

Bilişim, İletişim, Reklam, İnternet ve Medya faaliyet alanlarında geleceğe dönük çözümler sunmak üzere, iş hayatında ulusal-uluslararası firma ve kademelerdeki uzun yılların deneyimine sahip girişimci profesyoneller tarafından kurulmuştur. Faaliyet alanlarının her birinin profesyonel birimler şeklinde yapılaştığı şirketimizde, yine faaliyetlerin her biri alanında uzman yöneticiler tarafından koordine edilmektedir.

Birim Bilgi ve İletişim Hizmetleri Ticaret A.Ş.
Şair Ahmet Kutsi Tecer Caddesi No:16/11 Merter / İstanbul
Tel: +90 212 555 66 50
info@birimas.com

www.birimas.com

Yeni Ekonomi



YENİ EKONOMİ.....	1
YENİ EKONOMİNİN GEREKÇELERİ.....	4
Yeni Ekonominin Özellikleri.....	4
Yeni Ekonominin Unsurları.....	7
Yeni Ekonomi Ve İnsan.....	9
Yeni ekonomi ve Meslekler.....	10
YENİ EKONOMİ VE ELEKTRONİK TİCARET.....	11
Kurumlar arası Elektronik Ticaret (Business to Business) (B2B):.....	11
Kurumdan Tüketiciye E-ticaret (Business to Consumer, (B2C):.....	11
Devletten Vatandaşa ya da Kuruma E-ticaret “E-Devlet” (E-Government):.....	11
Tüketiciden Tüketiciye E-ticaret (Consumer to Consumer) C2C:.....	12
Yeni ekonominin getirdikleri: yeni medya düzeni.....	12
Yeni ekonominin getirdikleri: yeni pazarlama düzeni.....	13
Minimum maliyet, maksimum satış, maksimum hız.....	14
Sonuç.....	14

Son derece sert bir rekabetin yaşandığı günümüzün dinamik, küresel pazar ortamında işletmelerin yaşayabilmeleri için bilgiye olan ihtiyaçları giderek artmakta ve sürekli ve düzenli bilgi akışının önemi hayati boyutlara ulaşmaktadır. Bu nedenle, işletmeler bilgi teknolojilerinin sağladığı altyapıyı etkin bir biçimde kullanarak, küresel pazardaki gelişmeleri sürekli izlemeli ve değişime uyum sağlayabilmek için gerekli kararları hızla almalıdır.

Yeni ekonominin ne demek olduğunu, ne gibi etkileri olacağını anlamak için "yeni" sözcüğünü anlamak gerekiyor. Yeni olan, yeni teknolojilerin, özellikle de internet teknolojilerinin ekonomik alanda da kullanılmaya başlanmasıdır.

21. yüzyılda bütün hızıyla devam eden bilgi teknolojilerindeki (Information Technology-IT) gelişmeler, çocuk, yetişkin, öğrenci, işçi, tacir ve sanayici gibi her kesimden insanları; eğitim, sağlık, ulaşım, haberleşme gibi çeşitli sektörleri; iktisat, işletme, hukuk ve tıp gibi çeşitli bilim dallarını, kısaca hayatın tüm alanlarını etkilemeye devam etmektedir. Bilişim dünyası olarak da ifade edilebilecek olan bu değişim "her an, her yerde ve her şekilde" hayatın içine girmiştir. Nasıl ki geçmişte buhar makinesi, demiryolu ve otomobil gibi araçlar gelişmişliğin ve değişimin simgesi olarak görülmüşse, 21. yüzyılın simgesinin de "internet" olduğu kabul edilmektedir.

Bilgi teknolojisindeki gelişmelerin en çok etkilediği alan hiç şüphesiz ki ekonomi olmuştur. Bilgi teknolojilerinin gelişmesiyle beraber bir yandan e-ticaret, e-para, network etkisi, yeni makro iktisat, web zamanı, dijital bölünme (digital divide), on-line nüfus ve e-devlet gibi yeni kavramlar ortaya çıkarken; bir yandan da iktisadın kuralları, işleyişi ve söylemlerinde yaşanan değişimlerin nasıl ifade edileceği üzerinde önemli tartışmalar yaşanmaktadır.

Alım-satımdan para aktarmaya, ortak ürün geliştirmeden planlamaya, ihaleden sözleşmeye, eko-nomiye ait ne kadar işlem varsa bunların yeni teknolojiler kullanılarak gerçekleştirilebilir olması, ekonomik yapılanmalarda önemli değişikliklere yol açmaya başlamıştır.

Teknolojik yeniliklerin hızı ve ekonomideki değişikliklerin biraz da kafalardaki soru işaretlerini yansıtmak şeklinde sonuçlarının incelenmemesi; "yeni" ekonomi adının yaygınlaşmasına yol açmıştır. Yeni ekonomiye, sonu görülemediği için kimi zaman şüpheyile yaklaşılsa da getireceği düşünülen fırsatlardan dolayı herkesin ilgisini çekmektedir. İnternetin kullanımının

basit ve herkese açık olması, hem bilginin küreselleşmesini hem de hızlı yayılmasını sağlamıştır. Mobil iletişim teknolojileri, insanların sabit mekânlardan haberleşme zorunluluğunu ortadan kaldırmıştır. Teknolojik altyapıyı geliştirme ve kullanma olanaklarının birkaç odak kuruluşun yetkisi olmaktan çıkıp yaygınlaşması, her geçen gün yeni teknolojilerin doğmasını ve hemen hayata geçmesini sağlamıştır. İnternetin ekonomik hayata en önemli etkisi ise getirdiği şeffaflıktır.

