik incelendiğinde AR-GE harcamalarının GSYİH içindeki payının her yıl yükseliş gösterse de yine de beklentilerin altında kaldığı görülmektedir. Ancak aha öncede ifade edildiği gerek ihracatta gerekse de AR-GE'de yeni ekonomiye eklemlenebilmek adına yüksek teknolojiye ayrılan pay önemlidir. Bu bağlamda İmalat sanayinde gerçekleştirilen AR-GE harcamalarının teknoloji düzeyine göre dağılımı aşağıda gösterilmektedir.

Şekil-12 İmalat Sanayinde Gerçekleştirilen Ar-Ge Harcamalarının Teknoloji Düzeyine Göre Dağılımı, 2009-2020



(Kaynak: data.tuik.gov.tr (a)).

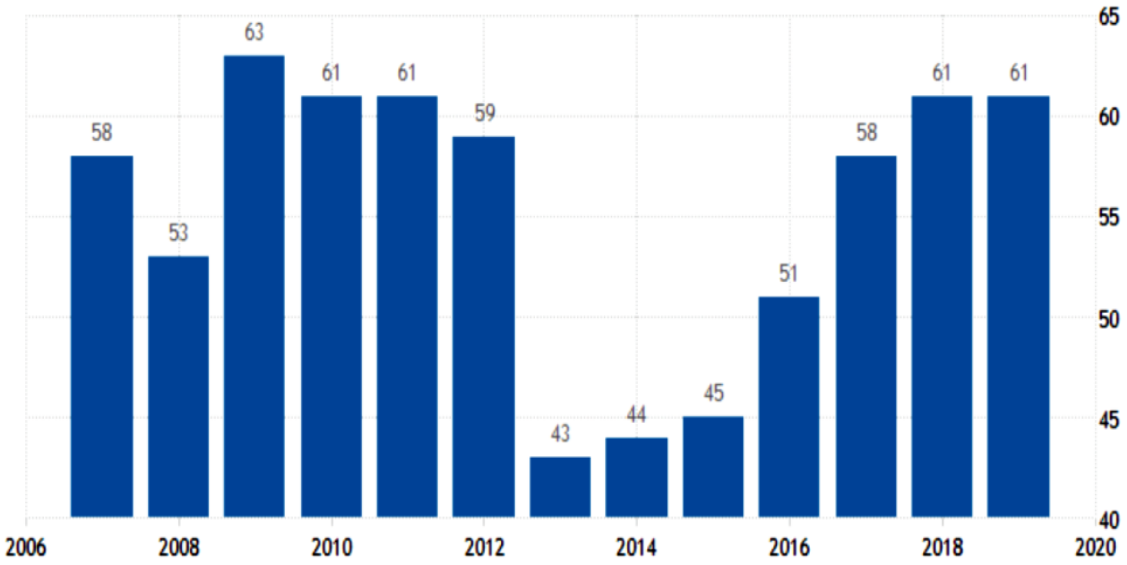
İmalat sanayinde Ar-Ge faaliyeti yürüten girişimler teknoloji düzeylerine göre sınıflandırıldığında 2020 yılında imalat sanayinde gerçekleştirilen 20 milyar 333 milyon TL Ar-Ge harcamasının %44,7'sinin yüksek teknoloji faaliyetinde yer alan girişimler tarafından gerçekleştirildiği görüldü. Bu oran 2015 yılında %35,3 idi. İmalat sanayindeki toplam Ar-Ge harcamasının %40,4'ü orta yüksek teknoloji faaliyetindeki girişimler, %9,2'si orta düşük teknoloji faaliyetindeki girişimler ve %5,7'si düşük teknoloji faaliyetindeki girişimler tarafından yapıldığı görülmektedir (data.tuik.gov.tr (a)). Bu grafikteki veriler değerlendirildiğinde yüksek teknoloji ürünlerine AR-GE bağlamında bir yönelme olduğu da gözlemlenmektedir. Bu durum yeni ekonomi adına olumlu bir nokta olsa da bu alana yatırımların çok daha fazla artması gerekmektedir. Bununla birlikte yüksek teknoloji üzerine AR-GE faaliyet yapan araştırmacı sayısı 14657 iken orta yüksek teknolojideki araştırmacı sayısı 21206 olarak ifade edilmektedir. Bu rakamlar da yüksek teknoloji araştırmacılarının sayısının artması gerektiğini göstermektedir (TÜİK, 2022).

3.9.4. Rekabet ve Teknoloji

Yeni ekonominin en temel ayaklarından olan bilişim teknolojileri ve dijital teknolojiler ülkeler arasındaki ekonomik rekabeti de yükseltmektedir. Rekabetin artması

ülkeler arasındaki rekabetçi gücün de değerlendirilmesini beraberinde getirmiştir (Fagerberg, 1996, s. 2). Türkiye'nin rekabet endeksi ise aşağıda gösterilmektedir.

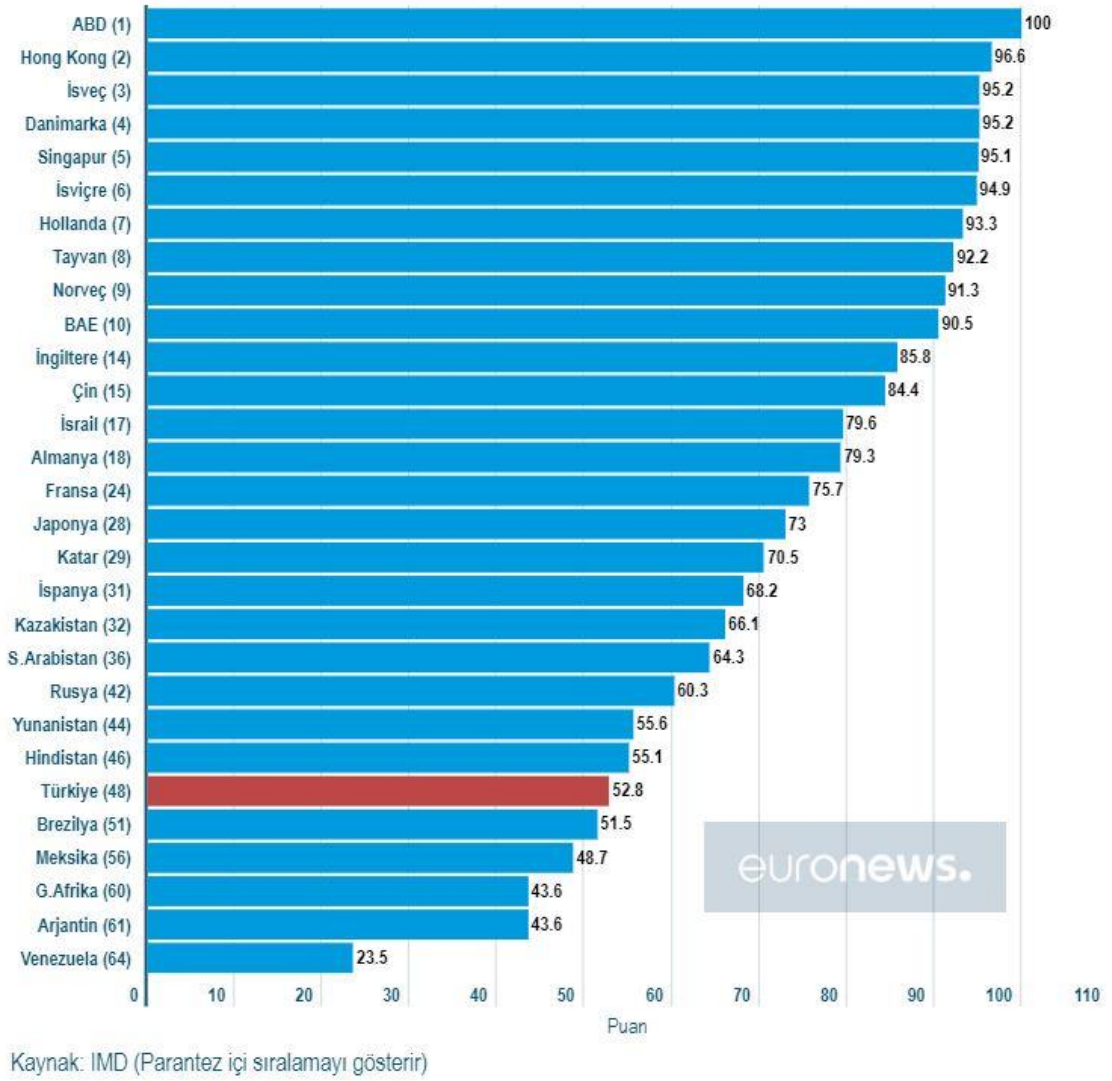
Şekil-13 Türkiye'nin Rekabetçilik Sıralaması



(Kaynak: World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2019, 2019, s. 3).

Türkiye'nin rekabetçilik sıralamasına bakıldığında 2012 sonrası bir iyileşme olmakla birlikte 2016 sonrası eski seviyesine düşmüştür. Türkiye en rekabetçi 61. ülke durumundadır. 2021 yılında en büyük 20. ekonomi olan Türkiye'nin rekabetçilik sıralamasının daha iyi olması beklenmektedir. 2021 yılında açıklanan dijital rekabet endeksi ise aşağıdaki grafikte farklı ülkelerle karşılaştırmalı bir şekilde gösterilmektedir. Nitekim yeni ekonomi için önemli olan rekabet gücü dijital alanda gösterilen güç olmalıdır.

Şekil-14 Dijital Rekabet Gücü Endeksi (2021)



(Kaynak: IMD akt. euronews.com).

Grafik incelendiğinde Türkiye'nin 64 ülke arasında 48. sırada yer aldığı görülmektedir. Bu endeks bir ülkenin yeni teknolojileri anlama ve öğrenme kapasitesi, teknoloji ortamı ve gelecekteki gelişmelere hazır olma performansını ölçmektedir. Dijital rekabet güç endeksi genel olarak değerlendirildiğinde ise Türkiye'nin rakip ülkeler arasında geri kaldığı söylenebilir. Dijital alan yeni ekonominin temel dinamiklerinden birisi olduğundan bu alandaki rekabet endeksinde de daha olmak gerekmektedir.

3.9.5. Beşerî Sermaye

Yeni ekonomi dinamiklerinin ülkede kendisini gösterebilmesi, bu alanda üretim yapılabilmesi de eğitim ve beşeri sermaye ilişkisine bağlıdır. Geleneksel sistemde sadece okur yazar olmaktan bahsedilirken günümüzde dijital okur yazarlık, medya okur

yazarlığı ya da bilimsel okur yazarlığı gibi kavramlarının öne çıktığı görülmektedir. Dolayısıyla ülkenin yeni ekonominin değişkenlerine eklemlenebilmesi için özellikle üniversitelerin ilgili bölümlerindeki eğitimlerin önemi büyüktür. Bununla birlikte gerek üniversitelere gerekse de özel araştırma kuruluşlarına bütçelerin ayrılması gerekmektedir.

Türkiye'de de teknoloji okur yazarlığının gelişmesi adına eğitim çalışmaları lise ve orta okullarda bilgisayar derslerinin konulmasıyla açılmıştır. Yeni ekonomi alanında beşerî sermayenin doğru yönlendirilmesi de gerekmektedir. Örneğin üniversite seçme sınavlarında yüksek puan alan öğrencilerin daha çok yeni ekonomi disiplinlerine yönlendirilmesi ya da AR-GE faaliyetlerine yönlendirilmesi süreci hızlandırılabilir. Türkiye önemli bir genç nüfusa sahip olduğundan bu nüfusun eğitim ve yeni ekonomi bağlamında doğru yollara kanalize edilmesi gerekmektedir.

3.10. Yeni Ekonominin Türkiye Üzerinde Etkileri

Araştırmanın bu bölümünde yeni ekonomi sisteminin Türkiye ekonomisi üzerindeki etkileri; gelir dağılımına etkisi, fiyatların farklılaşması, maliyetlere ve verimliliğe etkisi, e-pazara etkisi, dış ticaret etkisi, enflasyon ve büyümeye etkisi, istihdama etkisi, pandeminin etkisi ve tedarik zinciri ve enerji alanı bağlamında incelenmektedir.

3.10.1. Gelir Dağılımına Etkisi

Yeni ekonomi sisteminin değişkenleri büyük ekonomik gücü ifade ettiğinden gelir dağılımındaki etkileri farklılaştırmaktadır. Çünkü yüksek teknolojili ürünlerden elde edilen gelirler diğer ürünlere göre çok daha fazla gelir sunmaktadır. Bu bağlamda gelir dağılımındaki fark da bu gelir grubundan elde edilen miktara göre değişmektedir. Bu durum Türkiye özelinde değerlendirildiğinde ise ülkemizdeki iktisadi faaliyet kollarının milli gelir içindeki payları incelendiğinde 1990 yılından 2020 yılına kadarki 30 yıllık süreç değerlendirildiğinde balıkçılık, ormancılık ve tarım sektörlerinin payının azaldığı gözlemlenmektedir. Bu azalmaya karşılık bilgi ve iletişim teknolojilerinin ya da sanayi alanındaki sektörlerin payının yükselmesi beklenirken bu sektörlerde de beklenen olumlu gelişme yaşanmamıştır. Bu bağlamda en güncel veri olarak 2021 yılı itibariyle bilgi iletişimin payı %2,7, imalat sanayinin payı %24,1 ve sanayinin payı %25,2 olarak belirlenmiştir (Özdemir, 2020, s. 52).

