

ÜRETİMDE MEKAN BOYUTUNUN ÖNEMİ VE BİLGİ TOPLUMU AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Dr. İbrahim DURAK*
Dr. Mehmet CİHANGİR**
Dr. Nihat GÜLTEKİN***

ÖZET

Bilgi toplumu olma özelliğine kavuşmuş toplumlar için, bilgi en önemli güçtür. Günümüz küreselleşme sürecinde her türlü ekonomik faaliyetin odak noktasını bilgi oluşturmaktadır. Bilginin sağladığı bu güç sayesinde, işletmeler için artık üretimin nerede yapıldığının önemi kalmamıştır. Şüphesiz bunda maliyet, verimlilik ve yenilik ağ sisteminde farklı seçeneklerin ortaya çıkmış olması da önemli rol oynamıştır. Farklı ülke ve farklı bölgelerden sağlanan üretim girdileriyle yapılan üretimin getirisinden, dünyanın çok farklı yerlerindeki çok sayıda işletme yararlanabilmektedir. Çalışmada bu yararlanmanın biçim ve özellikleriyle, bu tür üretimlerden yarar sağlayan ve zarar gören ülkelerin ve işletmelerin durumu incelenmiş, bilgi toplumu olmanın bu sahada sağlayacağı yararlar vurgu yapılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Üretim ve Mekân, Bilgi Toplumu, Şebeke Organizasyon

ABSTRACT

Information is the most important power for information societies. Focal point of all economic activities is information at globalization process. Where the production is made has lost its importance for business thanks to this power, which information has provided. In other words place depth isn't important today. A lot of businesses in different countries and different regions benefit from returns of production which has been made with inputs of different countries and different regions. In this study we investigated formats and characteristics of this benefit. Furthermore we investigated the position of countries and businesses which benefit and suffer from this kind of productions. Finally we emphasized the benefits of information society.

* Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

** Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

*** Harran Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

Key Words : *Production and Place, Information Society, Network Organization.*

1. GİRİŞ

İnsanlık tarihinin son üç yüz yılına damgasını vuran sanayileşme süreci, kademe kademe yerini yeni bir çağa bırakmaktadır. Bu yeni çağa bazı yazarlar “bilgi toplumu”, bazıları “endüstri sonrası toplum”, bazıları da “enformasyon toplumu” demektedirler (Bozkurt, 1997:3). Geleneksel tarım toplumunda kas gücü ve hayvan gücüne dayalı tarımsal üretim ön planda iken, sanayi toplumunda makinelerin oluşturduğu mekanik güce dayalı kitle üretimi ön plandadır. Bilgi toplumunda ise, lokomotif unsur bilgisayarlardır ve bilginin üretilmesi, taşınabilmesi, paylaşılabilmesi ve uygulanabilmesi önem kazanmaktadır. Bilgi toplumu ile ekonomik kalkınma arasındaki ilişkiler ilk kez 1993 yılında Hüsni Erkan tarafından yayınlanan Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme adlı kitapta gündeme getirilmiştir. Gelişmiş bilgi toplumu ülkelerinde, bilimsel bilgi hem üretim sürecinin hem de tüketim sürecinin en önemli girdisini oluşturmaktadır. Örneğin, ABD’de 1950 yılında çalışanların %17’si bilgi üretirken bugün aralarında bilgisayar programcıları, öğretmenler, yöneticiler, sekreterler, muhasebeciler, bankerler ve teknik elemanların bulunduğu %60’lık bir sınıf bilgi üretmektedir (Bozkurt, 1997:54). Günümüzdeki hızlı teknolojik değişim, iletişim, bilgisayar ve otomasyon sistemlerinin giderek daha çok yaygınlaşması ve öneminin artması, 21.yüzyılın en önemli özelliklerinden birisini oluşturmaktadır (Durak, 1999:41). Günümüz küreselleşme sürecinde her türlü ekonomik faaliyetin odak noktasını bilgi oluşturmaktadır. Alvin Toffler’ın da belirttiği gibi, bir sanayi şirketinin değeri binalar, makineler, stok ve demirbaşlar gibi somut varlıklarla ölçülürken, başarılı üçüncü dalga (bilgi) toplumu işletmelerinin değeri, bilgiyi stratejik bir unsur ve faaliyet olarak elde etme, üretme, dağıtma ve uygulama kapasitesine bağlıdır (Toffler, 1996:43). Burada bilgi veri, imaj, semboller, kültür ve değerleri de içerecek biçimde geniş anlamda kullanılmaktadır. Örneğin, Microsoft, Compaq, Kodak, Hitachi veya Siemens gibi işletmelerin gerçek değeri sahip oldukları demirbaşlar, montaj hatları veya diğer fiziksel varlıklardan daha çok, ilgili işletmelerde çalışanların kafasındaki fikir, düşünce, görüş ve bilgiye dayanmaktadır. Örneğin, bilgi yoğun işletmelerden olan Microsoft incelendiğinde, maddi kaynaklarının (arazi, bina, stoklar, hammadde vb..) gibi çok az olduğu, buna karşılık kayda değer tek varlığının işletme içindeki çalışanlarının “beyin gücü” olduğu görülmektedir. Bilgiyi daha çok elinde bulunduran gelişmiş ülke toplum, örgüt ve bireyleri bilgi çağının güç merkezlerini ve bilimin ana konusunu oluşturmaktadırlar.