Fiyat, bulunabilirlik, üretici ve ürün şeffaflığı alıcının ve dolaylı olarak da satıcının davranışlarını değiştirmesine yol açmış, rekabeti artırmıştır. Bütün bu gelişmeler, teknolojiyi yeni ekonominin lokomotifi durumuna getirmiştir.

Yeni Ekonomide Piyasalar Daha Çok Küresel ve Rekabetçidir. Piyasaların küreselleşmesiyle tüketicilerin talepleri çeşitlenmekte ve daha da artmaktadır. Dolayısıyla, işletmeler faaliyetlerini plânlarırken daha küresel düşünmek zorundadır. Ayrıca yer ve eleman seçimi yaparken de, bilgi çağıının gerektirdiği nitelikleri göz önüne almak zorundadır. Çünkü yeni ekonomi hem dinamik hem de rekabetçidir. Yeni ekonomide binlerce alıcı ve satıcı her an karşılaşabilmektedir. Firmalar coğrafi olarak çok hareketli hâle gelmiş, rekabetin boyutu da ulusal olmaktan çıkmış; küresel bir nitelik kazanmıştır. Böyle bir ortamda yenilik ve kaliteye verilen önemin artması ve maliyetlerin de düşmesi beklenmektedir.

Bilginin makinelerle uygulanarak sağlanan verimlilik artışları Sanayi Devrimini ortaya çıkarmış; bilginin bilgiye uygulanışı ve bilginin diğer üretim faktörlerini ikame etme özelliği; bilgiyi, en önemli üretim faktörü haline getirerek günümüzdeki Bilgi Devrimini ortaya çıkarmıştır. Şüphesiz ki, yaşadığımız Bilgi Çağı yeni iş yapma şekillerini, hızı, performansı, kesintisiz hizmeti ve kaliteyi de beraberinde getirmektedir. İnternet; kamusal hizmetlerden, kurumlar arası ticarete; kurum içi bilgi alışverişinden garaj satışlarına kadar her alanda, bu çağıın isteklerine en uygun araç olarak ortaya çıkmıştır.

Mal ve hizmet ticaretinin; telefon, televizyon ve bilgisayar gibi araçlar aracılığıyla elektronik ortama taşınması; kurumların iş yapma modellerinde derin bir değişiklik yaşatmamıştır. Ancak internet, veri ve bilgi paylaşımı miktarını ve hızını artırması, 24 saat açık olması, sınırsız bir pazar sunması ve rekabeti artırması nedeniyle hem kurumlara yeni fırsatlar sunmuş, hem de kurumların kendi içlerinde bu iş yapma şekline uygun yapısal değişikliklere yol açmıştır. Ve tüm bu gelişmeler, ekonomiyi de yeniden şekillendirmiştir.

Elektronik ticaret; kurumları, bireyleri ve devleti hantal yapısından uzaklaştırarak sürekli hareket halinde olmaya zorlamakta ve rekabetin temelini değiştirmektedir. Eskiden çok sayıda müşteriye sahip olabilen sadece büyük ölçekli işletmeler iken; bu yeni iş yapma biçimiyle artık küçük işletmeler de dünyanın dört bir yanından çok sayıda müşteriye ulaşabilmektedir. İşleri yürütmenin ekonomik yapısı o kadar değişmektedir ki; dünyanın neresinde olursa olsun bir müşteriye daha hizmet vermenin marjinal maliyeti önemsiz kalmaktadır.

Yeni Ekonomide Organizasyonların Yapısı da değişmektedir. Yeni ekonominin dikkat çekici bir özelliği de, küresel hareketliliğe çok daha hızlı uyum sağlayabilecek yeni organizasyon yapısı olan “Birim Organizasyon Yaklaşımı” ile organizasyon yapılarının çevik uyumlu ve hızlı tepki verebilen yapılara dönüştürülmesi geleceğin organizasyon modeli olarak kurgulanmaktadır.(Çaylı, 2012 İşletme yönetiminde Birim Yaklaşımı)

Yeni Ekonomide mal ve hammaddelerin küresel piyasalardan hızlı ve kolayca bulunulabilirliği sonucunda küresel kartellerin oluşması engellenmekte, nihai bir çıktı üreterek ihraç eden bir firma, hammadde veya yarı mamul edinimlerini internet üzerinden dünyanın herhangi bir ülke-sinden alabilmektedir. Bunun sonucunda, yeni ekonomide üreticilerle tüketiciler arasındaki mesafe iyice daralmakta; ortaya “üret/tüket-ici” yapısı çıkmaktadır.

ÜRETİCİ
TÜKETİCİ

Yeni Ekonomide mal ve hammaddelerin küresel piyasalardan hızlı ve kolayca bulunulabilirliği sonucunda küresel kartellerin oluşması engellenmekte, nihai bir çıktı üreterek ihraç eden bir firma, hammadde veya yarı mamul edinimlerini internet üzerinden dünyanın herhangi bir ülke-sinden alabilmektedir.

Bunun sonucunda, yeni ekonomide üreticilerle tüketiciler arasındaki mesafe iyice daralmakta; ortaya “üret/tüket-ici” yapısı çıkmaktadır.