Aşağıdaki tabloda gelir dağılımı hane halkı açısından gösterilmektedir. Bu verilerde gini katsayısı[vi] ve p80/20 oranı[vii] gelir dağılımını ifade etmektedir. Veriler incelendiğinde Türkiye'nin gelir dağılımında kısmi bir iyileşme olduğu görülse de bu iyileşmenin bilgi ve iletişim sektörü bağlamında olduğu görülmemektedir. Çünkü TUİK verileri de incelendiğinde bilgi ve iletişimin payı sadece %2,7 olarak kalmıştır. Türkiye'de gelir dağılımı tablosu aşağıda gösterilmektedir:

Tablo-20 Türkiye'de Gelir Dağılımı

Yıllar	Gini Katsayısı	P80/20 Oranı
2010	0.380	6,9
2011	0.383	7,0
2012	0.382	6,9
2013	0.382	6,8
2014	0.379	6,9
2015	0.386	7,2
2016	0.396	7,4
2017	0.400	7,4
2018	0.403	7,6
2019	0.387	7,0

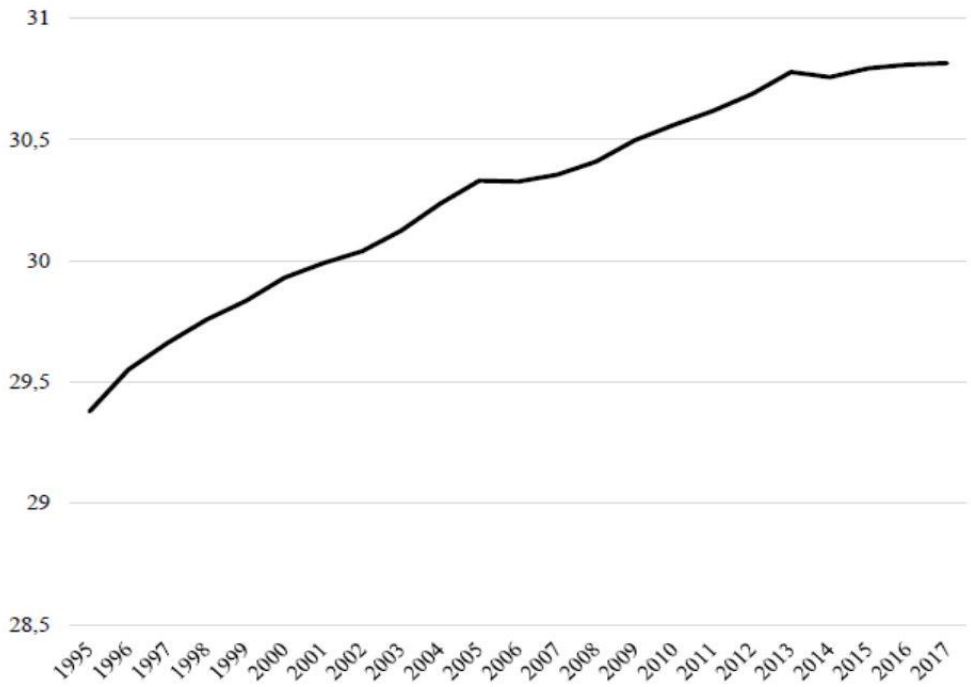
(Kaynak: TÜİK, 2022)

Tablodaki veriler incelendiğinde gini katsayısı bağlamında aslında Türkiye'deki gelir dağılımı eşitsizliğinin çok fazla değişmediği görülmektedir. Bu durumun elbette siyasi ve ekonomik olarak başka nedenleri de bulunmakla birlikte yeni ekonomi bağlamında gelişmesi beklenen sektörlerinde beklentilerin altında kaldığı görülmektedir. Çünkü yeni ekonomiye bağlı olarak gelişen sektörlerden gelen kazanç diğer sektörlerin on ve daha fazla katı para getirdiğinden gelir eşitsizliğine de -politik ve hukuki düzenleme yapılmadığı takdirde- yansımaktadır. Gini katsayısının 2021 yılında ise 0,401 olarak hesaplanmıştır. Gelişmiş ülkeler özellikle Amerika ve Güney Kore gibi yüksek teknoloji üreten ülkeler için gelir eşitsizliği grafiği aşağıdaki şekildedir:

[vi] Ekonomi'de Gini katsayısı, Gini endeksi veya Gini oranı, bir ulus ya da bir sosyal grup içindeki gelir eşitsizliği veya servet eşitsizliğini temsil etmeyi amaçlayan bir istatistiksel dağılım ölçüsüdür. Gini katsayısı istatistikçi ve sosyolog Corrado Gini tarafından geliştirilmiştir.

[vii] P80/P20 oranı, en yüksek gelire sahip yüzde 20'lik grubun gelirinin en düşük gelire sahip yüzde 20'lik grubun gelirine oranı şeklinde hesaplanmakta ve oran küçüldükçe gelir eşitsizliği azalmaktadır.

Şekil-15 Gelir Eşitsizliği Eğilimi



(Kaynak: Solt, 2019).

Şekil-15, belirtilen altyapıyı ele alarak oluşturulan gelir eşitsizliği eğilimini betimlemektedir. Her ne kadar üretimde yer alan bireylerin sınıfsal konumları dışlansa da, ortaya çıkan sonuç gelir eşitsizliğinin gelişmiş ülkelerde bireysel düzeyde de arttığını göstermektedir. Bu gelir eşitsizliğinde yeni ekonomi bağlamında üretilen ürünler ve açılan sektörlerin ekonomik değeri etkili olmaktadır (Özdemir, 2020, s. 55).

3.10.2. Fiyatların Farklılaşması

Fiyatların farklılaşmasıyla gelir eşitsizliği yeni ekonomi bağlamında birlikte ele alınması gereken değişkenlerdir. Bu doğrultuda yeni ekonomi ürünlerinin fiyatlandırması da zorlaşmaktadır. Nitekim bir yandan ekonomi takip edilmekte bir yandan üretilen yüksek teknoloji ürününün uluslararası piyasadaki karşılığı incelenmektedir. Özellikle de bilişim teknolojileri ürünlerinin fiyatlandırılması daha zordur. Bu bağlamda rekabetin olduğu piyasalarda geçerli olan fiyat=marjinal maliyet eşitliği bu piyasalarda geçerli değildir. Yeni ekonomi sisteminde işletmeler hem sektörel bazda hem de farklı piyasalar açısından farklı fiyatlar belirlemektedir. Fiyatlandırmaların yapılmasında üretilen ürünlerin uluslararası ekonomideki karşılığının bilinmesi de önemlidir. Fiyat farklılaşmasının hem firma gelirleri üzerinde hem de hane

halkı tüketim harcamaları üzerinde etkisi vardır. Örnek olarak Türkiye'de yoğun satış yapan A101, BİM, ŞOK ve Migros gibi mağazaların kendi markalarıyla sattıkları ürünler genellikle piyasada tanınan ve kendi markalarıyla satış yapan firmalarca üretilmektedir. Yine beyaz eşya ve elektronik ürün pazarlarında Vestel, Beko, Arçelik, Profilo ve benzeri firmalar farklı isimlerde birçok beyaz eşya ve elektronik ürün satmaktadırlar. Ancak bu örneklerin tüketiciler ve firmalar üzerindeki etkisini ölçecek bir veri mevcut değildir ve bu etkileri ölçen bir çalışma bulunmamaktadır.

Fiyat farklılaşmasının temelinde ise yeni ekonomi bağlamında yeni ekonomi ürünleri olarak dijital teknolojiler oluşturmaktadır. Bu farklılaşma zaman zaman bu alanda üretim yapan işletmelerin çok fazla para kazanmasını sağlayarak gelir eşitsizliğinin artmasını neden olmakla birlikte zaman zaman da ülke içinde fiyat endeksinin değişmesine neden olmaktadır. Yeni ekonomideki fiyat farklılaşmalarında uluslararası piyasaların da etkisi büyük olmaktadır. Çünkü birçok ülke benzer alanda benzer yüksek teknolojilerle üretim yapmaktadır. Böylelikle birbirlerini karşılıklı olarak etkilemektedirler. Üretilen ürün çok az ülkede üretilebiliyorsa ürün farklılaştırılması ve fiyat farkı marjinal olarak değişmektedir (Gündüz, 2020, s. 111).

3.10.3. Maliyetlere ve Verimliliğe Etkisi

Yeni ekonomi bağlamında üretim açısından öne çıkan belirleyicilerinin başında maliyet ve verimlilik gelmektedir. TÜSİAD (2016, s. 35) ekonomide yaşanan dijital dönüşüm malzeme maliyetlerini %20 düşürdüğünü ifade etmektedir. Bununla birlikte üretim maliyetleri de %5 ve %8 arasında düşmektedir. Ayrıca son yıl içinde 90-150 Milyar Euro arasında bir verimlilik kazancı ortaya çıkaracağı beklenmektedir. Üretim maliyetlerinin düşmesinde çok teknik makinelerin üretilmesi ve üretime katılması etkili olmaktadır. Bu tür makinelerin üretilmesi de yeni ekonominin teknoloji ayaklarından birisi olarak öne çıkmaktadır. Üretimin hızlanması ve seri üretim yapılabilmesi üretim maliyetlerini düşürürken verimlilik de yükselmektedir.

Yeni ekonomide maliyetin düşmesi sadece üreticileri değil tüketicileri de etkilemektedir. Nitekim maliyetlerin düşmesi daha çok ürün üretilmesini sağlamakta ve tüketim de bu merkez de artmaktadır. Burada dikkate edilmesi gereken temel husus şudur. Yeni ekonominin temelinde düşük teknolojili tüketim ürünlerini üretmek olmasa da bu ürünlerin hızlı bir şekilde üretilmesini sağlayan makineler ve dijital teknolojilerin

üretilmesi yeni ekonominin alanındadır. Dolayısıyla bu makine teknolojilerin üretilmesi tüketime de yansımaktadır. Çünkü bu dijital makine teknolojisi küçük ürünlerin hızlıca üretilmesini sağlayarak tüketimi de artırmaktadır. Maliyetlerin düşmesi sadece bu alanlarda değil teknoloji alanında da kendisini göstermektedir. Nitekim son 10 yıllık süreç içinde sensör maliyetleri yarı yarıya inerken bir bulut alt yapısı kurma maliyeti de 1/20 oranında düşmüştür. Aynı zamanda bilgisayar işlemcisi maliyetleri de 1/50 oranında düşmüştür (Nuroğlu ve Nuroğlu, 2018, s. 332).

Yeni ekonominin maliyetler üzerindeki etkisi ekonomik modellemesi bağlamında Gilder kuralı, Moore Kuralı ve Metcafe kralı çerçevesinde değerlendirilmektedir. Birincisi Moore kuralına göre yeni ekonomide mikro işlemcilerin rolü etkindir. Bu bağlamda mikro işlemcilerinin gücünün artması sonucunda fiyatlarda bu güce karşılık ucuzlayacaktır. Sonuç olarak maliyetlerde düşecektir. Gilder kuralı ise internet ban genişliği artarken fiyatının değişmemesi olarak tanımlanmaktadır. Metcalfe kuralında ise bir ağa bağlanan sayısı artarken ağın değeri artmakta fakat kullanıcı başına maliyet azalmaktadır. Bu teorilere göre maliyetlerin düşmesinde dijital teknolojilere katılmak önemlidir. Teknolojiye daha fazla kişi ve kurum katıldıkça maliyet da ucuzlamaktadır. Türkiye özelinde değerlendirildiğinde yeni ekonomi süreciyle birlikte endüstriyle ürünlerin maliyetindeki değişmeler öne çıkmaktadır. Bu noktada daha çok otomotiv sektöründeki maliyetler yer almaktadır. Bu sektöre dijital teknolojiler yerleşmeye başlayınca üretim artışı %13,9 seviyelerine gelmiştir. Bu artış 1984 yılından 90'ların sonunu içermektedir (Kurtoğlu, 2017, s. 235).

Maliyet ve verimlilik bağlamında tüm sektörler birlikte değerlendirildiğinde teknolojinin tüm sektörleri verimlilik bağlamında pozitif etkilediği söylenebilir. Özellikle dijital makinelerin elektrikli makine sektörlerinde ve madencilik gibi alanlarda maliyetin düşmesini ve verimliliğin artmasını sağlamıştır. Yeni ekonomi sisteminde dikkate çekilmesi gereken bir diğer maliyet değişkenini ise ucuz iş günü oluşturmaktadır. Çünkü ucuz iş gücüne sahip olan ülkeler dijitalleşen ekonomiden olumsuz etkilenebilir. Toplamda maliyet düşebilir ama bu durum ilgili işletme ya da marka açısından iyiyken ucuz iş gücü sağlayan ülkenin yeni ekonomi dinamiklerini yakalaması açısında ise zorluk teşkil etmektedir. Türkiye'nin de böylesi bir duruma düşmemesi gerekmektedir (Özkan, Al ve Yavuz, 2018, s. 126).

Diğer yandan bu tür bir yaklaşım ucuz iş gücü veren ülke için istihdam sağlaması açısındansa önemlidir. Ancak Türkiye'nin dünya ekonomisinde hedeflediği yere ulaşabilmesi için bu tür bir istihdam alanı olması değil üreten olması gerekmektedir (Bağcı, 2018, s. 126). Dijital dönüşümün sağlanması adına yapılan yatırımların ciddi bir ekonomi gerektirmesi ise en büyük problemlerden birisi olarak öne çıkmaktadır. Yani yeni ekonominin dijitalleşme maliyeti yüksektir. Türkiye ekonomisi açısından buna ilişkin çarpıcı bir veri bulunmaktadır. Yatırımın geri dönüş beklentisi 2 yıl olup bu durum dijital dönüşümün gerektirdiği yatırımların yapılması önünde önemli bir engel teşkil etmektedir (TÜSİAD, 2016, s. 61). Çünkü yeni sanayi devrimine uyum çerçevesinde yapılacak kapsamlı yatırımların geri dönüşü çok daha uzun vadede gerçekleşebilir.

3.10.4. E-Pazara Etkisi

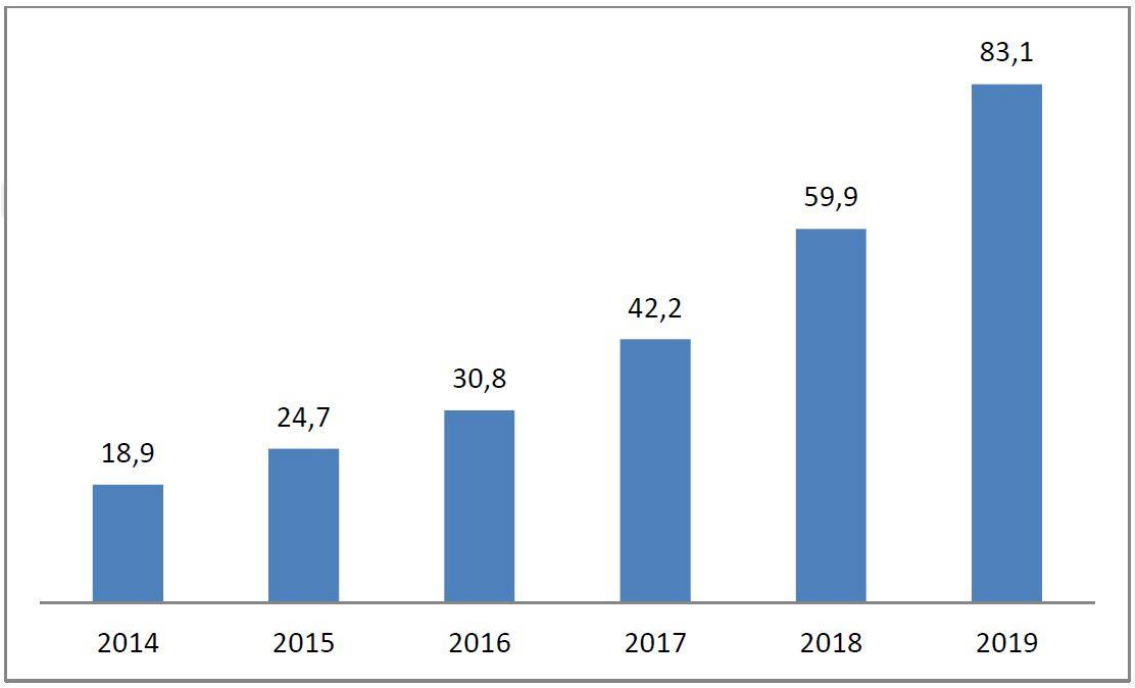
Yeni ekonominin en önemli etkilerinden birini de e-ticaret ve e-pazar yerleri oluşturmaktadır. E-pazaryerleri internet üzerindeki bir konum olarak işletmelerin hem bilgi edinebildiği hem satın alma işlemlerini hem de satış işlemlerini yapabildiği bir alandır. Bu alan yeni ekonominin temel pazarı olarak görülmektedir. Yeni ekonomiyle birlikte hızlı bir gelişim gösteren e-Pazar yerlerinin iki teme işlevi bulunmaktadır. Bunlardan birincisi işletmelerin kendileri için yeni müşteriler ve tüketiciler bulmasıdır. İkincisi ise tüketicilerle ilgili ürün üzerine anlaşma ve teslimata dair güvenli bir ağ geliştirmesidir. E-pazaryerleri birçok farklı sektörde aynı hizmeti vermektedir (EPİQ, 2021).