II. BİLGİ TOPLUMUNDA ÜRETİMİN KÜRESELLEŞMESİ

Günümüz rekabet ortamında bir işletmenin tek başına uluslararası pazarda rekabet etme ve çevresel belirsizliğin üstesinden gelebilme şansı gittikçe azalmaktadır. Geçmişte düşük değişim hızına sahip ve açıkça tanımlanabilen pazar sınırları günümüzde oldukça geniş ve karmaşık bir yapıya sahiptir. Günümüzde, geleneksel büyük işletme yapıları giderek ayrışmakta, dinamik birey ve kurumların oluşturduğu yeni yapılara dönüşmektedir.

İşletmeler faaliyetlerini belirli temel yetenekler (core competence) etrafında toplayarak iyi bildikleri ve üzerinde uzmanlaştıkları işler dışında bütün işleri başka işletmelere yaptırmaya yönelmişlerdir (Koçel, 1998,:279). Sosyal ve iktisadi hayatın tüm yönlerinde kitlesel yapılardan moleküler yapılara dönüşüm yaşanmaktadır (Akın, 2001:36). Sanayi toplumu işletmelerinde dikey bütünleşme ön planda iken, bilgi toplumunda, mümkün olduğu kadar çok görevin dışarıya verildiği (outsourcing) basık yapıllı işletmelerarası işbirliği biçimleri önem kazanmaktadır. İşletmenin kendisi adeta bir “sözleşmeler işletmesi”ne dönüşmektedir. Bu süreçte, şebeke organizasyon türü olarak fason üretim, stratejik ortaklıklar, ortak girişimler vb. gibi, işletmelerin başka işletmelerle yardımlaşma ve işbirliği yapma biçimleri ortaya çıkmaktadır. Stratejik ortaklıklar, bölgesel acentelik ve bayilikler gibi çok basit anlaşmalardan, teknik bilgi (know-how), lisans, taşeronluk, franchising gibi daha belirli ve karmaşıklık derecesi yüksek çeşitli işbirliği biçimlerini kapsamaktadır. (Ülgen, Mirze, 2004:324)

Dolayısıyla, günümüzde uluslararası ve küresel pazarlarda çeşitli işbirliği gruplarının rekabet ettiği yeni bir rekabet biçimi görülmektedir (Gomes-Casseres, 1994:62). Örneğin, Apple Computer, Motorola ve Sony aynı zamanda elektronik bloknot özelliği olan cep telefonları üretmek için birlikte çalışmaktadır (Cravens ve diğ., 1994:21). Apple yazılımını, Motorola elektronik çipini yapmakta, Sony ise, tasarım ve diğer gereklerine katkıda bulunmaktadır. Sonuçta bu işletmeler tek başına yapabileceklerinden daha hızlı ve daha iyi bir ürün geliştirmektedirler.