YENİ EKONOMİNİN GEREKÇELERİ

Yeni ekonominin dört önemli bileşeni var. Bunlar;

- Dijitalleşme-internet
- AR-GE faaliyetleri
- Küreselleşme
- İnsan kaynakları profilinde radikal değişme, ofis işçilerinden freelance çalışma düzenine geçiş.

Yeni ekonominin omurgasını internet oluşturuyor. İnternetin, iş dünyasına getirdiği fırsatlar ise e-ticaret olarak karşımıza çıkıyor.

Yeni Ekonominin Özellikleri

Yeni ekonominin özellikleri temelde 12 madde halinde sıralanabilir.

- 1. Yeni Ekonomi’nin Bilgi Ekonomisi Olması:** Yeni ekonomide bilgi hem nitelik hem de nicelik açısından daha önceki dönemlerde kullanılan girdilerden daha önemli hale gelmektedir. Bilgi ekonomisinde kuruluşların en önemli kaynakları beyin gücüdür. Bilgi emek ve sermayenin yerine alacak yegâne üretim faktörü haline gelmektedir (Drucker, 1998:121).
- 2. Yeni Ekonomi’nin Dijital Bir Ekonomi Olması:** Büyük miktarlarda bilgi son derece hızlı, ucuz ve güvenilir bir şekilde alıcılarına ulaşmaktadır. Bilgi ağları ve bilginin dijitalleşmesi bilginin ticarete konu olması sürecini hızlandırmaktadır (Cussumano ve Selby, 1995:145).
- 3. Yeni Ekonomi’de Sanallaşmanın Öneminin Artması:** Bilginin analogdan dijitale dönüşmesi, fiziki varlıkların sanal hale gelmesine olanak vermektedir. Zaman içerisinde söz konusu sanallaşma kurumların türlerini ve aralarındaki ilişkileri, dolayısıyla ekonomik faaliyetleri değiştirmeye başlamıştır (Peters, 1993: 116).
- 4. Yeni Ekonomi’de Kıtılığa Dayalı Ekonomi Niteliğinin Azalması:** Pek çok üretim kaynağının (sermaye, doğal kaynaklar v.b.) aksine bilgi ve enformasyonun paylaşılabileceği ve kullanıldıkça yayılma ve artma niteliği kaynak kıtlığını kısmen veya tamamen ortadan kaldırmaktadır.
- 5. Yeni Ekonomi’nin Bir Ağ Ekonomisi Olması:** İnternet ve benzeri iletişim ağları üzerinde elektronik ticaret yapabilmek, ancak bilişim teknolojisinin varlığı ile mümkündür (Akın, 2001:28).
- 6. Yeni Ekonomi’de Bilgi Mallarının Ortaya Çıkması:** Yeni ekonomide fiziki varlığı olmayan yazılım ve biyoteknoloji ürünleri gibi bilgi yoğun mallar ortaya çıkmaktadır.

Herhangi bir malın içindeki bilgi yoğunluğu arttıkça marjinal maliyeti sıfıra yaklaşmakta, tüketimde rekabet ortadan kalkmakta ve kamusal mallarla aynı nitelikleri taşıyor hale gelmektedir (Coates ve Warwick, 1999:11-22).

7. Yeni Ekonomi'de Aracıların Azalması: Yeni ekonomide; dijital iletişim ağları nedeniyle üretici ve tüketici arasındaki aracılar büyük ölçüde ortadan kalkmaktadır. (Ceyhun ve Çağlayan, 1997:35).

8. Yeni Ekonomi'de Hakim Sektörün Değişmesi: Yeni ekonominin hakim sektörü medyadır. Sanayi ekonomisinde otomotiv ve petrol iki anahtar sektör iken yeni ekonomide anahtar sektör rolünü bilgisayar, iletişim ve eğlence sanayilerinin bütünleşmesiyle oluşan yeni medya sektörü üstlenmektedir. Bu bütünleşme tüm sektörlerin temeli haline gelmiştir (Thurow, 1997:73).

9. Yeni Ekonomi'nin Yenilik Bazlı Ekonomi Olması: Yenilik temeline dayalı yeni ekonominin ilkesi "kendi ürününün modasını kendin geçir" felsefesine dayanır. Yeni ve başarılı bir ürün geliştirilmiş ve piyasaya sürülmüşse, bir sonraki hedef bu ürünün daha ileri bir versiyonunu üretip ortaya çıkarmak ve ilk ürünün modasını geçirmektir (Cussumano ve Selby, 1995:145).

10. Yeni Ekonomi'nin Hız Ekonomisi Olması: Bugünün işletmesinde, müşteri siparişleri elektronik yoldan alınmakta ve eş zamanlı olarak işlenmekte, ilgili fatura ve belgeler elektronik yoldan yollanmakta ve veri tabanları sürekli güncellenmektedir. Elektronik Veri Değişimi (EVD), firmanın dış çevresiyle eş zamanlı bilgi alışverişinde bulunmasını sağlayan güçlü bir sistemdir. Günümüzde internet tabanlı ortamlar hızla EVD'nin yerini almaktadır (Akin, 2001:42).

11. Yeni Ekonomi'nin Küresel Bir Ekonomi Olması: Yeni ekonomi küreseldir. Ekonomik duvarların önemli ölçüde ortadan kalktığı, dinamik, yeni ve değişken bir çevre ortaya çıkmıştır. İnternet ve dijital ortamdaki bilgi anahtar role sahip olduğu için, bireysel örgütler ulusal, bölgesel veya yerel alanda faaliyet göstermekten ziyade bağımsız olarak tek bir ekonominin parçası haline gelmişlerdir.