E-pazaryerleri bir yandan işletmelerin ekonomik faaliyetlerini ve tedarik konularındaki problemlerini çözerken diğer yandan da işletmelerin verimliliklerinin yükselmesini sağlamaktadır. Bu noktada e-pazaryerleri yeni ekonominin temel ilkelerinden birisi olan katıldıkça artan ekonomik verimliliği de sunması bakımından öne çıkmaktadır. E-pazaryerleri işlem maliyetini minimize ettiği gibi işlem hızını artırmaktadır. Bununla birlikte e-pazaryerlerinden ham madde temini de kolaylaşmış olmaktadır (Meymandpour, 2009, s. 109).

Türkiye'de de e-pazaryerlerinin yayılması internetin yayılması ve e-ticaretin gelişmesiyle birlikte başlamıştır. bununla birlikte kredi kartlarının da gelişmesi de e-pazaryerlerinin gelişmesinde etkili olan bir diğer değişkendir. Nitekim kredi kartı

kullanım oranları 1990'lı yıllardan bu yana 700 binli rakamlardan 80 milyona ulaşmıştır. Bu rakamları artması ticaretin elektronik Pazar yerlerine kaymasıyla ve yeni ekonominin gelişmesiyle sonuçlanmıştır. 1990 sonrasında internetin de yayılmasına paralel olarak hem e-ticaret hem de elektronik pazaryerlerinin sayısı ve hacmi artmıştır. Bu bağlamda dünyadaki ilk e-ticaret işletmesi 1994'te ülkemizde ise 1998 yılında faaliyete geçmiştir. 2020 yılına gelindiğinde ise e-ticaret yapan işletme sayısı 70 bini aşmıştır. Aşağıda yeni ekonomiye bağlı olarak Türkiye'deki e-ticaret hacmindeki değişme gösterilmektedir:

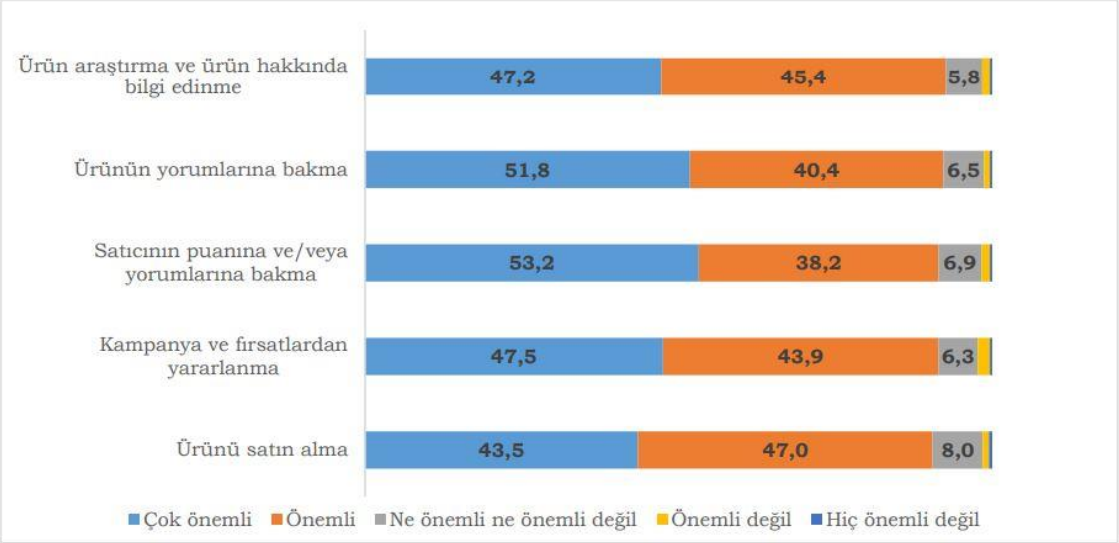
Şekil-16 Türkiye'de E-Ticaretin Gelişimi (Milyar TL)



(Kaynak: Rekabet Kurumu, 2022, s. 59).

Şekil-16'da da görüldüğü üzere ülkemizdeki e-ticaret hacmi her gecen yıl artarak devam etmektedir. E-ticaret hacminin gelişmesi milli gelir içindeki payının da artmasını sağlamaktadır. Bu bağlamda e-ticaretin milli gelir içindeki payı 2014'te %1,08 iken 2019 yılında bu oran %1,92'ye yükselmiştir. Rekabet kurumunun yapmış olduğu tüketici anketine göre e-pazaryerlerinin fonksiyonlarının önemi ise yine yeni ekonomi bağlamında aşağıda sonuçları gösterilmektedir:

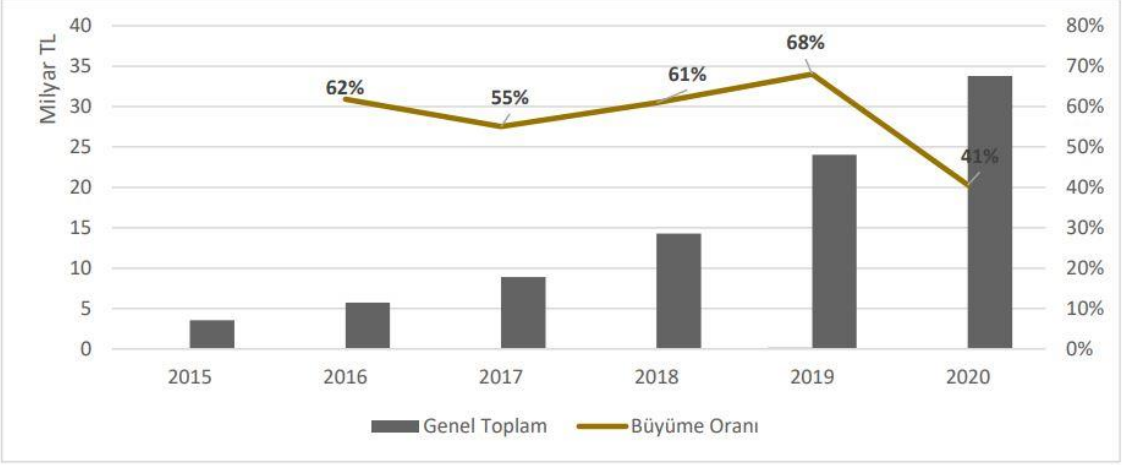
Şekil-17 E-Pazaryerlerinin Fonksiyonlarının Önemi (%)



(Kaynak: Rekabet Kurumu, 2022, s. 59).

Şekil-17'de görüldüğü üzere e-pazaryerlerinin de yeni ekonomideki tüketici-satıcı etkileşiminin önemini göstermektedir. Ayrıca satıcının e-pazaryerindeki tutumu da tüketicilerin satın alma davranışını etkilemektedir. Bu bağlamda ne kadar çok tüketici katılırsa satış hacmi de o derece artmaya meyil göstermektedir. Yeni ekonomi sisteminde e-pazaryerlerinin değişkenlerini göremeyen bir işletmenin ticari olarak ayakta kalması oldukça zordur. E-pazaryerlerinin işlem hacmi ve işlem hacmi bazında büyüme oranları gelişimi de aşağıda gösterilmektedir:

Şekil-18 E-pazaryerlerinin İşlem Hacmi ve İşlem Hacmi Bazında Büyüme Oranları Gelişimi



(Kaynak: Rekabet Kurumu, 2022, s. 96).

Grafik incelendiğinde e-pazaryerlerinin ortaya çıkan ilk bulgu; pazarın 2016 yılından bu yana her yıl %50'nin üzerinde büyüyor olmasıdır. 2020 yılının ilk dokuz ayında gerçekleşen büyüme %41,7 olup 2020 yılının son çeyreği rakamları da dâhil edildiğinde %50'nin üzerinde bir büyümenin bu yıl için de sağlanacağı ön görülmüştür (Rekabet Kurumu, 2022, s. 96).

3.10.5. Dış Ticaret Etkisi

Yeni ekonomi küreselleşmenin bir parçası olarak ortaya çıktığından dış ticaretteki gelişmelerin de olumlu yönde etkilendiği görülmektedir. İnternete bağlı olarak sadece ülkeler arasındaki etkileşim değil işletmeler arasındaki etkileşimlerde ticari bazda artmaktadır. Nitekim birçok işletme kendi tanıtım ve pazarlama faaliyetlerini internet üzerinden yapmakta ve tüm dünyadaki e-pazaryerlerinde görülmektedir. Yeni ekonominin dış ticaret yaklaşımının temelinde teknoloji ve dijitalleşme yer almaktadır. Nitekim yeni ekonomide dış ticaret de e-ticaret olarak yapılabilmektedir. Etkileşim de daha çok internet üzerinden sağlanmaktadır. Bu bağlamda yeni ekonomide dış ticarette nitelikli iş gücünün varlığı da önemlidir (Orkunoğlu Şahin, 2022, s. 88).

Dış ticaret Türkiye özelinde değerlendirildiğinde 1980-2020 arasındaki 40 yıllık dönemde ihracatın yıllık ortalama büyüme oranının %11,8 olduğu görülmektedir. Bu 40 yıllık süreç analiz edildiğinde 1980-90 döneminde %19,28 artış, 1990-2000 döneminde %8,81 artış, 2000-10 döneminde %15,47 artış ve 2010-20 döneminde %4,54'lik bir artış göstermiştir. Yeni ekonomi sisteminin 1990'lı yıllarında başladığı dikkate alındığında 1990 sonrası dönemde ihracatın %-9,83 oranında azalma gösterdiği belirlenmiştir (Akpunar, 2017, s. 21).

Dünyadaki büyük ekonomiler bağlamında değerlendirildiğinde ise Amerika'da da yeni ekonominin etkiler 1990'lı yıllarla birlikte görülmeye başlanmıştır. Artışına bugün de devam etmiştir. Ancak yeni ekonominin etkilerinin dış ticaretteki etkilerini iyi analiz edebilmek için dış ticaretteki ürün satma yollarının ve satılan ürün cinsleri önemlidir. Aşağıdaki tabloda ihracat değişim oranlar gösterilmektedir.

Tablo-20 İhracat Değişim Oranları

2010	11,50
2011	18.50
2012	13.00
2013	-0,40
2014	3,80
2015	-8.70
2016	-0.90
2017	10,60
2018	7.00
2019	2,10
2020	-6,60

(Kaynak: TÜİK, 2022).

Tablo incelendiğinde Türkiye'nin dış ticaret istatistiklerinin yıllara göre değişkenlik gösterdiği gözlemlenmektedir. Özellikle 2020 yılında istatistikler bir önceki yıla göre olumsuz değişmiştir. Bu rakamlar ve değişimler dış ticaret açığının da olumsuz etkilendiğini göstermektedir. Dış ticarete yönelik rakamlar sadece yeni ekonomi bağlamında değil uluslararası anlaşmalar ve politik tutumlar neticesinde de değişebilmektedir. Dolayısıyla yeni ekonomik süreçte yaşanan gelişimin daha iyi analiz edilmesinde tarım, maden ve sanayi sektörünün paylarına da bakılması gerekmektedir.

Tablo-21 Türkiye'nin İhracatının Sektörlere Göre Dağılımı (Milyon Dolar ve %)

Yıl	Tarım	Sanayi	Madencilik	Toplam	Tarım%	Sanayi%	Madencilik%

2000	1.659	25.518	400	27.775	6,0	91,9	1,4
2002	1.754	33.702	387	36.059	4,9	93,5	1,1
2004	2.542	59.579	649	63.167	4,0	94,3	1,0
2006	3.481	80.246	1.146	85.535	4,1	93,8	1,3
2008	3.937	125.188	2.155	132.027	3,0	94,8	1,6
2010	4.935	105.467	2.687	113.883	4,3	92,6	2,4
2012	5.189	143.194	3.161	152.462	3,4	92,6	2,1
2014	6.030	147.066	3.406	157.617	3,8	93,9	2,2
2016	5.397	133.595	2.676	142.529	3,7	93,3	1,8
2018	5.556	157.705	3.399	167.920	3,3	93,9	2,0
2020	8.731.827	161.529.726	20.204.431	16.088.682	4,4	81,9	10,2
2021	10.623.499	185.936.461	34.057.244	21.506.198	3,6	76,7	14

(Kaynak: TÜİK, 2021).

Tablo incelendiğinde sanayi ihracatının payının her dönemde daha yüksek olduğu görülmektedir. Aslında bu veriler Türkiye'nin teknolojik gelişime uyum gösterdiği şeklinde okunabilir. Ancak yeni ekonomi bağlamında dikkate alınması gereken verilerin başında yüksek teknoloji ürünlerinin ihracatıdır. 2020 yılının son yarısında Türkiye'nin e-ihracatı 1,42 milyar ABD Doları olarak kaydedilmiştir. Türkiye'nin en çok sınır ötesi e-ticaret yaptığı ülkeler Almanya, ABD ve İngiltere'dir. Türkiye e-ihracat kapsamında gönderilerde en çok satış yapılan ürün kategorileri; hazır giyim, ev eşyaları, süsler ve aydınlatma cihazları, otomotiv ürünleri olarak sıralanmaktadır. Yüksek teknoloji ürünlerinin imalat sanayi ürünleri ihracatındaki payı ise sadece yaklaşık %4'te kalmıştır. Bu rakamlar Türkiye'nin yeni ekonomi sistemine adapte olduğunu göstermemektedir. Bu bağlamda hem üretim hem de ihracat açısından yüksek teknoloji ürünlerinin payının artırılması gerekmektedir. Dış ticaretin süreç içinde özelikle sanayi sektörü bağlamında gelişmesi umut verici olsa da yeni ekonomi bağlamındaki etkiler yüksek teknoloji ürünleri üzerinden olmaktadır (TÜSİAD, 2022).

3.10.6. Büyümeye Etkisi

Yeni ekonomi sistemi sosyal ve ekonomik hayatı etkilediği gibi ekonominin değerlendirilmesini de etkilemiştir. Bu bağlamda yeni ekonomi sisteminde büyüme bağlamında yeni teoriler de ortaya çıkmıştır. Yeni büyüme teorileri daha çok verimlilik açısından ele alınmaktadır. Geleneksel yaklaşımlarda ekonomik büyümede dikkate alınan temel dinamik verimlilik olmuş ve teknoloji dışsal bir etmen olarak kalmıştır.

Yeni büyüme teorilerinde ise teknoloji büyüme değerlendirilirken içsel bir dinamik olarak ele alınmaktadır.

Yeni ekonomide üretilen her teknoloji kendi üretim ve tüketim alanını da oluşturmaktadır. Büyüme de bu bağlamda değerlendirilmektedir. Sermayenin temel üretim faktörü olarak kabul gördüğü endüstri toplumundan, bilginin temel üretim faktörü olarak kabul gördüğü bilgi toplumuna kadar, bilgi ve teknoloji büyümenin ana unsuru olarak ifade edilmiştir. Literatür içerisinde ekonomistler, ekonomik gelişmişlik düzeyinde teknolojinin önemini her zaman kabul etmiş olmalarına rağmen, modellerinde teknolojiyi içselleştirme konusunda geri planda kalmışlardır. Bu tutum, 1980'lere kadar devam etmiş, 1980'lerden sonra bilgisayar teknolojisinin gelişimi ve yayılımıyla ekonomi bilimi yoğun bir şekilde teknolojiyi içselleştirmiştir (Gönel, 2016, s. 246).