Toprak, emek, hammadde ve sermaye gibi sanayi dönemi işletmelerinin başlıca üretim faktörleri sonlu kaynakları temsil ederken, bilgi tükenmez bir kaynağın temsilcisidir. Bilgi bir buhar kazanı ya da montaj hattından farklı olarak aynı anda pek çok işletme tarafından kullanılmaktadır. Aynı zamanda bu işletmeler bu bilgiyi daha çok bilgi üretmek için de bir girdi olarak kullanabilmektedir. Bilgi ekonomisinde teknolojik değişiklikler ve yenilikler nitelikli işgücü lehine işlemektedir. Ekip çalışması ve işbirliği yoğun, yüksek performanslı ve esnek işletmeler inisiyatif, yaratıcılık, problem çözme, değişime açıklık vb. gibi niteliklere daha çok önem vermekte ve bu yeteneklere sahip çalışanlar için daha yüksek bir ücret ödemeyi kabul etmektedirler (Aktan ve Vural, 2004:161). Günümüzde zirvede bulunan çeşitli işletmelerin bilgiye yaklaşımları, zirvede oluşlarıyla ilgili çeşitli ipuçları vermektedir. Örneğin, Honda ve Canon gibi Uzakdoğu'nun dev işletmeleri yeni pazarlar oluşturma, yeni ürün ve teknoloji geliştirme gibi alanlarda bilgiyi kullanmaktan ziyade “bilgi üreterek” liderliklerini korumaktadırlar.

Mevcut bilgiyi yorumlamak teknik bir boyut iken, bilgiyi üretmek için hayal gücü ve sezgiden yararlanmak gerekmektedir. Bu sebeptendir ki, vizyonu olan işletmeler tarafından bilginin üretilmesi, işlenmesi, pazarlanması dünyada en hızlı büyüyen endüstriyi oluşturmaktadır. Küreselleşme sürecinde küresel şirketlerin tamamı bilgi devriminden yararlanmaktadır. Bilgi devriminin ve bilgi endüstrisinin en önemli teknolojik aygıtı Bilgi İletişim Teknolojileridir. Özellikle internet iletişimindeki yükseliş bilgi devriminin tetikleyicisi olmaktadır (Jallat ve Capek, 2001:55) Günümüzde internet aracılığı ile yaratılan sanal ortamda, bir işletmenin rakiplerinin kim olduğu geleneksel ticaret hayatından farklı bir boyut kazanmıştır. Bir mağazanın rakibi hemen yanındaki başka bir mağaza değil, dünyanın herhangi bir yerindeki birçok mağaza olabilmektedir. Bir yayınevinin rakibi internette doğan yeni bir yayınevi olabilmektedir. İnternet bilgi üreticilerini, araçlarını ve kullanıcılarını önceden olmadığı biçimde birbirine

yaklaştırmaktadır (Teare ve O'Hern, 2000:102). Bilgi toplumunda insan unsuru bilgiyi üretmenin, bilgi kullanımının ve bilgi paylaşımının kaynağını oluşturmaktadır. Dolayısıyla bilgi teknolojisi temelli işbirlikleri ve şebekeler oluşturulurken, bu işbirliklerinin ve şebekelerin içerisinde bilgiye kaynaklık eden, bilgiyi üreten ve kullanan insan unsuru önem kazanmıştır (Högberg ve Edvinsson, 1998:81).