12. Yeni Ekonomi'nin Sosyal Problemler Yaratması: Yeni ekonomi, güç, güvenlik, eşitlik, kalite, iş hayatı kalitesi ve demokrasinin geleceği gibi bir takım sosyal problemleri de beraberinde getirmektedir. Çalışma hayatında gerekli bilgi, yetenek ya da motivasyona sahip olmayan insanların gelirlerindeki azalmalar önemli problemler olarak ortaya çıkabilecektir. Hemen her sektörde teknolojinin hızlı bir dönüşüm başlatması birçok kurumda ciddi dirençlerin gösterilmesine neden olacaktır. Gelişen teknolojilerin diktatör rejimler tarafından kötüye kullanılması, nükleer teknolojinin kötü niyetli kişilerce elde

edilme ihtimali, iletişim ağları ve bilişim teknolojisinin küçük devletlerce yerel savaşlarda kullanılması ve benzeri birçok sorun yeni ekonomilerde dikkate alınması gereken konulardır (Ölmezoğulları, 2001:21)

Bu özelliklerden çıkartılacak sonuç;

Yeni ekonomik düzen ticaretin internete taşınmasını olmazsa olmaz şekilde gerekli kılmaktadır. Yeni ekonominin çıktısı olarak Yeni ticaret düzeninde;

- **Zaman :**

Zaman kavramı ortadan kalkıyor. İnternet üzerinde şirketler birbirleriyle ve müşterileriyle anında iletişim kurup, işlem yapabiliyorlar.

- **Bilgi :**

Bilgi ve insan çok önemli hale geldi. Beyin gücü, yeni ekonomide kritik bir role sahip.

- **Hız :**

İnternet üzerinde yeni bir ürünün tanıtımı ve satışı hızla yapılabilir. Ürün tutulursa satış patlamasına yol açabilir.

- **Doğrudan temas :**

Geleneksel dağıtım kanalları ve bayiler, internetin tehdidi altında. İnternet, işletmelerin, doğrudan müşteriyle temas kurmasını sağlıyor.

- **Karşılaştırma :**

Yeni yazılımlarla, müşterilerin fiyat ve ürün karşılaştırmaları yapmaları kolaylaştı. Artık ürünler bazında fiyat, özellik gibi unsurlar kolayca karşılaştırılabilir.

- **Anında erişim :**

İstenilen ürüne anında ulaşabilmek ve internetten satın almak mümkün hale geldi.

Yeni Ekonominin Unsurları

Bilgi: Yeni ekonomi bilgi ekonomisidir.

Dijitalleşme: Yeni ekonomi dijital bir ekonomidir.

Sanal dünya: Bilginin niteliği analogdan dijitale doğru değişim gösterdikçe, ekonomik faaliyetlerin doğası değişmektedir.

Molekülleşme: Ekonomik faaliyetin temelini oluşturan organizasyonlar, yerlerini moleküler ve bu ölçüde dinamik birimlere bırakmaktadır.

Entegrasyon/Ağ ile bağlanma: Yeni ekonomi bir iletişim ağı ekonomisidir.

Aracısızlaşma: Aracı işlemler, işletmeler ve bireyler ortadan kalkmaktadır.

Bir noktada buluşma: Yeni ekonomide tüm sektörler, bilgisayar iletişim ve içerik endüstrilerinde buluşmaktadır.

Yenilikçilik : Yenilik yaratma yeteneği, yeni ekonominin en önemli dinamiğidir.

Üret-Tüketici: İnteraktif ilişkilere imkân sağlayan teknolojiler sayesinde, yeni ekonomide üretici ve tüketici arasındaki sınırlar ortadan kalkmaktadır.

Hız/İvedilik : Hız, yeni ekonominin en belirgin özelliklerindendir. Gerçek zamanlı işlemler üretimde, pazarlamada, muhasebe ve stok işlemlerinde sözleşme yapma ya da yenilemede inanılmaz bir hız sağlamıştır.

Küreselleşme : Yeni ekonomide, coğrafi sınırlar ortadan kalkmaktadır. Ulus devleti kavramı önemini yitirmekte ve ülkeler arasındaki bağımlılık artmaktadır.

Çatışma : Sosyal çelişkiler ve çatışmalar artma eğilimindedir. Sahip olan ve olmayanlar arasındaki uçurum giderek büyümektedir.

Tablo 1: Eski ve Yeni Ekonomi Arasındaki Temel Farklar

Konu	Eski Ekonomi	Yeni Ekonomi
Ekonomi		
Piyasalar	Dengeli	Dinamik
Rekabet Alanı	Yerel-Ulusal	Küresel
Organizasyon Şekli	Hiyerarşik-Bürokratik	Network (Ağ) Türü
Sanayi		
Üretim Yapısı	Yığın Üretim	Esnek Üretim
Büyümenin Temel Unsuru	Sermaye/Emek	Yenilik/Bilgi
Teknolojinin Temel Unsuru	Mekanizasyon	Dijitalleşme
Rekabet Avantajının Kaynağı	Ölçek Ek. ile Maliyetlerin Düşmesi	Yenilik, Kalite, Pazara Giriş Zamanı ve Maliyet
Araştırma/Yeniliğin Önemi	Düşük-Orta	Yüksek
Diğer Firmalarla İlişkiler	Tek Başına Hareket	Ortaklıklar ve İşbirliği
İşgücü		
Politika Hedefi	Tam İstihdam	Yüksek Ücret ve Gelir
Beceriler	İşin Gerektirdiği Beceriler	Genel Beceriler ve Çok Yönlü Eğitim
Gerekli Eğitim	Beceri veya Diploma	Yaşamboyu Öğrenme
İşçi-Yönetici İlişkisi	Rakip-Düşman	İşbirliği Yapmak
İstihdamın Niteliği	Dengeli	Risk ve Fırsatlara Dayalı
Hükümet		
Özel Sektör-Hükümet İlişkileri	Kuralları Koyma	Büyüme Fırsatlarını Destekleme
Düzenleme	Emir ve Kontrol	Piyasa Araçları, Esneklik