Yeni ekonomi bağlamında öne çıkan teorisyenlerden olan Lucas, Romer ve Schumpeter ekonomi çalışmalarında bilgi ve teknolojiyi her zaman öne plana çıkarmışlardır. Özellikle Schumpeter bilişim teknolojilerini yeni ekonominin tetikleyicisi olarak görmüştür. Dolayısıyla büyüme de bu bağlamda açıklanmaktadır. Romer ve Lucas düşüncesinde de teknoloji ekonomiye içsel olarak değerlendirilmiştir. Ekonomideki dijitalleşmenin verimlilik ve büyüme açısından değerlendirilmesi daha çok 1970'li yıllarla birlikte başlamıştır. Bu yıllarda teknoloji ekonomiye dışsal olarak ele alınsa da Solow adlı teorisyenin "bilgisayar çağı her yerde görülmektedir" yaklaşımı teknolojiye ekonomiye içsel kılmaya başlamıştır. Çağdaş dönemde ise bilişim ve internet teknolojilerinin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi irdelenmektedir. Örneğin Bitcoin olarak sanal paralar veri madenciliği yoluyla internet üzerinden elde edilmekte ve somut harcamalar için kullanılabilmektedir. Bitcoinler geleneksel paralardan farklı olsalar da geleneksel para olarak yani örneğin dolar ya da TL olarak bir karşılığı bulunmaktadır. Dolayısıyla da ekonomik büyümeyle ilişkilidir (Gözüküçük, 2020, s. 64).

Dijital teknolojiler sadece üretim canlanmasını sağlayarak büyümeyi sağlamamakta bununla birlikte tüketim açısından da büyümeyi desteklemektedir. Nitekim dijital teknolojiler tablet, cep telefonları ve oyun konsolları üzerinden de yeni bir tüketim alanı tesis etmiştir. Ayrıca yayıncılık gibi faaliyetlerde dijital teknolojilerden etkilenmektedir. Piyasaya yeni giren her ürün yeni bir talep yaratmaktadır. Ayrıca bu

ürünlerin gelir esnekliği yüksek olduğu için, gelir düzeyi yükseldikçe bu ürünlere olan talep daha fazla artmaktadır. Sonuç olarak, ekonomik büyüme ve dijital teknoloji ürünleri kullanımı arasında pozitif bir ilişki beklenmektedir.

Bilişim teknolojilerinin kullanılmasının işletmeler bağlamında sağladığı büyüme ve verimlilik ilişkisi aşağıda özetlenmektedir:

> Bilişim teknolojisi uzmanı istihdam eden firmaların üretkenliği, bu personeli istihdam etmeyen firmalardan ortalama olarak %3.6 daha yüksektir. Diğer dijital teknolojilerin üretkenlik etkisi şöyledir: ERP[viii] %2.2, CRM[ix] %1.3, SCM[x] %0.9, genişbant mobil cihaz kullanılması %1.7, sabit bağlantı hızının 100 Mb/s'dan olması %2.4, açık kaynak işletim sistemi kullanılması %1.4, RFID[xi] kullanılması %2.5 ve bulut bilişim uygulaması kullanılması %1.5. Bir başka deyişle, üretim değeri 100 milyon TL olan bir firma ERP kullanması durumunda (diğer tüm girdilerinin aynı düzeyde kalması durumunda) üretim değerini 102.2 milyon TL'ye çıkaracaktır. Firmanın 10 yıl faaliyette bulunması durumunda üretim değerindeki net artış 22 milyon TL'ye çıkacaktır. Bu oranlar, dijital teknolojilerin üretkenliği çok ciddi düzeyde artırdığını göstermektedir (Taymaz, 2018, s. 18).

Taymaz'ın araştırmasında da görüldüğü üzere yeni ekonominin temel dinamiklerinden olan internet ve bilişim uygulamaları ticari faaliyetlerde kullanıldığında büyümeyi ve verimliliği sağlamaktadır. Ancak bu durum yeni ekonominin diğer değişkenlerden bağımsız olarak ekonomik büyümeyi sağladığı söylenemez. Bu bağlamda ekonomik büyüme ülkelerin kendi iç ve dış dinamikleriyle de birlikte değerlendirilmelidir. Nitekim pandemi süreci ve sonrasında gerek Avrupa'nın önde

[viii] Kurumsal kaynak planlaması ya da işletme kaynak planlaması, işletmelerde mal ve hizmet üretimi için gereken işgücü, makine, malzeme gibi kaynakların verimli bir şekilde kullanılmasını sağlayan bütünleşik yönetim sistemlerine verilen genel addır.

[ix] Müşteri ilişkileri yönetimi, bir şirketin mevcut ve potansiyel müşterilerle etkileşimini yönetmek için bir yaklaşımdır.

[x] Tedarik Zinciri Yönetimi müşteriye, doğru ürünün, doğru zamanda, doğru yerde, doğru fiyata tüm tedarik zinciri için mümkün olan en düşük maliyetle ulaşmasını sağlayan malzeme, bilgi ve para akışının entegre yönetimidir.

[xi] Radyo Frekansı ile Tanımlama teknolojisi, radyo frekansı kullanarak nesneleri tekil ve otomatik olarak tanıma yöntemidir. RFID, temel olarak bir etiket ve okuyucudan meydana gelir. RFID etiketleri Elektronik Ürün Kodu gibi nesne bilgilerini almak, saklamak ve göndermek için programlanabilirler.

gelen ekonomilerinde gerekse de ülkemizde enflasyon problemi yaşanmış ve ekonomik daralma baş göstermiştir. Bu değişkenler parantaze alındığında ise yeni ekonomi sistemi ekonomi büyüme üzerinde olumlu bir fark yaratmaktadır. Türkiye'nin büyüme oranları aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo-22 Türkiye Büyüme oranları (%)

2000	6,6
2001	-6.0
2002	6,4
2003	5,6
2004	9,6
2005	9.0
2006	7.1
2007	5,0
2008	0,8
2009	-4.7
2010	8,5
2011	11.1
2012	4.8
2013	8,5
2014	5.2
2015	6,1
2016	3.2
2017	7,4
2018	2,8
2019	0.9
2020	1,8

(Kaynak: TÜİK, 2022)

Türkiye’nin büyüme oranları değerlendirildiğinde 2001 krizinin etkileri dışarda bırakıldığında genel olarak az da olsa büyüme gösterdiği görülmektedir. Bu büyümede elbette yeni ekonomi değişkenlerinin etkisi vardır. Ancak Türkiye’de Temmuz 2022 enflasyon değerleri Temmuz 2021’e göre %79,60 olmuştur. Yüzde 79,60 seviyesiyle Temmuz 2022 enflasyon oranı, 1998 yılının Ekim ayını (76,6) da geride bırakarak son

24 yılın en yüksek yıllık enflasyon oranı olmuştur (tcmb.gov.tr) Bu durum ekonomik büyüme açısından olumsuz bir tablo oluşturmaktadır.

3.10.7. İstihdama Etkisi

Yeni ekonominin bir diğer etkisi istihdam alanında yaşanmaktadır. Yeni ekonomi dijital sistemleri iş hayatın merkezine aldığından bu alanda fiziksel güçle çalışan iş görenlerin işini mal oluyor gibi görünse de diğer yandan da yeni çalışma ve uzmanlık alanları açarak istihdam sağlamaktadır. Türkiye'deki işsizlik oranları genel olarak her yıl %6'nın üzerinde seyretmiş son yıllarda ise %10'unda altına düşmemiştir. Yeni ekonominin istihdama olan etkilerinin irdelenmesi adına 1990'lı yıllardaki işsizlik rakamlarına da bakılması gerekmektedir. Bu bağlamda 1990-2000 döneminde işsizlik 1980-1990 dönemine göre 0,17 oranında azalmıştır. Amerikan ekonomisinde yeni ekonominin etkileri 1990'lı yılların ortalarında görülmeye başlanmıştır. Buna göre yapılan hesaplamalarda ise 1995-2005 döneminde işsizlik 1985-1995 dönemine göre 0,09 azalma göstermiştir. Bu azalmanın yaşanmasında yeni ekonominin etkileri olsa da Türkiye özelinde değerlendirildiğinde 2014 yılından bu yana işsizlik rakamlarının yükseldiği görülmektedir. Daha önceki değişkenlerde vurgulandığı üzere yeni ekonomi diğer alanlarda olduğu gibi bu alanda da pozitif imkân sağlasa da ekonomi sadece bir değişken üzerinden ele alınmamalıdır. Nitekim Türkiye'deki işsizlik ve enflasyon rakamlarının yükselmesinde politik kararlar, pandemi ya da diğer etmenlerde etkili olmaktadır (Kurt, 2020, s. 3086).

Tablo-23 İşsizlik Oranları (%)

2000	6,5
2001	8,4
2002	10.3
2003	10,5
2004	10.8
2005	10,6
2006	10.2
2007	10,3
2008	11
2009	14
2010	11.9

2011	11.1
2012	9.8
2013	9,2
2014	9.7
2015	9,9
2016	10.9
2017	10,3
2018	13,5
2019	13,4
2020	13,2

(Kaynak: TÜİK, 2022)

Tablo incelendiğinde Türkiye'nin özellikle son 5 yılda işsizlik rakamlarının oldukça yüksek olduğu görülmektedir. Bu yükselmede pandemi döneminin etkisi de bulunmaktadır. Yeni ekonomi bağlamında değerlendirilme yapıldığında ise son yıllardaki işsizliğe olumlu yansımadığı görülmektedir.

Yeni ekonomideki dijital dönüşüm otomasyon, yapay zeka ve makineleşmeyle birlikte istihdamın azalacağı ön görülmektedir. Nitekim bilim, sanayi ve teknoloji bakanlığı verilerine göre önümüzdeki yıllarda günümüzdeki işlerin yarısının otomasyon teknolojileriyle yapılacağı ifade edilmektedir (BSTB, 2018, s. 30). Tüm dünyada 400-800 milyon arası çalışanın işini kaybedeceği; 75-375 milyonunun yeni beceriler kazanarak çalışmayı sürdürecekleri ifade edilmektedir (MGI, 2017, s. 77). Bu alanda istihdamın sağlanması için bu alanlara yönelik eğitimlerin de verilmesi gerekmektedir. Yani dijitalleşme bir yandan istihdamı azaltırken diğer yandan yeni istihdam alanları açmaktadır. Ancak yeni ekonominin istihdam alanları uzmanlık gerektirdiğinden eğitim son derece önemli bir değişken olarak öne çıkmaktadır.

Diğer yandan dijital teknolojilerle birlikte ortaya çıkan yüksek teknoloji ürünleri oldukça büyük gelirler sağladığından ekonomik büyümenin önemli bir parçası olmaktadır. Ayrıca yeni ekonomi sistemi üretimi özendirdiğinden işsizliği de azaltabilir görünmektedir. Yani reel büyüme istihdam sağlayabilir görünmektedir. Ancak bu durum sadece ekonomik bağlamda değil piyasayı kontrol eden politik kararlara da bağlıdır. Yeni ekonomi bağlamında TÜSİAD'ın hazırladığı rapora göreyse dijital dönüşüm sürecinde artan talebin etkisiyle 300 Milyar Euro ek gelir ortaya çıkacak, ekonomik büyümenin istihdama %6'lık bir katkısı olacaktır (TÜSİAD, 2016a, s. 35).

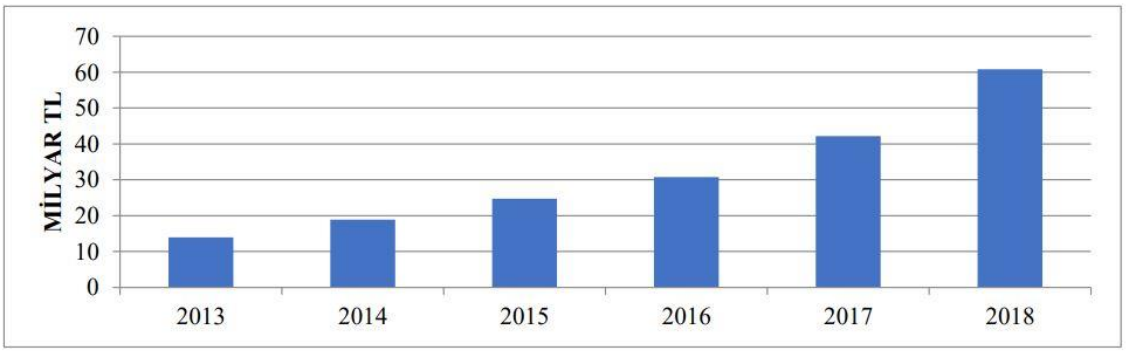
Ama sadece büyümeni olması istihdamın artacağı düşüncesini doğurmamaktadır. Emek faktörünün homojen olmadığı, sürecin nitelikli ve niteliksiz (düşük nitelikli) emek açısından farklı sonuçlar doğurabileceği de göz ardı edilememelidir. TÜSİAD raporuna göre Türkiye'de niteliksiz emeğe olan ihtiyaç süreç içinde azalacaktır. Bu azalma 400-500 bin iş gören kadar olacaktır. Bununla birlikte yeni ekonominin dijitalleşmesine paralel olarak da 100 bin nitelikli iş gücüne ihtiyaç ortaya çıkacaktır (TÜSİAD, 2016a, s. 46).

Gelinen noktada yeni ekonominin süreç içinde ülkemizde de istihdamı olumsuz etkileyeceğini ön görülmektedir. Ancak yeni ekonominin dijitalleşme ve otomasyon ya da yazılım alanlarında ise yeni iş sahalarının açıldığı unutulmamalıdır. Bu bağlamda ülkenin eğitim politikalarının da yeni ekonominin dinamikleri bağlamında belirlenmesi gerekmektedir.

3.10.8. Pandeminin Etkisi

Korona pandemi süreci günümüzde etkileri zayıflamış olsa da devam etmektedir. Pandeminin en temel etkisini bulaşı oluşturduğundan insanların yan yana gelmesinin koronanın engellemesi açısından önemi anlaşılmış ve tüm sosyal hayat buna göre dizayn edilmiştir. Dolayısıyla iş yerleri uzaktan hizmet vermeye eğitim uzaktan olmaya başladığı gibi ekonominin temelini oluşturan alışverişte de internet üzerinden alışveriş öne çıkmıştır. Pandemi döneminde hız kazanan e-ticaret pandeminin etkisini kaybetmesi sonrasında da devam etmektedir. Çünkü tüketicilerin satın alma davranışları değişmeye ve yeni tüketim alışkanlıkları kazanmaya başlamasına neden olmuştur. Aşağıda Türkiye'nin yıllara göre değişen e-ticaret durumu gösterilmektedir

Şekil-19 Türkiye'de E-Ticaret Sektörünün Yıllara Göre Büyüklüğü



(Kaynak, TÜİK, 2022).

Şekil 19'da görüldüğü üzere ülkemizdeki 2-ticaret hacmi her gecen yıl artarak devam etmektedir. Pandemi sürecinin başladığı 2019 yılı ve sonraki yılların verisinde de benzer bir durum görülmektedir. Türkiye'de e-Ticaret sektörü 2019 yılında büyümesini sürdürerek yüzde 39 oranında artışla 83,1 milyar TL'lik büyüklüğe ulaştı. 83,1 milyar TL büyüklüğündeki e-ticaret pazarında online perakende 44,9 milyar TL'lik bir yer tutarak geçen seneye göre yüzde 43 büyüme gösterdi. Türkiye'de e-ticaret harcamaları 2020 yılında 226 milyar TL olurken, yurtiçi satıcıların e-ticaret hacmi 216 milyara yükselmiş bulunuyor. Türkiye ekonomisi 2020'de reel olarak yüzde 1,8 büyürken, e-ticaret harcamaları covıd-19 pandemisinin etkisiyle yüzde 45 oranında büyüme sergiledi. 2021 yılında ülkemizde e-ticaret hacmi %69 artarak 381,5 milyar TL olarak gerçekleşti. Sipariş adetleri ise yüzde 46 artarak 2 milyar 297 milyon adetten 3 milyar 347 milyon adede yükseldi (eticaret.gov.tr)

Pandemi bir yandan e-ticareti canlandırmış ama diğer yandan da ülkelerin genel ekonomilerini olumsuz yönde etkilemiştir. Bu dönemde Türkiye'nin büyüme rakamları covid öncesine göre olumsuz bir şekilde değişmiştir. Aşağıda bu durum gösterilmektedir:

Tablo-24 Covid-19 Pandemi Sürecinde Türkiye'nin Büyüme Oranı (%)

KURUM	COVİD-19 ÖNCESİ	COVİD-19 SONRASI	FARK
IMF	3,0	-5,0	8,0
DÜNYA BANKASI	3,5	0,5	3,0
EIU	3,8	-3,5	7,3
ORTALAMA	3,4	-2,7	6,1
DELOİTTE TÜRKİYE	3,5	-1,9	5,4

(Kaynak: Adıgüzel, 2020, s. 196).