Günümüz teknolojisi bir taraftan küçük ölçekli işletmelere büyük işletmelerin sahip olduğu ölçek ekonomileri ve kaynağa ulaşma gibi temel üstünlükleri sağlarken, diğer taraftan katı bürokrasi, hiyerarşik yapı ve değişim güçlüğü gibi büyük ölçekli işletmelerin çeşitli olumsuzluklarını da ortadan kaldırmaktadır. Şirketler, asıl rekabet gücüne sahip oldukları uzmanlık alanları dışında pazarlama ve muhasebe hizmetlerinden hammadde teminine kadar diğer tüm işlerini küçük işletmelere devrederek yaptırmaktadırlar (Fukuyama, 2000:40). Aşağıdaki örnek, küreselleşme sürecinde dünyadaki ekonomik entegrasyonu, küresel çapta üretimi ve bu üretimden elde edilen hasıla paylaşımının geldiği boyutları göstermesi açısından dikkat çekicidir (Sharp, 1997:90)

“Bir Amerikalı GM'dan bir Pontiac Le Mans satın aldığı anda farkında olmadan uluslararası bir anlaşmaya girer. Araba için GM'a ödenen 20.000 dolardan yaklaşık 6.000 doları işgücü ve montaj giderleri için Güney Kore'ye, 3.500 doları gelişmiş parçaların temin edildiği Japonya'ya, 1.500 doları stil ve tasarım mühendisliği için Almanya'ya, 800 doları küçük parçalar için Tayvan, Singapur ve Japonya'ya, 500 doları reklam için İngiltere'ye ve yaklaşık 100 doları da bilgi işlem için İrlanda ve Barbados'a gitmektedir. Kalan 8.000 dolardan az miktar ise, Detroit'teki strateji uzmanlarına, New York'taki bankacı ve avukatlara, Washington'daki lobicilere, ülkenin her yanındaki sigorta ve sağlık sektörü çalışanlarına ve dünya çapındaki GM hissedarlarına gitmektedir.”

Gelişmiş bilgi toplumu ülkeleri arasındaki çeşitli işbirliği ve ortaklıklar nispi olarak eşit güce sahip ve daha çok yatay bir yapılanma içerisinde faaliyet göstermektedirler. Buna karşılık, gelişmiş bilgi toplumu işletmeleri ile az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülke işletmelerinin oluşturdukları çeşitli ortaklıklar ve birlikte faaliyetler, (şebeke organizasyonlar gibi) özellikle fason üretim kapsamında sipariş veren firmalarla bu sipariş ve talimatlar doğrultusunda üretim yapan işletmeler şeklinde hiyerarşik bir yapılanma oluşturmaktadır (İrmiş, 2004:40). Küresel rekabetin sonucu olarak işletmelerin faaliyet alanları sürekli değişmekte, genişlemekte ve karmaşıklaşmaktadır. Küreselleşme sürecinde bir organizasyon için zayıf olduğu bir alanı tamamlayıcı güçlü bir ortak bulması, bu karmaşa ortamında işletmeye bir denge öğesi sağlamaktadır (McFarlan ve Nolan, 1995:11).

Özellikle tekstil gibi emek yoğun faaliyetlerde A.B.D. ve İngiltere gibi gelişmiş bilgi toplumu ülkeleri coğrafi mesafeyi dikkate almaksızın üretim bağlantılarını, ücretlerin ve hammadde fiyatlarının düşük olduğu az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülke işletmeleriyle yapmaktadır. Gelişmiş bilgi toplumu ülkelerinde tekstilin önem derecesi gittikçe azalan bir eğilime sahip iken, az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde tekstilin önem derecesi gittikçe artmaktadır. Bunda az gelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerde tekstil ürünlerinin daha ucuza üretilmesinin önemli bir payı vardır. Tekstil sektörünün katma değerinin düşük, işçi maliyetlerinin yüksek, vasıf düzeyi düşük istihdam sağlaması ve çevreyi kirletici vb. gibi özelliklere sahip bir sektör olması nedeniyle bilgi toplumu işletmeleri bu ürünleri kendileri üretmemektedirler. Bunun yerine ihtiyaçları olan tekstil ürünlerini kendilerinin belirlediği fiyat ve kalite düzeyinde dünyanın çeşitli bölgelerindeki gelişmiş ya da gelişmekte olan ülke işletmelerine yaptırmayı tercih etmektedirler (Eroğlu,