İletişim teknolojisindeki gelişmelerin ekonominin işleyişinde üzerinde hemfikir olunan temel nokta, ekonominin işleyiş mekanizmasının artık eskisi gibi olmayacağıdır. Gerçekten de iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucunda, geleneksel ticaretin şekli, dijital mal ve hizmetler ağırlıklı e-ticarete dönüşmekte; sınırsız olduğu kabul edilen “bilgi” en önemli üretim faktörü hâline gelmektedir. Geleneksel ödeme araçlarına e-para ilâve edilmekte; uluslararası ticaret rejiminde değişiklikler olmakta; piyasalar daha rekabetçi ve küresel hâle gelmekte ve şirketlerin temel amaç ve organizasyon yapılarında önemli değişiklikler ortaya çıkmaktadır.

Ekonomide yaşanan bu gelişmeleri, “ekonominin doğal bir değişimi” olarak nitelendirenlere karşılık; bu değişimi “dijital ekonomi,” “sanal ekonomi” veya genel olarak “yeni ekonomi” adı altında ifade edenler de bulunmaktadır. Yeni ticaret düzeni bu düzene ayak uyduranları zirveye taşıırken ayak uydurmaya çalışmayıp eski düzende devam etmeye çalışacak işletmeleri sürekli zorlayarak küçültecek ve sonunda yok edecektir.

Yeni Ekonomi Ve İnsan

Teknolojik yeniliklere yol açan birçok faktör var. Bunlardan en önemlisi, insanoğlunun bitmek bilmeyen merakı. Diğer faktörler, küreselleşme, bilgi ekonomisinin evrimi, rekabetin artması ve müşteri taleplerinin değişmesi.

Günümüzde ekonomik büyümenin öncülüğünü internet yapıyor. Siber uzay, insanların birbirleriyle iletişimde ve bilginin işletmeler arasında yayılmasında bir devrim yarattı. Bilgi çağında, artık insanların birbirleriyle fiziksel olarak kontak kurmalarına gerek kalmadı.

Teknolojinin gelişmesiyle insanın yerini makineler alıyor. Yapay zekaya sahip makineler, kendi kendine öğrenen makineler, makinenin insanla konuşabilmesi gelecekte mümkün olacak.

Sanayi devriminden bilgi devrimine geçişte kol işçilerinden ofis işçilerine dönüşen çalışanlar, Yeni ekonomi ile ofis işçilerinden freelance (bağımsız) çalışan işçilere dönüşüyorlar. Bilgi artışının getirdiği bu bağımsız çalışanlar bilgilerini artık bağımsız halde pazarlamaya başlıyor. Gelecek 10 yıl içerisinde özellikle üst düzey çalışanların en az yarısı işlerini evinden yapıyor hale gelecek.

Gelecekte sanal organizasyonların önemi artacak. Pek çok çalışan, işletme dışında veya freelance olarak çalışmaya başlayacak. Ofis dışında yapılan işlerin çoğunluğunu finansal hizmetler, reklam ve danışmanlık gibi işler oluşturacak.

Birçok çalışan kariyer portföyüne sahip olacak, aynı zamanda birden fazla işverenle çalışacak, e-ticarette meşgul olacak ve iş yaşamı süresince 3-4 kez iş değiştirecek. Yeni teknolojiler işi esnek hale getirecek, mesai saatleri ortadan kalkacak ve 24 saat iş yapma imkânı doğacak. İletişim teknolojilerinin olumlu yönlerinden biri de, cinsiyet ve kültürel farklılıkları azaltması.

Bütün bunlar, işletmeler için verimliliği ve etkinliği arttıracak. Fakat, bu gelişmeler aynı zamanda, stresi artırma potansiyeline de sahip ve çalışanların iş sonrası deşarj olma fırsatlarını azaltıyor. Bu da, işgören devir hızını ve iş değişikliğini artırıyor, verimliliği azaltıyor. Buna çözüm olarak işletmeler, çalışanların işleri ile aileleri arasında denge kurmalarına yardımcı olacak programlar ve politikalar geliştirecekler.

Yeni teknolojilerin diğer bir etkisi de, çalışanların yaptıkları iş üzerindeki katkılarının azalmasıyla birlikte, işe karşı memnuniyetsizliğin artması ve çalışan motivasyonunun azalması. İnternet, sosyal bağlılık duygusunu yaratamıyor.

İşletmelerde iletişim teknolojilerinin yoğun kullanılması, çalışanların sağlıklarının bozulmasına neden oluyor. Stres, baş ağrısı, baş dönmesi, görme bozukluğu, kusma gibi belirtiler, siber hastalığının belirtileri. Ayrıca iletişim teknolojisi, yöneticiler ile çalışanlar arasındaki iletişimi de ortadan kaldırıyor.