Tabloda görüldüğü üzere korona süreci Türkiye ekonomisini olumsuz yönde etkilemiştir. Büyümenin olumsuz etkilenmesinde ülkeler arasındaki uçuşların durdurulması ve ihracatın da azalması etkili olmuştur. Nitekim ülkeler bulaşı riskini minimize etmek açısından ülkeler arası teması da azaltmaya çalışmıştır. Bu durum ise ekonomilerin küçülmesiyle sonuçlanmıştır. Sonuç olarak Türkiye özelinde pandeminin yeni ekonomi üzerindeki etkisinin e-ticaret bağlamında olumlu ancak genel ekonomik veriler bağlamında ise olumsuz etkilendiği görülmektedir. Pandemi yeni ekonominin temel dinamiklerinden olan internetin ve e-ticaret kullanımını artırdığından bu özelde olumlu bir katkı vermiştir. Nitekim günümüzde sadece perakende satışlar değil ihracatlarda da internet kullanılmaktadır.

3.10.9. Tedarik Zinciri ve Enerji Alanı

Yeni ekonominin etkilediği bir diğer alanı ise tedarik zinciri ve enerji alanları oluşturmaktadır. Nitekim dijitalleşmeyle birlikte tedarik zincirleri de internet ortamına taşınmıştır. Artık tedarikçilerle de internet üzerinden iletişim kurulmaya başlandığından tedarikçinin kısa sürede bulunması kolaylığı ortaya çıkmıştır. Taymaz (2018)'in TÜSİAD için hazırlamış olduğu rapora göre Türkiye'de dijital ekonomi için bu alanda yetişmiş tedarikçi sorunu bulunmaktadır. Daha öncede ifade edildiği üzere dijital ekonomi kendi içinde yeni alanlar yaratmakta ya da tedarikçilik ya da enerji alanları geleneksel ekonomide de yer alan alanların da yeniden ele alınmasını sağlamaktadır. Ancak yeni ekonomi sisteminde bu alanlarda çalışacak olan iş görenlerden uzmanlık beklenmektedir. Bu bağlamda tedarikçilerin de dijital alana kaymasıyla birlikte bu alanda istihdam edilmek üzere bilişim uzmanı gerekmektedir (Akben ve Avşar, 2017, s. 108).

Yeni ekonomi, üreticilerin tedarikçilerle kurmuş olduğu ticari ilişkileri de belirlemiştir. Bu bağlamda yeni sistemde yatay veri ve sistem entegrasyonu[xii] geliştirilmektedir. Bu entegrasyonla birlikte birçok ortak çalışma alanı ortaya çıkmaktadır. Tedarikçilerin bu ortaklaşa sisteme entegre olması işbirliğini artırarak hataların da minimize edilmesini sağlamaktadır. Tedarikçiler yatay entegrasyon yoluyla

[xii] Yatay entegrasyon, müşteri tipi aynı olan farklı şirketler arasındaki birleşmedir. Bu birleşmedeki asıl amaç, aynı müşteri tipine hitap eden bu şirketlerin pazardaki paylarını arttırmaktır.

operasyonlarını üreticilerden gelen yeni siparişlere göre düzenleyebilecekler ve bu durum 'tam-zamanında' lojistik potansiyellerini azami düzeye çıkartabilmelerini ve bu yolla lojistik ve operasyon maliyetlerini azaltmalarını sağlamaktadır.

Tedarik zinciri ticari girişimlerin ve üretim problemsiz ilerlemesi adına oldukça önemli bir alandır. Nitekim tedarik zinciri bir ham maddenin satın alınmasını onun dönüştürülmesini, üretilmesi ve müşterilere teslim edilmesi boyunca tedarikçilerin, fabrikaların, depoların, dağıtım merkezlerinin, perakendecilerin ve müşterilerin oluşturduğu bir ağdır. Eş zamanlı bir faaliyet olarak tedarik zinciri doğru bir ürünün istenilen zaman ve mekânda işletmelere ulaştırılmasını sürecini ifade etmektedir. Tedarikçinin ürünü stoktan mı başka bir yerden alacağı ilgili ürünün tüketiciye ulaştırılmasını zorlaştırmaktadır. İşte yeni ekonomi sisteminde bu alanın tedarik zinciri olarak dijitalleşmesi söz konusu olduğundan bir ürün ya da hizmetin çok daha kısa sürede temini söz konusu olmaktadır. Yeni ekonomiye büyük bir esneklik sunan tedarik zincirlerinin dijitalleşmesi küresel bir tedarik ağını da süreç içinde ortaya çıkaracaktır (Yıldız, Karakoyun ve Parlak, 2018, s. 470).

Yeni ekonomiyle birlikte değişen bir diğer alanı ise enerji alanı oluşturmaktadır. Yeni ekonominin sürdürülebilir bir şekilde işleyebilmesi için her zaman enerjiye ihtiyaç duyulmaktadır. Zaman ve mekân olarak her zaman her yerde işleyen bir sistem sunan yeni ekonomi için enerji en temel tüketim ve üretim aracı olarak öne çıkmaktadır. Bu noktada enerjide de yenilenebilir kaynakları yönelmenin söz konusu olduğu görülmektedir. Dijital teknolojilerin enerji alanlarına entegrasyonu farklı biçimde katkı sağlamaktadır. Birincisi dijital teknolojiler enerji sistemlerini güvenliğinin sağlanması açısından önemlidir. İkincisi ise enerji alanlarının daha verimli olmasını sağlarken sürdürülebilir olmasını da sağlamaktadır (Özşahin, Mucuk ve Gerçeker, 2016, s. 115).

Yeni ekonomide sanal paralarda -bitcoin örneğinde görüldüğü gibi- enerji ihtiyacı geleneksel ekonomiye göre her zaman çok daha fazla olmaktadır. Enerji alanlarına duyulan ihtiyaç sadece internet üzerinden yapılan işlemler için değil bununla birlikte yüksek teknoloji ürünlerinin üretilmesi ve kullanılması sırasında da enerji alanlarının rolü öne çıkmaktadır. Bu bağlamda ülkeler farklı enerji alanlarına ya da enerji türlerine yönelebilmektedir. Bor ya da toryum bu enerji kaynaklarının başında gelmektedir. Gelinen noktada yeni ekonomi yeni enerji kaynaklarını da gerektirmektedir. Çünkü yeni ekonomide nerdeyse her şeyin kullanılması ve üretilmesi

adına enerji kaynakları gerekmektedir. Geleneksel ekonomide fiziksel güç öne çıkarken yeni ekonomide fiziksel güçten daha çok uzmanlaşma öne çıkmaktadır. Dolayısıyla enerjinin de üretime katılması gerekmekte ve enerji tüketimi artmaktadır.

Türkiye'de 2019'da 290 milyar 445 milyon 456 bin kilovatsaat elektrik tüketilirken, bu rakam 2020'de yüzde 0,14 artarak 290 milyar 856 milyon 21 bin kilovatsaate çıkarken 2021 yılında ise bir önceki yıla göre %7,7 artarak 329,6 milyar kWh, elektrik üretimi ise bir önceki yıla göre %8,1 oranında artarak 331,5 milyar kWh olarak gerçekleşmiştir (enerji.gov.tr).

3.10.10 Dijitalleşme Süreci ve Sektörlerdeki Değişim

Teknolojinin hayatımıza girmesi ile iş hayatlarımızda doğrudan bu süreçte etkilenmiştir. Bu süreçte bir, iki sektör değil. Tüm sektörler etkilenmiştir. Bankacılık ve finans sektörü dijitalleşme ile farklı bir boyut kazanmıştır. Sürece devletinde dahil edilmesi ile yani devletinde dijitalleşmesi ile işler daha kolay hale gelmiştir. Örneğin banka kredisine başvuracak bir kişinin veya şirketin bütün geçmişi, kredi değerleri, krediyi ödeyebilme yüzdeleri bu sistem içerisinde yer almaktadır. Eski sistemdeki gibi araştırma dosya yükü ve zaman kaybı ortadan kalmıştır. Yine başka bir örnek verecek olursak örneğin hayvancılık sektörü ilerleyen teknoloji ile modern süt sağım makineleri ile üretici hayvanından daha fazla verim ve süt elde edebiliyor. Böylelikle hem fazla personele gerek kalmıyor hem de verimini arttırmış oluyoruz.

3.10.11 Türkiye'yi Etkileyen Faktörler ve Etkiler

Geleneksel ekonomide ve yeni ekonomide aslında Türkiye ağırlıklı olarak tüketim toplumu olarak gözükmektedir. Türkiye üretmiş olduğu ürünleri pazarlamakta ve dünyada bir marka yapma konusunda geri kalmıştır. Ve sürekli dışarıdan alım yaparak ihtiyaçlarını karşılamaktadır. Bu alımın aslında büyük bir tehlike doğurduğunu da unutmamak gerekir. Bu tehlikenin adı cari açıktır. İthalat ve ihracat dengesinin sağlanamadığı durumlarda ülkeler cari açık verirler. Bu sebepten sadece ithalat ile ilerlemek mümkün değildir. Üretim yapmalıyız ve yaptığımız üretimleri dünya pazarında pazarlayabilmeliyiz.

3.11 Yeni Ekonomi Düzeninde Siber Güvenlik

Araştırmanın bu bölümünde yeni ekonomi düzeninde güveliğin en önemli unsurlardan biri olduğuna değineceğiz. Veri güvenliği ve ağ güvenliği konularına yatırımlar yapılması konusundaki teşviklere ve hamleleri inceleyeceğiz. Siber saldırılara nasıl karşı önlemler alınır onlara değineceğiz.

3.11.1 Siber Güvenlik Alanının Önemi

Yeni ekonomik yapı, gelişen teknoloji değişen insanlık ve değişen dünyamız. Bu kadar hızlı gelişim ve değişim düzenin etkili olduğu bir ortamda güvenlik sorunlarını da beraberinde getirmektedir. Özellikle şirketlere ve devletlere siber saldırılar yapılmaktadır. Bunu engellemek için firmalar ve devletler çeşitli yazılımlar ile kendilerini güvene almaktadırlar. Burada amaçlanan ağ güvenliğini, operasyonel güvenliği ve bilgi güvenliğinin sağlanmasıdır. Siber saldırılarda kendi içinde ayrılmaktadır. Siber saldırı, siber suç, siber terör gibi ayrımları vardır. Günümüzde siber saldırılarda amaçlanan kazanımlar şunlardır; finansal kazanç sağlamak, sistemlerin ve işlerin kesintiye uğramasını sağlamak, politik ve önemli konuları deşifre etmek, şirketlerin özel bilgilerine erişmek ve panik ve korku ortamı yaratacak ifadeler ve ortamlar yaratmak. Bu tür durumlardan kaçınmak ve önlem almak çok önemlidir. Çalışan personele eğitimler verilmeli, yazılımlarımız ve ağ güvenliği sağlayıcılarımız güncel tutulmalı, güçlü anti-virüs programları kullanılmalı, parola tercihleri ileri düzeyde olmalı, bilinmeyen numaralardan gelen aramalara ve mesajlara itibar edilmemeli, bilinmeyen maillerden gelen eklentilere bakılmamalı. Bütün bunları sağlayan kişi, kuruluş ve devletler kendilerini bu siber suçluluklardan ve örgütlerden koruyacaklardır. Ancak bu tür önlemleri almayanlar ise büyük zararlara uğrayacaklardır. Günümüzde veri güveliği en önemli unsurdur. Verilerimizi kimse ile paylaşmamalı ve korumalıyız

SONUÇ VE ÖNERİLER

Yeni ekonomi teknolojinin gelişmesine paralel olarak ekonominin teknolojiyle ve dijital ya da bilişim teknolojileriyle birleşmesini ifade etmektedir. 1990'lı yıllarda etkisini göstermeye başlayan yeni ekonomi yayılım ve gelişimini ise 2000'li yıllarla birlikte göstermeye başlamıştır. Yeni ekonominin temel dinamiklerinin bilgi ve iletişim teknolojileri olduğu görülmektedir. Ekonominin bu alana kayması e-ticaretin artmasını sağladığı kadar sosyal hayatta dijital teknolojilerin kullanılmasını artırmıştır.

Dünyanın önde gelen ekonomilerinin yeni ekonomi trendlerine bağlı olarak dijitalleşmesi ülkeler arasındaki ekonomik ve ticari rekabeti de bu alana taşımıştır. Dolayısıyla Türkiye'nin de bu rekabette yer alması içinde yeni ekonominin dinamiklerine uygun hareket etmesi gerekmektedir. Araştırma da bu bağlamda değerlendirilmiştir. Yeni ekonominin Türkiye ekonomisine olan katkıları irdelendiğinde iki temel boyutun öne çıktığı gözlemlenmiştir. Bu boyutlardan birincisini kamusal alandaki düzenlemeler diğerini de özel kuruluşların ya da şirketlerin gelişmeleri oluşturmaktadır. Bu bağlamda devletin yeni ekonomiye adapte olabilmek için gerekli yenilikleri yaptığı söylenebilir. Ancak bu yenilikler yeni ekonominin dijital dinamiklerinin kullanılmasına da yapılan yeniliklerdir. Türkiye'nin yeni ekonominin üretim alanlarına yönelmesi ve bu alanda da söz sahibi olması gerekmektedir. Çünkü gerek ülkeler arasındaki rekabet gerekse de daha özel anlamda şirketler arasındaki rekabet bu alanlarda da gelişmektedir. Oysa Türkiye'nin gerekli alt yapıyı kısmen sağladığı görülmekle birlikte bu alt yapıya uygun teknolojileri yeteri kadar üretememektedir. Dolayısıyla rekabette hem şirket hem de ülke açısından Avrupa'nın önde gelen ülkeleri ve Amerika'nın gerisinde kalmıştır. Bu durumun öncelikle nedenini ise yüksek teknoloji üretimi ve ihracatındaki sonuç oluşturmaktadır.

Yeni ekonomide üretilen herhangi bir ürün de müşterilerin merkezi bir konumda olduğu görülmektedir. Müşterilerin talep ve beklentilerinin yön verdiği bir ekonomik nosyonu da içeren yeni ekonomide girişimcilerin yükselmesi çok daha hızlı olabilmektedir. Hızlı büyüme rekabetteki en büyük başarılardan birisi olarak öne çıkmaktadır. Bu bağlamda yeni ekonomide markalaşma ve dijital pazarlama ya da reklam tekniklerinin de çok iyi uygulanması gerekmektedir. Rekabette geride kalmamak adına yeni ekonominin sadece alt yapısının değil pratik yönlerinin de deneyimlenmesi önemlidir. Türkiye özelinde yeni ekonomiye ayak uyduran değişiminin bu yönünü en iyi şekilde deneyimleyen kurumların başında bankalar gelmektedir. Bankacılık faaliyetleri de yeni ekonomi sisteminde en belirleyici etmenlerden birisi olmakla birlikte yeni ekonominin belirleyici etkilerinin de görüldüğü kurumlar olarak öne çıkmaktadır. Bu araştırma bağlamında yapılan incelemede de yeni ekonomi sisteminin etkilerinin Türkiye'deki bankacılık faaliyetlerinde görüldüğü belirlenmiştir. BİT kullanım oranlarına bakıldığında Türkiye oldukça iyi durumda görünmektedir. Fakat BİT'nin ekonomiye etkisi beklenenden az olmuştur. Bunun temel nedeni bu teknolojilerin yoğun olarak benimsenmesine karşılık verimliliklerinin düşük olmasıdır. Türkiye'de teknolojiyi benimseme ya da adaptasyon sorunu yoktur hatta bankacılık ve finans gibi sektörlerde

yenilik üretebilmektedir. Fakat bunların tabana yayılması tam olarak beklenen hızda olmamaktadır.