1998:268–269). Örneğin, Amerikan Nike ve Alman Adidas spor malzemelerinin üretimi ilgili marka ve ana işletmeler adına Tayvan’da çok sayıda başka işletmeler (taşeronlar) tarafından yapılmaktadır. Yine dünyaca ünlü Benetton, Victoria Secret, Marks and Spencer, Tesco vb.. gibi giyim markaları, üretimlerini emek gücü ve hammaddenin ucuz olduğu Uzakdoğu ve Türkiye gibi ülkelere yaptırmaktadır. Benetton, küresel bilgi sistemiyle yönetilen çok sayıda tedarikçi ve perakendecilere sahiptir. (Cravens vd., 1994:41-42) Benetton Kuzey İtalya’daki şirket merkezinden almış olduğu önerilerle giysi tasarımı yapmaktadır. Kullanmış olduğu bilgi sistemi ile sipariş ve tasarımları, dünyanın farklı coğrafyalarında “Benetton markası” adına fason üretim yapan üreticilere taşımaktadır. Şirket yeni coğrafi pazarlara girmekte ve değişen tercihler ile pazar fırsatlarının belirlediği yeni giysi tasarımları geliştirmektedir. Gelişmiş bilgi toplumu ülkeleri know-how mülkiyeti, ürün tasarımları, müşteri eğilimleri, ar-ge, ileri teknoloji üretimi gibi katma değeri yüksek ürünlerin üretimine yönelmişlerdir. Örneğin, Nike’ın pazar liderliğini sürdürmesinde en önemli etken pazar eğilimlerini karşılamak için yeni modelleri hızla geliştirme yeteneğine sahip olması ve ar-ge yatırımlarına da büyük önem vermesidir (Miles ve Snow, 1992:63–64). Üretimin küreselleşmesi temelde A.Smith’in ve F.Taylor’un “işletme içerisindeki işbölümü ve uzmanlaşma” ilkelerine dayanmaktadır. İşletmede yapılacak etken bir işbölümü ve uzmanlaşma, işletmenin karlılığı ve verimliliğini artırmıştır. İşbölümü ile işletmeler daha fazla çıktıyı daha kısa zamanda ve daha etken olarak elde etmektedir. Benzer şekilde günümüz küresel dünyasında her ülke kendi kaynakları, kaynaklarına göre yönlendirilmiş üretim uzmanlıkları ve gelişmişlik düzeyine göre dünya üzerinde yapılan üretimdeki işbölümüne (merkez ya da çevre olarak) katılmaktadır (İrmiş, 2006:19).