Yeni ekonomi ve Meslekler

Yeni ekonomi, ortaya yeni iş alanları ve meslekler çıkardı. Bunlara, bio-teknoloji uzmanı, veri tabanı uzmanı, internet strateji uzmanı, web tasarımcısı, çözüm mimarı, içerik yöneticisi, network uzmanı, vadeli piyasalar uzmanı ve CRM (Customer Relationship Management) uzmanı gibi meslekleri örnek verebiliriz. Yeni iletişim ve bilgi teknolojileri geliştirildikçe ve bunlara bağlı olarak iş yapma şekilleri ve süreçleri değiştikçe, bu mesleklerle yenileri eklenecek.

Yeni ekonominin çalışanlarda aradığı nitelikler şöyle:

- İletişim kurma becerisi
- İş zekası
- Özgüven
- Sorumluluğu kabul etme
- İnisiyatif
- Esneklik
- Analitik düşünce yeteneği
- Enerji düzeyi
- Hayal gücü
- Kendini keşfetmek
- Başarı dürtüsü
- Ekibe uygunluk
- Adanmışlık
- Verimlilik
- Hayat boyu öğrenme

YENİ EKONOMİ VE ELEKTRONİK TİCARET

1980'li yılların ikinci yarısında ortaya çıkan elektronik ticaret, birçok ulusal ve uluslararası kurum ve kuruluş tarafından tanımlanmıştır. Dünya Ticaret Örgütü, elektronik ticareti; “internet üzerinden satılan ve bedeli ödenen ürünlerin fiziksel ve dijital olarak teslim edilmesidir” şeklinde tanımlarken; OECD, “açık network (internet gibi) ya da kapalı network üzerinden sayısallaştırılmış yazılı metin, ses ve görüntünün işlenmesi ve iletilmesi olarak tanımlar”. Kısaca elektronik ticaretin genel kabul görmüş bir tanımı henüz yapılmamasına rağmen “ürün ve hizmetlerin dağıtım, pazarlama, satış ve teslimatının elektronik ortamda gerçekleştirilmesi” şeklinde ifade edilebilir. (UNCTAD). Elektronik ticarete kurumlar (işletmeler), tüketiciler, vatandaşlar ve devletten oluşan dört taraf bulunmaktadır. Tarafların her birinin elektronik ortamda birbirleriyle olan ilişkileri elektronik ticaretin dört türünü oluşturmaktadır (Dolanbay, 2000:36).

Kurumlar arası Elektronik Ticaret (Business to Business) (B2B):

TOPTAN E-ticaret olarak Türkçeleştirebileceğimiz bu tür; Kurumların; bayileri, dağıtıcıları ve tedarikçileri arasında oluşan, yani bir firmanın başka bir firmayla yaptığı ticarete kurumlar arası elektronik ticaret denir. Kurumlar arası elektronik ticarete firmalar arasında bir ya da daha fazla işletme fonksiyonu gerçekleştirilmektedir. En önemli özelliği extranet ortamının kullanılmasıdır. Toplu satın alma portalları, ithalat ve ihracat tekliflerinin web üzerinden verilmesi, bu iş modellerine örnek olarak gösterilebilir.

Kurumdan Tüketiciciye E-ticaret (Business to Consumer, (B2C):

(PERAKENDE E-ticaret olarak Türkçeleştirebileceğimiz bu tür; İşletmeden tüketiciye elektronik ticaret, üretilen mal ve hizmetlerin internet ve web üzerinden tüketicilere satışı anlamına gelmektedir. Firmadan tüketiciye iş görme ve etkileşimi sağlayan e-iş modelidir. İnternet ortamında tüketicilere yönelik her türlü faaliyet bu kapsamda sayılabilir. On-line alış veriş, bankacılık işlemleri, hisse alım satım işlemleri örnek olarak verilebilir (May, 2000:98).

Devletten Vatandaşa ya da Kuruma E-ticaret “E-Devlet” (E-Government):

E-Devlet olarak Türkçeleştirebileceğimiz bu tür; Elektronik devlet, vatandaşa ve kurumlara daha iyi hizmet götürmeyi sağlayacak bir alt yapıyı oluşturmaya yönelik bir olgudur.

Elektronik devletteki amaç; vatandaşa standart, daha kaliteli, daha verimli ve daha etkin hizmet sunma anlayışına dayanmaktadır. Başka bir anlatımla, kurumlarda saatlerce sıra beklemek yerine tek tuşla para transferi yapılacak, vatandaş nüfus sayımına eve hapsolmadan bilgisayarda dolduracağı formlarla katılacak, davalar bilgisayardan takip edilebilecek, kağıt tüketimi azalacaktır.

Tüketiciden Tüketiciciye E-ticaret (Consumer to Consumer) C2C:

2.EL E-ticareti olarak Türkçeleştirebileceğimiz bu tür Bu ticaret şeklinin başlangıcı batı ülkelerindeki garaj satışları olarak anılan sürece dayanmaktadır. Garaj satışlarında kişiler, eskimiş eşyalarını, bir pazar günü garajlarının önüne çıkararak rastgele insanlara satmaktadırlar. Bu iş yapma süreci, sürekliliği olmayan bir ticari faaliyettir ve satıcı ailenin elindeki mallarla sınırlıdır. Bu ticaret şekli zamanla internet dünyasında da kendine bir yer edinmiş ve garaj satışı kavramına çok alışık olan Kuzey Amerika’da yaygınlaşmıştır. Öyle ki, kimileri B2C dünyasına girecek satışlarını C2C dünyasında yapmaya başlamıştır. Örneğin, günümüzde internet üzerinde, tüketicilerin kendi bırakacakları ilan yoluyla kullandıkları bilgisayardan donanımına pek çok eşyaları satışa sundukları siteler mevcuttur. Bu sitelere talepteki artış nedeniyle, bazı bilgisayar firmalarının tüketici isimleri ile toptan ve daha ucuz fiyata aldıkları ekipmanları satmak üzere internet ortamında ilan bıraktıkları gözlenmektedir.