Yapılan incelemelerde yeni ekonomi açısından Türk bankacılığında internet bankacılığı, ofis-ev bankacılığı, kredi kartlarının hacmi, ATM'lerin etkisi, EFT ve EFTPOS sistemi, SWIFT ve dealing room sisteminin yıllara göre gelişim gösterdiği ve bu gösterilen gelişimin de yeni ekonomi bağlamında önemli olduğu belirlenmiştir. Nitekim Türkiye'deki gerek kamu bankaları gerekse de özel bankalar yeni ekonominin dijitalleşmeye yönelik geliştirmiş olduğu alt yapıya uyum göstermiştir. Özellikle bankacılık hizmetlerinde Türkiye'deki bankacılık faaliyetlerinin yeni ekonominin dijital ayağına önemli ölçüde eklemlenmiştir. Yeni ekonominin Türkiye'deki piyasa göstergeleri incelendiğinde ise bankacılık sektöründeki gibi olumlu bir tablonun olmadığı gözlemlenmiştir. Öncelikle yeni ekonomiye adapte olmakta önemli bir değişken olan patentler konusunda Türkiye'nin geride kaldığı belirlenmiştir. Diğer yandan yeni ekonomik en temel belirleyicilerinden birisi olan yüksek teknoloji ihracatında da Türkiye'nin OECD ülkelerinin gerisinde kaldığı tespit edilmiştir. Yüksek teknoloji ürünlerin ekonomik getirisi oldukça yüksek olduğundan ekonominin büyümesine doğrudan bir şekilde etki etmektedir. Bu ürünlerin başında cip teknoloji, robotik teknolojiler, bilişim teknolojileri ve savuna sanayi gelmektedir. Bu sektörlerde üretilen herhangi bir ürünün ihracatı ülke ekonomisini büyütmekle kalmayıp diğer yandan da teknolojik gelişmesinin önünü açmaktadır.

Yüksek teknoloji ürünlerinin üretilebilmesi içinse ülkemizin AR-GE konusuna ayırmış olduğu bütçeyi artırması gerekmektedir. Nitekim yeni ekonominin ilkelerinin -başta teknoloji olmak üzere- geliştirilmesi araştırma ve geliştirme yapılmasına bağlıdır. Bununla birlikte beşerî sermayenin de iyi bir şekilde kanalize edilmesi gerekmektedir. Türkiye genç bir nüfusa sahip olduğundan özellikle kamu politikaları bağlamında gençlerin yeni ekonomi alanlarındaki istihdamlara yönlendirilmesi önemlidir. Yeni ekonomi bir yandan fiziksel güçle yapılan işlerin istihdam sahalarını daraltırken diğer yandan dijitalleşmenin önünü açarak yeni istihdam alanları açmaktadır. Ancak bu yeni istihdam alanlarının temel özelliğini uzmanlık oluşturmaktadır. Dolayısıyla da bu alanda ciddi bir üniversite desteği gerekmektedir. Nitekim Kore, Tayvan gibi diğer Asya ülkeleri buna örnek verilebilir. Bu ülkeler BİT eğitim ve yatırımlarına erken başlamış ve ekonomik gelişmeleri bundan olumlu etkilenmiştir. 1960-1970 arasında Koreli bilim adamlarının %96,7'si ve Koreli mühendislerin %87,7'si yurt dışında eğitim almıştır. Bu alanda

istihdam edilecek iş görenlerin yetiştirilmesi geleneksel ekonomi sistemine göre çok daha fazla zaman almakta ama üretilen ekonomik değerin de yüksek olduğu görülmektedir.

Yeni ekonominin Türkiye ekonomisine olumlu etkisinin görüldüğü iki temel alanının başında bankacılık ve e-ticaret oluşturmaktadır. Her iki alanda da rakamların olumlu yönde değiştiği görülmekle birlikte alt yapı çalışmalarının da bu alanlara özel olarak yeterli olmakla birlikte geliştiği de görülmektedir. Ancak teknoloji ve dijitalleşme ekonominin her yanını sardığı için üretilen ürün ya da hizmetler de dijitalleşmiştir. Dolayısıyla bu yeni ekonomi sisteminde inşaat ya da otomotiv gibi sektörlerin değeri düşerken yüksek teknoloji ürünlerinin payı artmıştır. Dolayısıyla yeni ekonomi bağlamında öncelikle bu alanda teknoloji üretmek içinde çalışmaların yapılması gerekmektedir. Bu doğrultuda yapılan analizler neticesinde öne çıkan öneriler şöyle sıralanabilir:

- Dünyadaki dijital ekonomi ve dijital ticaret trendler yakından takip edilmelidir.
- Yüksek teknoloji ürünlerinin ihracattaki payının artırılması adına AR-GE çalışmalarına daha fazla yatırım yapılmalıdır.
- Hem kamu hem de özel bankaları dijital ekonomi bağlamında desteklenmelidir.
- Kamunun eğitim politikalarına yön verirken yeni ekonominin de değişkenlerini göz önünde bulundurulmalıdır.
- Yeni ekonomi alanında uzmanların yetiştirilmesi adına gerektiğinde yurt dışındaki üniversitelerde burslu imkanları sağlanmalıdır

- Yabancı tedarikçilerle işbirliği yapma ve görüşme için yeterli mali kaynağı ve kurumsal yeteneği olmayan KOBİ'ler için politikalar üretilmelidir.
- İleri teknoloji ürünleriyle rekabet gücü olmayan KOBİ'ler ya taklitçi bir yaklaşım benimsemeli ya da büyük firmalardan deneyimli personeli bünyelerine katmaları gerekmektedir.
- Büyük firmalarla KOBİ'ler arasında stratejik işbirliğini geliştirecek politikalar üretilmelidir. Ayrıca küçük işletmeler arasında bilgi teknolojileri kullanımı teşvik edilmelidir.
- Hükümetler, küçük şirketler için uygun miktarlarda düşük faizli krediler ve hibeler sağlayabilir ve yeni şirketler için kuluçka merkezleri oluşturabilir. Hükümetler çok uluslu şirketlere yerel şirketlerle çalışmaları için teşvikler sunabilir.
- Türkiye'de yazılım ve donanım alanında firmalar ortaya çıkmış olmakla birlikte küresel ölçekte markalar yaratılamamıştır. Bu alanda markalaşmanın ve pazarlamanın yapılabilmesi adına ülkeler arası politik süreçler ülke adına kullanılmalıdır.
- Yeni ekonominin dijital teknolojilerinin tabana yayılması adına kamusal alandaki teşvikleri artırılmalıdır
- Türkiye'nin kendisinin de geliştirmiş olduğu tedarik zincirleri ve internet ortaklıklarına destek verilmelidir
- İnternet ve dijital teknolojilerden alınan vergiler minimize edilerek üretimde ve pazarlamada özendirilmelidir

KAYNAKÇA

Adıgüzel, M. (2020). Covid-19 Pandemisinin Türkiye Ekonomisine Etkilerinin Makroekonomik Analizi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* (Covid19-özel ek), 19(37), 196-200.

Akben, I., Avşar, Ö. G. İ. İ. (2017). "Dijital Tedarik Zinciri ve Bulut Bilişim", 1. *Uluslararası El Ruha Sosyal Bilimler Kongresi*, 8-12 Kasım- Şanlıurfa, pp. 104-113.

Albert, G. Z. Hu ve Png, I. P. L. (2013). Patent Rights And Economic Growth: Evidence From Cross-Country Panels Of Manufacturing İndustries. *Oxford Economic Papers* (2013), 1 of 24.

Akgül, O. (2004). *Elektronik Ticaretin Kalkınma Üzerine Etkileri*. Doktora Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Akın H. B. (2001). *Yeni Ekonomi, Strateji, Rekabet, Teknoloji Yönetimi*, Yay. No: 39, Çizgi Kitapevi, Konya.

Akpunar, E. N. (2017). Türkiye'de Elektronik Dış Ticaretin Gelişimi ve İstihdam İlişkisi. *Harran Maarif Dergisi*, 2 (2), 18-32.

Aksoy, T. (1998). *Çağdaş Bankacılıktaki Son Eğilimler ve Türkiye'de Uluslar üstü Bankacılık*, Ankara: SPK Yayınları.

Aktan, C. C. (2004). *Yeni Ekonomi ve Yeni Rekabet*. Ankara: TİSK Yayınları.

Aktan, E. (2015). Yeni Ekonomik Sistemde Elektronik Pazarlama. *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1 (38), 122-142.

Akyazı, H. ve Kalça A. (2003). Yeni Ekonomi ve İktisat Bilimi. *Liberal Düşünce*, 29, 221-242.

Alıyeva, B. (2016). Bankacılık Sisteminde İnternetin Olumlu ve Olumsuz Yönleri. *İnönü Üniversitesi Uluslararası Sosyal Bilimler Dergisi*, 5 (1), 237-257.

Allen F. ve Yago G. (2010). *Financing The Future: Market-Based Innovations for Growth*, Prentice Hall-Milken Institute Series, USA.

Anbar, A. (2002). Yeni Ekonomi ve E-Ticaretin İstihdam - Çalışanlar ve İnsan Kaynakları Üzerindeki Etkileri . *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 4 (2).

Arabacı, H. ve Yücel, D. (2020). Lojistik Sektörünün Ekonomik Büyümeye Etkisi. Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi. 6, 4, 78-84.

Aslan, Ö. (2010). Yeni Ekonomi: Özellikleri ve Endüstrileri. *Journal of Social Policy Conferences*, 0 (52), 299-318

Atkinson R. D, Court, R. H. (1998). *The New Economy Index: Understanding America's Economic Transformation*, Progressive Policy Institute, Washington D.C.

Auer, P. ve Cazes, S. (2003). *Employment Stability İn An Age Of Flexibility Evidence From İndustrialized Countries*. Internatıonal Labour Offıce, Geneva.

Aydın, A. (2020). Elektronik Ticaret: Tanımı, Türleri, Kullanım Alanları ve Yararları. İçinde *İktisadi ve İdari Bilimlerde Teori ve Araştırmalar* II Cilt. (Editör Doç. Dr. Mustafa Mete) 179-209. Ankara: Gece Kitaplığı.

Aykın, H. (2013). *Yeni Ekonomide Devletin Yönü: E-Devlet*. https://ms.hmb.gov.tr/uploads/2019/09/yeniekonomidedevletin.pdf Erişim 10.7.2022.

Bağcı, E. (2018). Endüstri 4.0: Yeni Üretim Tarzını Anlamak. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 9(24), 122-146.

Başoğlu, U., Ölmezoğulları N., ve Parasız, İ. (2001). *Dünya Ekonomisi*. Bursa: Ezgi Kitabevi.

Bayraç, N. (2003). "Yeni Ekonomi ve Yarattığı Değişimler", *Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 4 Sayı: 1,42-62.

Bayram, P. (2022). Dijital Çağda Gazetecilik: Geleneksel ve Dijital Gazetecilik Pratiklerinin Karşılaştırılması. *İletişim Kuram ve Araştırma Dergisi*, 2022 (58), 153-169

Bayraktaroğlu, S. Kayabaşı, S. & Ersoy Yılmaz, S. (2015). Yönetim Danışmanlığı ve İşletmelerin Yönetim Danışmanlığına Bakış Açıları: Marmara Bölgesi'nde

Faaliyet Gösteren İşletmeler Üzerine Bir Araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 0 (38), 1-26.

Bayraktar, Y. ve Kaya, H. İ. (2016). Yeni Ekonomi ve Değişen Rekabet Anlayışı: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*. XI, I, 89-106.

Berktan, H. (2021). *Küresel E-Ticaret Pazarı %14 Artışla 4,9 Trilyon Dolara Koşuyor.* https://www.bloomberght.com/kuresel-e-ticaret-pazari-14-artisla-4-9-trilyon-dolara-kosuyor-2282063 Erişim 3.8.2022.

Beybur, M. (2022). Şubesiz Dijital Bankacılık ve Türk Bankacılık Sektörü İçin Öneriler. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24 (1), 286-303.

Bildirici, M. (2017). *Yeni Ekonomi Çerçevesinde İnovasyon Faaliyetleri: OECD Ülkeleri ve Türkiye Üzerine Bir Uygulama*. Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Bilinder, A. S. (2000). "The Internet and the New Economy", *The Brookings Institution,*

Birke, D., & Swann, G. M. P. (2006). "Network Effects And The Choice Of Mobile Phone Operator". *Journal of Evolutionary Economics*, 16(1-2): 65-84.

bkm.com.tr *Kartlı Ödeme Sistemlerinin Ekonomiye Katkıları*. https://bkm.com.tr/kolay-adresleme/kartli-odeme-sistemlerinin-ekonomiye-katkilari/ Erişim 12.8.2022.

bkm.com.tr (a). *Bankalar Kart Merkezi* https://bkm.com.tr/wp-content/uploads/2019/01/bkm_temassiz_odemeler_subat_bb.pdf Erişim 12.8.2022.

Boynton A. ve Milazzo, G. T. (1996). "Post-Fordist Debate: A Theoretical Perspective to Information Technology and The Firm, Accounting", *Management and Information Technology*, Vol. 6, No:3

Bozkurt V. (2000). *Enformasyon Toplumu ve Türkiye*, (3. Basım), Sistem Yayıncılık, İstanbul.

Bozkurt V. (2006). *Endüstriyel-Post Endüstriyel Dönüşüm*, Ekin Kitabevi Yayınları, İstanbul.

BSTB. (2018). *Sanayide Yüksek Teknolojiye Geçiş Programı*. http://www.karabuktso.org.tr/dosyalar/Sanayide%20Y%C3%BCksek%20Teknolojiye%20Ge%C3%A7i%C5%9F%20Program%C4%B1.pdf Erişim 4.8.2022.

Bulut, M. & Korkut, C. (2022). Yeni Bir Ekonomik Paradigma Arayışı İçinde Döngüsel Ekonomi ve İnsani Finans. M. Bulut ve C. Korkut (Eds). *Döngüsel Ekonomi ve Sürdürülebilir Hayat* (s. 1-22). Türkiye Bilimler Akademisi Yayınları.

Büyükşahin, T. (2021). *Türkiye Dünya Patent Liginde Sınıfta Kaldı.* https://www.sozcu.com.tr/2021/ekonomi/turkiye-dunya-patent-liginde-sinifta-kaldi-6358232/ Erişim 4.8.2022.

Can, H. (2005). *Organizasyon ve Yönetim*, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Castells M. (2008). *Ağ Toplumun Yükselişi*, (Çev. Ebru Kılıç), İstanbul Bilgi Üniversitesi Yayınları, İstanbul.

Clarke M. (2006). "Are the Development Policy Implications of the New Economy, New All That is Old is New Again", *Journal of International Development*, 18/5, 639-648.