III. SONUÇ

Kaliteli ve düşük maliyetli üretim, günümüzde bilgi toplumu ve gelişmekte olan ülke işletmeleri arasındaki işbölümüyle küresel ortama yayılmış durumdadır. Bilgi toplumu işletmeleri know-how, ar-ge, patent, ürün tasarımı, bilgi üretimi ve kullanımı gibi katma değeri yüksek ileri teknoloji alanlarına odaklanarak üretimin nasıl yapılacağı ile ilgili karar merkezlerini oluşturmaktadırlar. Daha yüksek ar-ge yatırımlarına, daha fazla patente ve yeni ürünlere sahip olan diğer bir deyişle daha yenilikçi olan işletmeler uluslararası piyasada daha fazla rekabet gücüne sahip olmaktadır (Aktan, 2004:173). Buna karşılık, daha ucuza ve daha kaliteli ürünler-coğrafi mesafe dikkate alınmaksızın- özellikle şebeke organizasyonunun bir türü olan fason üretim kapsamında, dünya genelindeki azgelişmiş ya da gelişmekte olan ülke işletmeleri (üretim merkezleri) tarafından kendilerinin belirlediği fiyat ve standartlara uygun olarak kendi markaları adına üretilmektedir. Dolayısıyla bilgi toplumu işletmeleri üretim için gerekli olan hammadde, makine, işgücü maliyeti, çevre kirliliği maliyeti gibi hiçbir maliyete ve sorumluluğa katlanmadan oluşturulan katma değerden kar elde etmektedirler. Azgelişmiş ve gelişmekte olan ülke işletmeleri özellikle tekstil, gıda, belirli bir ürünün alt parçalarının üretilmesi gibi sanayileşmenin ilk adımları olan sektörlerde belirli bir kalite ve standart şartıyla kendilerine sipariş veren gelişmiş ülke işletmelerine fason üretim yapmaktadırlar (İrmiş, 2004:40). Özellikle emeğin göreceli olarak daha yoğun kullanıldığı (tekstil sektörü gibi) azgelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler, bilgi toplumu işletmeleri için adeta birer cazibe merkezi olmakta ve düşük vasıflı işgücünün fason üretim ya da doğrudan yabancı yatırım yoluyla ulusal sınırlar ötesindeki

işçilerle ikame edilme olasılığını artırmaktadır. Düşük vasıflı emek bolluğuna dayalı rekabet üstünlüğü ise, gerçek anlamda bir rekabet üstünlüğü olmaktan çıkmaktadır (Aktan ve Vural, 2004:172). Bu durum ise, gelişmiş bilgi toplumu ülkelerinin lehine olan durumu daha da güçlendirmektedir. Küreselleşme süreciyle birlikte gelişmiş ülkelerin kendi aralarında oluşturdukları şebeke organizasyon gibi işbirliği biçimleri daha çok yatay bir yapı göstermekte ve karşılıklı alışveriş ile sinerji oluşturulmaktadır. Dolayısıyla gelişmiş bilgi toplumu işletmelerinin kendi aralarında oluşturdukları şebekeler içerisinde güç nispeten eşit olarak dağılmıştır. Buna karşılık, gelişmiş bilgi toplumu haline gelmiş ülkelerle, bilgi toplumu haline gelememiş ancak Bilgi İletişim Teknolojilerini kullanma yeterliliğine sahip azgelişmiş ya da gelişmekte olan ülkeler arasında işbölümüne dayalı şebekelerde güç eşit olarak dağılmamaktadır. Daha çok gelişmiş bilgi toplumu ülkesi işletmelerinin belirli standartlarla üretim siparişi verip, azgelişmiş ya da gelişmekte olan ülkelerin ise bu siparişler ve standartlar doğrultusunda lider (merkez) işletmeye fason üretim yaptıkları hiyerarşik bir yapılanma söz konusudur.

Bilgi toplumunun gelişmesiyle birlikte, işletmelerin kuruluş yeri seçimine etki eden işgücü kaynağına yakınlık ve taşıma maliyetleri vb gibi faktörlerin önemi kendi ülkelerinde karşı karşıya kaldıkları hammadde, işgücü ve çevre maliyetleri karşısında azalmaktadır (Wallemacq, 1998:605). Dolayısıyla, özellikle küresel üretim bağlantıları ve küresel pazarları olan gelişmiş bilgi toplumu ülkeleri için, üretimde fiziki mekân boyutunun önemi kalmamıştır. Bunun yerine sanal ortamda ihalelerin yapıldığı, siparişlerin verildiği ve pazarlamanın yapıldığı bir ortam önem kazanmıştır. Ancak üretimin fiziki yaptırıldığı mekân, üretim sahibi ülkeler yerine gelişmiş bilgi toplumu olma vasfını kazanmamış azgelişmiş ya da gelişmekte olan ülke toprakları olmuştur.