Elektronik ticaret ile kağıt masraflarının ortadan kaldırılması, hataların minimuma inmesi avantajlarının yanı sıra perakende satış yapılan mekanlarda kira, aydınlatma, ısıtma, soğutma, dekorasyon vb. giderler ile taşıma masraflarında tasarruf sağlamaktadır (Cansen, 2000:11). Fiziki mekânın olmamasının işletmeye sağladığı bir diğer avantaj da haftanın 7 günü ve 24 saati işlem yapılabilmesidir. Stok tutulmaması da fiziki mekân olmayışının diğer bir avantajıdır. Ürünler, sipariş alındıktan sonra temin edilmekte; bu da stok maliyetlerinde gözle görülür bir azalma sağlamaktadır. Maliyet düşüşleri sağlayan bir işletmenin ise; pazarda rekabet üstünlüğü sağlaması kaçınılmaz olmaktadır. Elektronik ortamda iş yapan işletmeler, müşterilerini daha yakından tanımakta ve onların istediği ürün ve hizmetleri sunma olanağına sahip olabilmektedirler. Öte yandan bu yeni iş yapma biçimini benimseyip uygulayan işletmelerin en büyük avantajlarından bir diğeri de sınırsız bir pazara ulaşmalarıdır

Yeni ekonominin getirdikleri: yeni medya düzeni

2000'li yıllarla birlikte internetin yaygın ve etkin kullanımıyla pazarlamanın mantığı tamamen

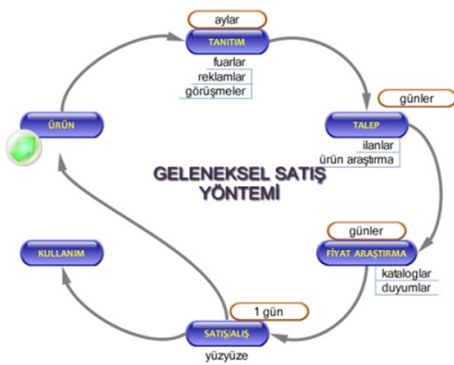
değişti. Yepyeni, öngörülemeyen pazarlama biçimleri ortaya çıktı. Pazarlamanın tüm tanıtım işlerini yapan medya'da bu değişime ayak uydurmak zorunda kaldı. Pek çok gazete ve basılı yayın kuruluşu kepenk kapattı. Ölçümlmelerde tek yönlü (monolog'a dayalı) reklamlar artık eskisi kadar etkili değil.

Siz ürünün reklamını yapıyorsunuz ama bir internet kullanıcısının ürün hakkındaki fikri sizin reklamınızın önüne geçiveriyor. Tamamen “sosyal medya”nın azizliği..

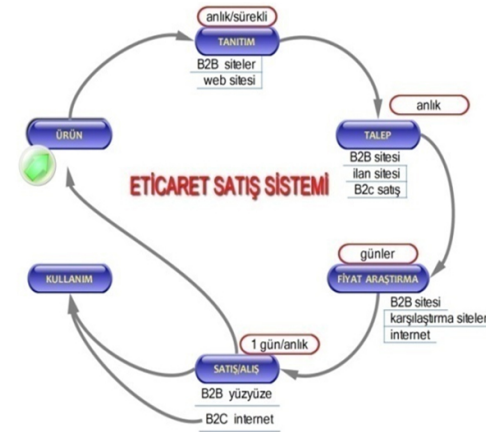
Sosyal medya internetle birlikte ortaya çıktı. İnternet sayesinde insanlar her şeyi yazabiliyorlar. Bir malı almadan önce kullananlara fikir soruyor, aldıktan sonra deneyerek fikirlerini diğer insanlarla kolayca paylaşıbiliyorlar. Bu da müşteri memnuniyeti adına yapılan her şeyi bu yeni medya üzerine taşımaya yetiyor. Artık bütün markalar sosyal medyada yer almaya çalışıyorlar. Tamamen yeni ekonomik düzenin bir çıktısı olan “sosyal medya” da yer almak artık herkesin hedefi.

Medyanın gelir kaynağını oluşturan reklamlar gözden düşünce “yeni medya düzeni” ortaya kondu. Tamamen internete dayalı bu düzen yazılı basını 3. Plana iterek gelir kaynaklarını kuruttu. Yeni medya düzeninde “google’da üst sıralara çıkmak”, “sosyal medyada olumlu yazılar” ve internet reklamları artık ön planda..

Yeni ekonominin getirdikleri: yeni pazarlama düzeni



Yeni ekonominin çıktısı olan “yeni medya düzeni” pazarlama dinamiklerini ve pazarlama şekillerini değiştirdi. Eskiden pazarlama enstrümanlarının başında yer alan tanıtım materyalleri olan fuarlar, gazete ve dergi reklamları yeni pazarlama düzeninde önemini yavaş yavaş kaybediyor. Alıcılar internet başında zahmetsizce her türlü ürüne ulaşabiliyor. Bu durum geleneksel satış yöntemlerinin etkisini büyük bir hızla kaybettiğini bize sergiliyor. Aylar süren pazarlama planları artık yapılmıyor.