Cumhurbaşkanlığı Finans Ofisi (2021). *Türkiye Fintek Ekosistemi Durum Raporu*. https://www.cbfo.gov.tr/sites/default/files/2021-12/turkiye-fintek-ekosistemi-durum-raporu-2021.pdf Erişim 1.8.2022.

Çinko, L. (2003). Yeni Ekonominin İktisadi Etkileri. *Öneri Dergisi*, 5 (20) , 157-162

Darbay, F. (2022). '*2022'de* e-*Ticaret Sektörü 600 Milyar Liralık Hacmi Zorlayacaktır'*. https://www.cumhuriyet.com.tr/ekonomi/2022de-e-ticaret-sektoru-600-milyar-liralik-hacmi-zorlayacaktir-1924759 Erişim 12.7.2022.

data.tuik.gov.tr *Teknoloji Yoğunluğuna Göre İmalat Sanayi Ürünleri Dış Ticareti Ocak 2022.* https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Dis-Ticaret-Istatistikleri-Ocak-2022-45536 Erişim 2.8.2022.

data.tuik.gov.tr (a). *İmalat Sanayinde Gerçekleştirilen Ar-Ge Harcamalarının Teknoloji Düzeyine Göre Dağılımı, 2009-2020.* https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Arastirma-Gelistirme-Faaliyetleri-

Arastirmasi-2020-37439#:~:text=Gayrisafi%20yurt%20i%C3%A7i%20Ar%2DGe%20harcamas%C4%B1n%C4%B1n%20GSYH%20i%C3%A7indeki%20oran%C4%B1%202019,1%2C09'a%20y%C3%BCkseldi.&text=Ar%2DGe%20harcamalar%C4%B1nda%20mali%20ve,4%20ile%20y%C3%BCksek%C3%B6%C4%9Fretim%20takip%20etti. Erişim 4.8.2022.

Deliçay, M. (2021). *Perakende E-Ticaretin Yükselişi. Fırsatlar, Sorunlar ve Öneriler*. Strateji ve Bütçe Başkanlığı: Sektörler ve Kamu Yatırımları Genel Müdürlüğü.

Delong B. J. (1998). "What 'New' Economy", *The Wilson Quarterly*, 22/4, 14-26.

Dereli, T. (2001). Teknolojik Değişmeler- Çalışma İlişkileri ve Yeni İstihdam Türleri. *ISGUC The Journal of Industrial Relations and Human Resources*, 3 (2).

Dikkaya, M., & Aytekin, İ. (2018). Küresel e-ticaret ve Türkiye. *Ekonomi, İşletme, Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi-JEBPIR*, 4(1-2), 66-88.

DPT (1995). *Küreselleşmeler ve Bölgesel Bütünleşmeler, Eğilimler, Roller, Fırsatlar ve Riskler, Ekonomik Modeller ve Stratejik Araştırmalar*, DPT Yay. No: 2190, Ankara.

DPT (2004). *E-Dönüşüm Türkiye Projesi Kısa Dönem Eylem Planı 2003-2004*, Ankara, DPT Yayınları.

DPT (2006). *Dokuzuncu Kalkınma Planı (2009-2013)*, DPT Yayınları, Ankara.

Drucker P. (1969). *The Age of Discontinuity; Guidelines to Our Changing Society*, Harper and Row, New York/USA.

DTM (2005). Dış Ticaret İstatistikleri. www.dtm.gov.tr/ead/istatistik.htm Erişim 2.7.2022.

Dünya Bankası, (2019). 2018 Yılında Seçilmiş Ülkelerin Yaptıkları Yüksek Teknoloji İhracatları (Milyar Dolar). https://data.worldbank.org/indicator/TX.VAL.TECH.CD Erişim 1.7.2022.

Efe, A. (2022). Risk Sermayesi ve Girişim Fonlarının Yapay Zekâ Teknolojileri Kullanımı Üzerindeki Uluslararası Rekabeti. *Finansal Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 14 (26), 118-147

Ekonomik Araştırmalar ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü (2000). *Büyüme Modelleri Çerçevesinde Yeni Ekonominin Makro Ekonomi Üzerindeki Etkileri*. Dış Ticaret Müsteşarlığı; Ekonomik Araştırmalar ve Değerlendirme Genel Müdürlüğü.

Elmacı, İ. (2015). Bilim Politikası Çalışmalarında Bütünsellik Arayışı ve "Türk Bilim Politikası 1983-2003". *Ankara Üniversitesi Dil ve Tarih-Coğrafya Fakültesi Dergisi* 55, 1 (2015) 55-68.

enerji.gov.tr *Elektrik*. https://enerji.gov.tr/bilgi-merkezi-enerji-elektrik#:~:text=T%C3%BCrkiye%20elektrik%20enerjisi%20t%C3%BCketimi%202021,5%20milyar%20kWh%20olarak%20ger%C3%A7ekle%C5%9Fmi%C5%9Ftir. Erişim 5.8.2022.

EPİQ (2021). "Electronic Procurement Electronic Marketplaces (E-Marketplaces)". https://www.epiqtech.com/ Erişim 2.8.2022.

epo.org *Avrupa İstatistik Ofisi 2020 Yılı Patent Verileri*. https://www.epo.org/ Erişim 30.7.2022.

Eraydın, A. (2001). *Yeni Ekonominin Getirdiği Fırsat ve Riskler: Toplumsal ve Mekansal Açıdan, Yeni Ekonomi El Kitabı*, T.C. Merkez Bankası Yayını, Ankara.

Erdil Sahin, B., (2019). Impact of high technology export on economic growth: an analysis on Turkey. *Journal of Business, Economics and Finance (JBEF),* V.8(3), p.165-172.

Erkan, H. (1998). *Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme,* İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.

Erkişi, K. & Ceyhan, T. (2020). İktisadi Büyüme ve Gelir Dağılımı Adaleti İlişkisi: Bir Panel Veri Analizi. *Sosyoekonomi*, 28 (43), 195-212.

eticaret.gov.tr *Sayılarla Dünyada E-Ticaret*. https://www.eticaret.gov.tr/cevrimiciegitim/sayilarla-dunyada-e-ticaret-21 Erişim 12.7.2022.

Eurostat, OECD. (2005). *Oslo Kılavuzu, Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler*, (3.Baskı), OECD ve Eurostat Ortak Yayımı, Tübitak, Ankara.

euronews.com *Türkiye, dijital rekabette diğer ülkelere göre ne durumda*?. https://tr.euronews.com/2021/11/13/turkiye-dijital-rekabette-diger-ulkelere-gore-ne-durumda#:~:text=Uluslararas%C4%B1%20Y%C3%B6netim%20Geli%C5%9Ftirme%20Enstit%C3%BCs%C3%BC'n%C3%BCn,aras%C4%B1nda%2048.%20s%C4%B1rada%20yer%20ald%C4%B1. Erişim 23.8.2022.

Farrell, D. (2003). The Real New Economy. *Harvard Business Review*. *https://hbr.org/2003/10/the-real-new-economy* Erişim 12.7.2022.

Fagerberg, J. (1996). "Technology and Competitiveness", *Oxford Review of Economic Policy*. August.

Gonfalonieri, A. (2020). *The Importance of Machine-to-Machine Economy (M2M) & Multi-Agent Systems*. https://towardsdatascience.com/the-importance-of-machine-to-machine-economy-m2m-multi-agent-systems-cbb85c2fd3c2 Erişim 12.8.2022.

Gordon R. J. (2000). "Does The New Economy Measure Up to The Great Invention of The Past", *Journal of Economic Perspectives*, 14/4, 49-74.

Gökalp, E. Gökalp, M. O. , Çoban, S. & Eren, P. E. (0209). Dijital Dönüşümün Etkisinde Verimli İstihdam Yönetimi: Yol Haritası Önerisi. *Verimlilik Dergisi*, (3), 201-222.

Gönel, F. D. (2016). Teknoloji Kalkınma İlişkisi: Teknolojinin Yarattığı Dünya. F. D. Gönel içinde, *Kalkınma Ekonomisi* (s. 246). Ankara: Efil Yayınevi.

Gözüküçük, M. F. (2020). *Dijital Dönüşüm ve Ekonomik Büyüme*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Güllü, F. Ç. (2015). *Türkiye'de Yeni Ekonomi Oluşum Süreci*. Yüksek Lisans Tezi. Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Güloğlu, T. (2005). *Yeni Teknolojilerin Çalışma İlişkilerine Etkileri*. http://www.sosyalsiyaset.net/documents/teknoloji_etkileri.htm Erişim 11.7.2022.

Gündüz, F. F. (2020). Teknolojinin Küresel Ticaretteki Rolüne Çekim Modeli Yaklaşımları. (ss. 105-123). (İçinde). *Dijital Dönüşüm Ekonomik ve Toplumsal Boyutlarıyla* (Editör: İsmail Erkan Çelik). Ankara: Gazi Kitabevi.

Haberleşme Genel Müdürlüğü, (2017). *Ulusal Genişbant Stratejisi ve Eylem Planı (2017-2020).* https://hgm.uab.gov.tr/uploads/pages/ulusal-genisbant-stratejisi/ulusal-genis-bant-stratejisi-ve-eylem-plani-2017-2020-b9d0c25d-328c-4eda-a2aa-d374ffacd91a.pdf Erişim 3.8.2022.

Harvey D. (2003). *Sosyal Adalet ve Şehir*, (Çev: Mehmet Moralı), Metis Yayınları, İstanbul.

Hobikoğlu H. E. (2014). *Yeni Ekonomide İnovasyon*, İktisadi Araştırmalar Vakfı Yayınları, İstanbul.

Houghton J., Sheehan P. (2000). *A Primer on the Knowledge Economy*, No. 18, CSES Working Paper.

Ildırar, M. Özmen, N. İşcan, M. (2016). "The Effect of Research and Development Expenditures on Economic Growth: New Evidences", *Internatıonal Conference On Eurasıan Economıes*. 36-43.

Işkın S. A. (2012). *Elektronik Bankacılık Hizmetleri ve Denetimi*. İstanbul: İTO Yayınları

İnan, M. B. (2021). *Yeni Ekonominin Makro ve Mikro Ekonomik Etkileri: Türkiye Örneği 1990-2020*. Yüksek Lisans Tezi. Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kalkınma Bakanlığı (2018). On Birinci Kalkınma Planı (2019-2023) Dijital Ekonomide Meslekler ve Yetkinlikler Çalışma Grubu Raporu.

Kar, M. (2020). Ağ Dışsallıkları: Türkiye Mobil İletişim Piyasası İçin Ampirik Bir Analiz. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 15 (57), 72-83

Kelleci, M. A. (2003). *Bilgi Ekonomisi ve İşgücü Piyasası: Eğilimler, Fırsatlar ve Riskler.* https://www.inovasyon.org/images/makaleler/sizdenBize/Bilgi_ekonomisi_ve_istihdam.pdf Erişim 1.7.2022.

Kelly, K. (1999). *New Rules for the New Economy: 10 Radical Strategies for a Connected World*, USA: Viking Publishing.

Koçan, A. Gültekin, D. G. ve Baştuğ, M. (2019). Yeni Ekonomi ve İş Modelleri: Döngüsel Ekonomi ve Paylaşım Ekosistemleri. *Uluslararası Ekonomi Araştırmaları ve Finansal Piyasalar Kongresi* 7-8-9 November 2019 – Gaziantep.

Kılınç Savrul, B. & Kılıç, C. (2012). Eski Ekonomiden Yeni Ekonomiye Yaşanan Yapısal Dönüşümün Türkiye Ekonomisi Üzerindeki Etkileri. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 0 (2), 26-38.

KPMG (2021). *Bakış -Türkiye ve Dünya Ekonomisinde Makro Gelişmeler-*. https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/tr/pdf/2021/02/bakis-21.pdf Erişim 12.7.2022.

Kurt, S. A. (2020). Dijital Dönüşümün Ekonomiye Etkileri: Türkiye Ekonomisine Yansımaları. *OPUS–Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 16(30), 3083-3109.

Kurtoğlu, Y. (2017). "1980-2000 Döneminde İmalat Sanayiinde Yapısal Değişim", *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*.

Küçükoğlu, S. (2021). Covid-19 Pandemi Sürecinin Küresel Ekonomik Göstergeleri ve Türkiye'de Bankacılık ve Finans Sektörüne Etkileri. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 20(42), 1269-1291.

Malone, T. W. Laubacher R. J. (1998). "The Dawn Of The E-Lance Economy" *Harvard Business Review*, September-October.

Mandel, M. J. (1998). The New Economy: For Berter OrWorse", *Business Week.*

McKinsey & Company, (2020). *İşimizin Geleceği -Dijital Çağda Türkiye'nin Yetenek Dönüşümü-*. https://www.mckinsey.com/tr/~/media/mckinsey/locations/europe%20and%20middle%20east/turkey/our%20insights/future%20of%20work%20turkey/isimizin-gelecegi-mckinsey-turkiye-raporu_ocak-2020.pdf Erişim 12.7.2022.

Mcluhan, M. ve Powers, B. R. (2020). *Global Köy*. (Çev. Bahar Öcal Düzgören). İstanbul: Scala Yayıncılık.

Meymandpour, R. Mohammad Amin Mousavinezhad, Mohammad Hadi S. (2009). "The Economic Impacts of Electronic Marketplaces in Globalization Age", 2009 2nd IEEE International Conference on Computer Science and Information Technology.

MGI. (2017). *Jobs Lost, Jobs Gained: Workforce Transitions İn A Time Of Automation*. https://www.mckinsey.com/~/media/BAB489A30B724BECB5DEDC41E9BB9FAC.ashx Erişim 12.8.2022.

Moran, N. (2006). *Patents Are Engine Of Economic Growth, Says WIPO*. https://sciencebusiness.net/news/73133/Patents-are-engine-of-economic-growth%2C-says-WIPO Erişim 12.8.2022.

Nourdhaus W. D. (2000). *Policy Rules in the New Economy*, (1. Basım), USA, Yale Univesity.

Nuroğlu, E. ve Nuroğlu, H. H. (2018). Endüstri 4.0'ı Türkiye'nin Dış Ticareti İçin Bir Fırsat Penceresine Dönüştürmek. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 16(Özel Sayı), 329-346.

OECD (2004), "E-Transformation Turkey Project: Turkısh Case for e-Goverment", OECD Meeting of Senior Officals from Centers of Goverment on Using New Tools for Decision-Making: Impact of Information, Communication and Organisation, October 7-8, Istanbul, Turkey.

OECD (2012). *Innovation for Development: A Discussion Of The Issues And An Overvie Of The OECD Directorate For Science, Technology And Industry*, OECD Publishing, Paris.

OECD (2016). *OECD Science, Technology and Innovation Outlook 2016*, OECD Publishing, Paris.

OECD (2019). *Measuring The Digital Transformation A Roadmap For The Future*. https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/measuring-the-digital-transformation_9789264311992-en Erişim 3.8.2022.

OECD (2020). Hours worked. https://data.oecd.org/emp/hours-worked.htm Erişim 12.7.2022.

OECD (2020a). Türkiye'de İleri Teknoloji Mal ve Hizmet İhracatı (Milyon Dolar).

OECD (2021). *Broadband Portal*. https://www.oecd.org/sti/broadband/broadband-statistics/ Erişim 2.8.2022.

Oktar, S. & Özkök, Ö. (2014). Makro Ekonomik Boyutlarıyla Yeni Ekonomi. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19 (1), 1-20.

Orkunoğlu Şahin, I. F. (2022). Türkiye'nin 1980-2021 Dönemi Dış Ticaret Gelişiminin İrdelenmesi. *Gümrük ve Ticaret Dergisi*, 9 (27), 82-99.