KAYNAKÇA

- Akın H.Bahadır, **Yeni Ekonomi, Strateji, Rekabet, Teknoloji Yönetimi**, Çizgi Kitabevi Yayınları
- Aktan Coşkun Can, İstiklal Y.Vural, **Yeni Ekonomi ve Yeni Rekabet**, Rekabet Dizisi: 1, TİSK Yayın No:254, Ankara 2004.
- Bozkurt Veysel, **Enformasyon Toplumu ve Türkiye**, Sistem Yayıncılık, 2.B, İstanbul 1997.
- Cravens David W., Shannon H. Shipp and Karen S. Cravens, “Reforming The Traditional Organization: The Mandate for Developing Network”, **Business Horizons**, July-August 1994.
- Durak İbrahim, Küreselleşme Sürecinde İnsan Unsurunun Artan Önemi, **Ekol**, Denizli Sanayi Odası Dergisi, Sayı:4,1999.
- Eroğlu Feyzullah, **Küreselleşme Sürecinde Yönetim Krizi ve Çözüm Yolları**, Berikan Yayınları :3, Ankara 1998.
- Erkan Hüsnü, **Bilgi Toplumu ve Ekonomik Gelişme**, Türkiye İş Bankası Yayınları, Ankara 1998.
- Fukuyama Francis, **Güven (Sosyal Erdemler ve Refah Yaratılması)**, Türkiye İş Bankası Yayınları, 2.B., İstanbul, Mart 2000.
- Gomes-Casseres Benjamin, “Group Versus Group: How Alliance Network Compete”, **Harvard Business Review**, July- August 1994.
- Högberg Christian, Leif Edvinsson , “A Design For Futurizing Knowledge Networking”, **Journal of Knowledge Management**, Vol.2, No.2, December 1998.
- İrmiş Ayşe, “Küreselleşen Üretimle Beraber Artı Emek ve Artı Risk Değerinin Küreselleşmesi”, **Türkiye Günlüğü**, 78/Güz , 2004.
- **Yeni Bir Örgütlenme Şekli Olarak Şebeke Organizasyonlar**, Beta Yayınları , 1.B. İstanbul 2003.
- **Bilgi Ekonomisi**, Ed.:Nihal Kargı, Ekin Kitabevi, Bursa 2006.
- Jallat Frederic, Michael J.Capek, “Disintermediation in Question: New Economy, New Markets, New Middlemen”, **Business Horizons**, March-April 2001.
- Koçel Tamer, **İşletme Yöneticiliği**, Beta Yayınları 1.B., İstanbul 1998.
- McFarlan F. Warren, Richard L.Nolan, “How to Manage an IT Outsourcing Alliance”, **Sloan Management Reiview**, Winter 1995.
- Miles Raymond E., Charles Snow, “Causes of Failure in Network Organizations”, **California Management Review**, Summer 1992.

Sharp Margaret, **Technology, Cultures and Competitiveness: Change and The World Political Economy**, Ed.Michael Talalay, Chris Farrands, Roger Tooze, Routledge, London 1997.

Teare Richard, Jim O’Hern, “Challenges for Service Leaders: Setting the Agenda for the Virtual Learning Organization”, **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 12/2, 2000.

Tofflar Alvin, Heidi, **Yeni Bir Uygarlık Yaratmak**, İnkılap Kitabevi, İstanbul 1996. Ülgen Hayri, S. Kadri Mirze, **İşletmelerde Stratejik Yönetim**, Literatür Yayınları No:113, 1.B., İstanbul 2004.

Ülgen, Hayri, S. Kadri Mirze, **İşletmelerde Stratejik Yönetim**, Literatür Yayınları No:113, İstanbul 2004.

Wallemacq Anne, “Totem and Methapor: The Concept of Network as a Symbolical Operator”, **Organization**, Vol.5(4), 1998.