Yeni pazarlama düzeninde fuarların yerini alan B2B ticaret portalları ürün arayışını saniyelere indiriyor. Üstelik fuardaki gibi ayaklarınıza kara sular ininceye kadar dolaşmak zorunda kalmadan. Bulduğunuz ve almak istediğiniz ürüne doğrudan ulaşabiliyor, satıcılarla direkt bağlantıya geçebiliyorsunuz.

Almak istediğiniz ürünler için talep bırakabiliyor ve satıcıların size ulaşmasını sağlayabiliyorsunuz.

Bütün bunlar sadece internetin getirmiş olduğu yeni ekonomik düzenin ve yeni ticaret düzeninin sayesinde.

Aynı zamanda sattığınız ürünleri satabilmek için fuar takip etmek, fuar bütçeleri ve yüklü tanıtım bütçeleri hazırlamak gibi bir sorunuzda kalmıyor. B2B sitelerine üye oluyor, firmanızı ve ürünlerinizi tüm dünyaya birkaç dakikada tanıtıyorsunuz. Burada tek dikkat etmeniz gereken tek şey B2B sitesinin kalitesi. Bunun içinde internette pek çok yararlı doküman bulabilirsiniz.

Minimum maliyet, maksimum satış, maksimum hız

Yeni Ticaret Düzeni'nin en önemli çıktılarından biri şüphesiz ki e-ticaret siteleri. B2B siteleri bu anlamda toptan alışverişin yeni fuarları. Burada firma ve ürünlerinize minimum maliyetle ulusal ve uluslar arası seviyede yeni ortaklıklar, yeni müşteriler bulabiliyorsunuz. Üstelik 7/24 hizmet veriyorlar, fuarlar gibi birkaç günlük değil bütün bir yıl açıklar. Tanıtım sürecini ve maliyetini minimize ediyor, Satışları maksimize ediyorlar. B2C sitelerinde ise ürününüzü ve firmanızı en ucuz, en etkili, en hızlı şekilde tanıtabiliyor, ürünlerinizi online olarak satabiliyor hatta parasını online olarak da tahsil edebiliyorsunuz.

Sonuç

İletişim teknolojisindeki gelişmelerin ekonominin işleyişinde üzerinde hemfikir olunan temel nokta, ekonominin işleyiş mekanizmasının artık eskisi gibi olmayacağıdır. Gerçekten de iletişim teknolojilerindeki gelişmeler sonucunda, daha çok fiziki mal ve hizmetler üzerinden yürütülen geleneksel ticaretin şekli, dijital mal ve hizmetler ağırlıklı e-ticarete dönüşmektedir.

Sınırsız olduğu kabul edilen “bilgi” en önemli üretim faktörü hâline gelmekte; geleneksel ödeme araçlarına e-para ilâve edilmekte; uluslararası ticaret rejiminde değişiklikler olmakta; piyasalar daha rekabetçi ve küresel hâle gelmekte ve şirketlerin temel amaç ve organizasyon yapılarında önemli değişiklikler ortaya çıkmaktadır.

İnternetin kullanılması her alanda korkunç bir “hız” ekonomisini de beraber getiriyor. Eski pazarlama araçları ve uzun zamana yayılmış lansman programları artık önemini yitirmek üzere. Yeni pazarlama araçları ticareti çok hızlı hale getiriyor. Yeni ticaret düzeninde firmalar, iyi pazarlama ile daha mamul piyasaya çıkmadan milyonların üzerinde satış rakamlarına ulaşabiliyorlar.

Yeni ticaret düzeninde artık gerçeklik ve dürüstlük ön plana çıkıyor. Ürünün kalitesi, ürünün fiyatı, üreticinin dürüstlüğü ve güvenilirliği ve ödeme şartları, satış lokasyonu ve firma büyüklüğü gibi ürüne bağlı olmayan unsurların önüne geçiyor. En büyük olmak size bir şey kazandırmazken en dürüst olmak yeni ticaret düzeninde önünüzü açacak. Bu da her alanda değil özellikle Satış Sonrası Servis alanında müşteri ilişkilerinin önemini artırıyor. Dünya ile rekabet edebilen bir ekonomi ancak yoğun tanıtım, AR-GE ve bilgi teknolojileri üretimiyle gerçekleştirilebilmektedir. Bu nedenle AR-GE ve üretim alanlarında gerekli teşvik ve planlamaların yapılması, başta yazılım olmak üzere tüm bilişim sektöründe ve kritik teknolojilerde üretim yapılabilir hale gelmesi gerekmektedir. Ekonomiyi iyi ve hızlı tanıttak enstrümanlar oluşmalı ve işletmeler bu oluşumlara kolaylıkla girebilmelidir. Önümüzdeki 10 yılda ticaret özellikle uluslar arası alanda tamamen digital internet platformuna kayacaktır. İnternet’te varsanız varsınız.

Yeni ekonomi düzeninin meydana getirdiği yeni ticaret düzenine ayak uydurmak gelecek açısından “olmazsa olmaz” bir nitelik kazanıyor. Gelecek 10 yılda özellikle B2B (toptan) ticaretin küresel anlamda % 80’i “yeni ticaret düzeni”ne geçmiş olacak. Ya ayak uyduracak ve ayakta kalacaksınız, ya da sonuçlarına katlanacaksınız.