Ökten, Z., (2004). Değişen Rekabet ve Yeni Devlet Biçimi Üzerine Teorik Arayışlar Freıburg Okulu ve Üçüncü Yol, *Mustafa Kemal Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1, 2.

Önal, M. F. (2020). "*E-Devlet Kapısı İstatistikleri ve Değerlendirmeler*", http://www.egovturkey.com/e-devlet-kapisi-istatistikleri-ve-degerlendirmeler-04032020 Erişim 12.8.2022.

Özcan, A. (2006). *Ağ Ekonomisinde Teknoloji ve Rekabet İlişkisinin Analizi*. Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özdemir, O. (2020). Dijitalleşen Ekonomi ve Gelir Dağılımı Sorunsalı: Gelişmiş Ülkeler Özelinde Bir İnceleme. (İçinde). *Dijital Dönüşüm Ekonomik ve*

Toplumsal Boyutlarıyla (Editör: İsmail Erkan Çelik). 41-85. Ankara: Gazi Kitabevi

Özkan, G. & Çelik, H. (2018). Bilgi İletişim Teknolojileri İle Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: Türkiye İçin Bir Uygulama. *Uluslararası Ticaret ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 2 (1), 1-15.

Özkan, M., Al, A. ve Yavuz, S. (2018). Uluslararası Politik Ekonomi Açısından Dördüncü Sanayi-Endüstri Devrimi'nin Etkileri ve Türkiye. *Marmara Üniversitesi Siyasal Bilimler Dergisi*, 6(2), 126-156.

Özşahin, Ş. Mucuk, M. Gerçeker, M. (2016). "Yenilenebilir Enerji ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişki: BRICS-T Ülkeleri Üzerine Panel ARDL Analizi". *Siyaset, Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi* 4 / 4 (Ekim 2016): 111-130

Öztürk, Ş. A. (2005). *Yeni Ekonominin Emek Piyasasına Etkileri*. Yayınlanmış Yüksel Lisans Tezi. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Perry S. R. (2014). "Digitization and Digital Preservation: A Review of the Literature" *SLIS Student Research Journal*, 4/1, 44-56.

Pirinççi, A. E. (2018). Yeni Dünya Düzeninde Sanal Para Bitcoin'in Değerlendirilmesi. *International Journal of Economics Politics Humanities and Social Sciences* Vol: 1 Issue:1, 45-52.

Pohjola M. (2002). "The New Economy: Facts, Impacts and Policies", *Information Economics and Policy*, 14/2, 133-144.

Pons, J. F. (2001). European Competition Policy in the New Economy. *International Competition Policy Conference*. Regulatory Policy Institute, Oxford Tuesday 26 June.

productdevelopmentrisk.com. *The Race for Fast Cycle Time.* https://www.productdevelopmentrisk.com/Preston-Smith/Articles2/New-Product-Development-Fast-Cycle-Time/ Erişim 12.7.2022.

Quark A. A (2008). "Social Exclusion in the New Economy: Beyond the Digital Divide" *Currents: New Scholarship in the Human Services*, Vol. 2, No. 2.

Rekabet Kurumu (2022). *E-Pazaryeri Platformları Sektör İncelemesi Nihai Raporu*. I. Denetim ve Uygulama Dairesi Nisan 2022 Ankara. https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/sektor-raporlari/e-pazaryeri-si-raporu-pdf-20220425105139595-pdf Erişim 4.8.2022.

Reyhanoğlu, M. (1999). *Şebeke Örgüt Yapıları ve Türkiye'deki Sanayi İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Mustafa Kemal Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antakya.

Salvatore, D (2003). "The New Economy and Growth in the G-7 Countries", *Journal of Policy Modeling*, 25, 531-540.

Sapmaz Veral, E. (2019). Döngüsel Ekonomiye Geçiş Doğrultusunda Yeni Tedbirler ve AB Üye Ülkelerinin Stratejileri. *Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi*, 17 (2), 463-488.

Sarı, C. (2019). *Bir Ödeme Sistemi Olarak ATM'lerin Maliyet Analizi*. Yüksek Lisans Tezi. İstanbul Sabahattin Zaim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Savaş, A. (2011). İnternet Bankacılığı ve Tarafların Yükümlülükleri. *Selçuk Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, 19 (2), 137-166.

Saygılı, Ş. (2003). *Bilgi Ekonomisine Geçiş Sürecinde Türkiye Ekonomisinin Dünyadaki Konumu*. Ankara: DPT Yayınları Yayın No: 2675.

Sey, N. & Aydın, B. (2021). Türkiye'de Yüksek Teknoloji Ürün İhracatı ve İnovasyon İlişkisi Üzerine Ekonometrik Bir İnceleme. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 11 (1), 238-252.

Sobolewski, M. & Czajkowsi, M. (2012). "Network Effects And Preference Heterogeneity İn The Case Of Mobile Telecommunications Markets". *Telecommunications Policy*, 36: 197-211.

Shapiro C, Varian H. R. (1999). *Information Rules:A Strategic Guide To The Network Economy*, Harvard Business School Press, Boston/USA.

Solt, F. (2019). Measuring Income Inequality Across Countries and Over Time: The Standardized World Income Inequality Database. *SWIID Versio*n 8.2, November.

Sönmez, S. (2018). Çin'de mobil ödeme ve otomasyonun yükselişi. https://www.dunyahalleri.com/cinde-mobil-odeme-ve-otomasyonun-yukselisi/ Erişim 15.8.2022.

Söylemez, A. (2001). *Yeni Ekonomi*, İstanbul: Boyut Yayın Grubu.

Söylemez, A. (2018). Yeni Ekonomi, Rekabet ve Rekabet Politikaları. *Perşembe Konferansları*. 83-104.

strategyand.pwc.com *Türkiye'de Yüksek Hızlı Genişbant İnternetin Yaygınlaştırılması.* https://www.strategyand.pwc.com/m1/en/reports/accelerating-high-speed-broadband-in-turkey-turkish.pdf Erişim 12.8.2022.

Strioh K. J. (2002). *Economic Policies and Issues of the New Economy*, (1. Basım). Newyork: Spinger-Verlag, Berlin, Heildeberg.

Şahin, E. Çağlıyan, V. & Başer, H. H. (2017). Sosyal Medya Pazarlamasının Tüketici Satın Alma Davranışına Etkisi: Selçuk Üniversitesi İ.İ.B.F Örneği. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10 (4), 67-86.

Şanli, D., & Konukman, A. (2021). Yüksek Teknoloji Ürün İhracatının Gelir Üzerine Etkisi: Translog Üretim Fonksiyonuna Dair Bulgular. *İstanbul İktisat Dergisi* - Istanbul Journal of Economics, 71(2), 457-498.

Takım, A. Ersungur, Ş., M., Tural, Dikmen, A. ve Aksu, L., E., (2020), Türkiye'de Ekonomik Büyüme ile Gelir Dağılımı Arasındaki İlişki, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34(1): 234-248.

Tapscott D. (1998). *Dijital Ekonomi Ağ Üzerindeki Akıl Çağında Umut ve Tehlike*, (Çev. Ece Koç), Koç Sistem Yayınları, İstanbul.

Taşel, F. (2020). Dijitalleşmenin Ticarete ve Ekonomiye Etkisi. *Beykoz Akademi Dergisi*, 8 (2), 127-137

Taşkın, G. & Aksoy, G. (2021). Uzaktan Eğitim Hakkında Öğretmen Görüşleri. *Dokuz Eylül Üniversitesi Buca Eğitim Fakültesi Dergisi*, (52), 622-647

Taşlıyan, M. (2006). *Elektronik Ticaret Kavram ve Uygulamalar*. İstanbul: Sakarya Kitabevi.

Taymaz, E. (2018). *Dijital Teknolojiler ve Ekonomik Büyüme*. İstanbul: TÜSİAD.

TBB (2022). *Dijital, İnternet ve Mobil Bankacılık İstatistikleri Mart 2022*. Rapor Kodu: DT22. https://www.tbb.org.tr/Content/Upload/istatistikiraporlar/ekler/3805/Dijital-Internet-Mobil_Bankacilik_Istatistikleri-Mart_2022.pdf Erişim 12.8.2022.

TCMB (2018). Ödeme Sistemleri- Türkiye'de Ödeme Sistemleri. https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/73289f67-d210-4f49-8902-6e14ecae055d/OdemeSistemleri.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=ROOTWORKSPACE-73289f67-d210-4f49-8902-6e14ecae055d-m5lk6L Erişim 12.8.2022.

tcmb.gov.tr. *Tüketici Fiyatları*. https://www.tcmb.gov.tr/wps/wcm/connect/TR/TCMB+TR/Main+Menu/Istatistikler/Enflasyon+Verileri/Tuketici+Fiyatlari Erişim 10.8.2022.

Teece D. J. ve Coleman M. (1998). The Meaning of Monopoly: Antitrust Analysis in High-Technology Industries. *The Antitrust Bulletin.* Volume: 43 issue: 3-4, page(s): 801-857.

Ticaret Bakanlığı, (2021). *Elektronik Ticaret Bilgi Sistemi (Etbis) 2021 Yılı Verileri.* https://www.eticaret.gov.tr/dnnqthgzvawtdxraybsaacxtymawm/content/FileManager/Dosyalar/2021%20Y%C4%B1l%C4%B1%20E-Ticaret%20B%C3%BClteni.pdf Erişim 3.7.2022.

turkpatent.gov.tr Patent Yıllık İstatistikler. https://www.turkpatent.gov.tr/patent-istatistik Erişim 3.8.2022.

TÜBİTAK, (1983). *Türk Bilim Politikası 1983-2003*. Ankara: Devlet Bakanlığı.

TÜBİTAK (2001). *Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu Yedinci Toplantısı, 24 Aralık 2001, Gelişmelere İlişkin Değerlendirmeler ve Kararlar*, 2002/14 Sayılı Başbakanlık Genelgesi Eki, TÜBİTAK, Ankara.

TÜBİTAK (2004). *Ulusal Bilim ve Teknoloji Politikaları 2003-2023 Strateji Belgesi*, Versiyon 19, TÜBİTAK, Ankara.

TÜBİTAK (2005). *Bilim ve Teknoloji Yüksek Kurulu'nun Onbirinci Toplantısı: Gelişmelere İlişkin Değerlendirmeler ve Kararlar*, TÜBİTAK, Ankara.

TÜİK (2020). *Girişimlerde Bilişim Teknolojileri Kullanım Araştırması, 2020.* https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Girisimlerde-Bilisim-Teknolojileri-Kullanim-Arastirmasi-2020-33677 Erişim 5.8.2022.

TÜİK (2021). *Dış Ticaret İstatistikleri*. https://biruni.tuik. gov.tr /disticaretapp/disticaret.zul?param1 =1&param2=0&sitcrev=0&isicrev=0&sayac=5803. Erişim 12.8.2022.

TÜİK, (2022). İmalat sanayinde Ar-Ge faaliyeti yürüten girişimlerin teknoloji düzeyine göre araştırmacı sayıları. https://data.tuik.gov.tr/Bulten/Index?p=Arastirma-Gelistirme-Faaliyetleri-Arastirmasi-2020-37439#:~:text=Gayrisafi%20yurt%20i%C3%A7i%20Ar%2DGe%20harcamas%C4%B1n%C4%B1n%20GSYH%20i%C3%A7indeki%20oran%C4%B1%202019,1%2C09'a%20y%C3%BCkseldi.&text=Ar%2DGe%20harcamalar%C4%B1nda%20mali%20ve,4%20ile%20y%C3%BCksek%C3%B6%C4%9Fretim%20takip%20etti. Erişim 4.8.2022.

Türkiye Cumhuriyeti-Ekonomi Bakanlığı, (2020). *Ambalaj Sektörü Sektörün Tanımı ve Sınıflandırılması*. Ankara: Ekonomi Bakanlığı.

Türkiye Bankalar Birliği, (2022). *Bankalarımız 2021*. İstanbul: Türkiye Bankalar Birliği.

TÜSİAD. (2016). *Türkiye'nin Küresel Rekabetçiliği İçin Bir Gereklilik Olarak Sanayi 4.0 Gelişmekte Olan Ekonomi Perspektifi*, TÜSİAD-T/2016-03/576.

TÜBİTAK. (2016a). *Yeni Sanayi Devrimi Akıllı Üretim Sistemleri Teknoloji Yol Haritası*.

http://www.tubitak.gov.tr/sites/default/files/akilli_uretim_sistemleri_tyh_v27aralik2016.pdf Erişim 4.8.2022.

TÜSİAD. (2022). *E-Ticaretin Öne Çıkan Başarısı, Tüketici Davranışlarında Değişim ve Dijitalleşme*. https://www.eticaretraporu.org/wp-content/uploads/2022/02/dd-tusiad-e-ticaretin-one-cikan-basarisi-tuketici-davranislarinda-degisim-ve-dijitallesme.pdf Erişim 3.8.2022.

UİB (2021). E-Ticaret & E-İhracat. https://uib.org.tr/tr/kbfile/e-ticaret-e-ihracat Erişim 3.7.2022.

Uygunoğlu, T. & Özgüven, S. (2019). İnşaat Mühendisliği 3d Teknolojisinde Kullanılan Harçların Reolojik Özeliklerinin Araştırılması. *International Journal of 3D Printing Technologies and Digital Industry*, 3 (2) , 189-197.

UNİCE. (2002). *Yenilenen Ekonomi*. İstanbul: Mess Yayınları.

UTİKAD. (2019). *Türkiye'de E-Ticaret ve E-İhracat Gelişim Potansiyeli ve Lojistik Süreçler*. (Haz. Tuğba Bafra). İstanbul: UTİKAD Uluslararası Taşımacılık ve Lojistik Hizmet Üretenleri Derneği.

Uzgören, E. & Kara, O. (2015). Yeni Ekonominin Üretim, Tüketim ve Piyasa Yapısı Çerçevesinde Olası Mikro Ekonomik Etkileri. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (8)

Ülgen, S. (2000). "Yeni Ekonomide Rekabet Kuralları", *Rekabet Kurumu Perşembe Konferansları* 8, Mayıs, Ankara.

wearesocial, (2022). *We Are Social 2022 Türkiye Sosyal Medya Kullanımı Verileri*. https://recrodigital.com/we-are-social-2022-turkiye-sosyal-medya-kullanimi-verileri/ Erişim 1.8.2022.

World Bank Public Data (2020). *Bilişim ve İletişim Teknolojileri Ürünleri (Toplam mal ihracat/ithalatı %'si)*. https://data.worldbank.org/ Erişim 4.8.2022.

World Economic Forum (2019). The Global Competitiveness Report 2019.

Yıldız, A. Karakoyun, F. Parlak, İ. E. (2018). Endüstri 4.0 Temelli Dijital Tedarik Zinciri. *Mühendislik Alanında Akademik Araştırmalar*, 416-426.

Yılmaz, H. (2003). *Yenilik (İnovasyon), Yeni Ekonomi ve Rekabet*. Yayımlanmamış Uzmanlık Tezi. Rekabet Kurumu, Ankara.

Yumuşak İ. G, Eraslan C., Bayraktar Y. (2010). *Küreselleşme Sürecinde Yeni Ekonomi ve İktisat Politikaları*, (2. Baskı). Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul.

Yüceol, N. ve Karaboğa, T. (2021). Süper Akıllı Toplum Çağında İnsan Kaynağının Dönüşümü: Endüstri 4.0 ve Toplum 5.0 Geleceğin İşgücünü Nasıl Şekillendirecek? "*İş, Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi.* 1, 2, 25-48.