

TÜRKİYE'DE GENÇ İŞSİZLİK İLE MÜCADELEDE YENİ BİR YAKLAŞIM: YENİ EKONOMİ VE E-TİCARET

(Sayfa 44-56)

Dr. Öğr. Üyesi Ayşe Esra Peker¹
İrem Şanlı²
Esra Gözde Eren³

Özet

1950'li yıllardan bu yana Türkiye gündeminde olan işsizlik sorunu akademisyenler ve politika uygulayıcıları tarafından uzun süredir tartışılmaktadır. Avrupa'nın en genç nüfuslu ikinci ülke olma özelliğini taşıyan Türkiye'nin yüksek genç nüfusa sahip olması bu sorunu ülkemiz için daha farklı bir yere taşımaktadır. Bir başka ifade ile beşeri sermaye açısından bir kayıp olarak değerlendirilen genç işsizlik rakamı, Türkiye açısından telafisi olmayan bir boyuta ulaşmadan önüne geçilmesi gereken bir problemdir. Son yıllarda bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler ekonomik ve sosyal hayatta önemli değişimler yaşanmasına neden olmuştur. Yaşanan bu dönüşüm ekonomide yenilik sürecini başlatmış ve yeni ekonomi kavramının oluşmasına yol açmıştır. Elektronik ortamda sipariş verilmesinden, ürünün teslim sürecine kadar bütün aşamalar elektronik sistemler üzerinden takip edilmeye başlanmıştır. Elektronik ticaret ile uluslararası piyasalarda rekabetin yükselmesi, maliyetlerin düşmesi, tüketicilerin yeni tüketim alışkanlıklarını kazanması ve yeni ödeme şekillerinin geliştirilmesi gibi farklı süreçler oluşmuştur. Son yıllarda sosyal medya ile elektronik ticaretin yeni bir boyut kazandığı görülmektedir. İlk dönemlerde elektronik ticaretin sadece belirli yaş grubu tarafından tercih edildiği görülürken, son yıllarda bu yaş aralığı yelpazesinin oldukça genişlediği görülmektedir. Elektronik ticaret kapsamında geliştirilen birçok online alışveriş sitesinin kurucularının da gençler olması bu duruma farklı bir boyut kazandırmıştır. Bu bağlamda dünya ekonomilerinde olduğu gibi Türkiye içinde önemli bir problem olan genç işsizlik problemi sürecine bir çözüm olarak karşımıza çıkan e ticaret yaklaşımı bu çalışmanın temelini oluşturmaktadır. Bu çalışmada Türkiye'de sıklıkla kullanılan yeni ekonomi kapsamında geliştirilen online ticaret sitelerinin kurucuları araştırılarak mevcut durumun ortaya konması amaçlanmıştır. Böylelikle yeni ekonomi kapsamında genç işsizlikle mücadele politikalarının oluşturulmasında e-ticaretin oluşturduğu fırsatlar ele alınarak politika önerileri geliştirilmesi amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Yeni ekonomi, Elektronik Ticaret, Genç İşsizlik, İşsizlik Mücadele Politikaları, E-ticaret kurucuları

¹Doktor Öğretim Üyesi, Fırat Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü, esrapeker@firat.edu.tr

²Yüksek Lisans Öğrencisi, Fırat Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümü, iremsanli23@gmail.com

³Yüksek Lisans Öğrencisi, Şırnak Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Bölümü, eren_gozde01@hotmail.com

A NEW APPROACH IN STRUGGLING WITH YOUNG UNEMPLOYMENT IN TURKEY

Abstract

Unemployment problem that is in the agenda of Turkey since 1950s has been discussed by academicians and policymakers for long time. That Turkey, which holds the feature to be the second country with the youngest population in Europe, has a high young population brings this problem to a different place for our country. In other words, the number of young population, evaluated as a loss in terms of human capital, is a problem that is necessary to be prevented before reaching a non-compensable dimension in terms of Turkey. In the recent years, the developments experienced in information and communication technologies led important changes to be experienced in economic and social life. This transformation experienced started innovation process in economy and led concept of new economy to form. All stages from ordering in electronic environment to delivering product have been begun to be followed through electronic systems. The different processes such as the rise of competition in international markets, decrease of costs, consumers' gaining new habits, and developing new payment ways through electronic trade formed. In the recent years, it is seen that electronic trade gained a new dimension through social media. In the first periods, while seeing that social media was preferred only a certain age group, in the recent years, it is seen that this age range has considerably widened. The fact that the founders of many online sites, developed in the scope of electronic trade, are young people have brought a different dimension in this case. In this context, as in world economies, e-trade approach coming to our face as a solution for the process of young unemployment problem that is also in Turkey forms the essence of this study. In this study, researching the founders of online sites developed in the scope of new economy, often used in Turkey, it was aimed to introduce the existing situation. Thus, in the scope of new economy, in forming the policies to struggle with young unemployment, dealing with the opportunities e-trade produced, it was aimed to develop policy suggestions.

Key Words: New Economy, Electronic Trade, Young Unemployment, Policies to Struggle with Young Unemployment

GİRİŞ

Sanayi toplumlarında bilgi bir araç olarak kabul edilmekteydi. Günümüzde ise hızlı teknolojik gelişmenin yaşanmasıyla birlikte bilgi, üretim faktörlerinden biri haline dönüşmüştür. Yaşanan teknolojik gelişmeler ile birlikte bilginin oluşturulması, bilginin toplanması ve saklanması, bilginin başka kaynaklara aktarılması gibi süreçler sistematik bir hal almıştır. Bu dönüşüm süreci birçok sektörde devrim niteliğinde değişimler yaşanmasına neden olmuş ve ticaretin şekli farklı bir boyut kazanmıştır. Birçok platformda geleneksel ticaret yöntemleri terk edilmiş, yerini elektronik ticarete (e-ticarete) bırakmıştır (Organ ve Çavdar, 2012). Bilginin üretim faktörü olarak iş sürecine dahil edilmesiyle üretimden pazarlamaya, satış öncesinden satış sonrasına kadar birçok süreçte değişim yaşanmıştır. Bu durum tüketicilerin ihtiyaçlarına hızlı şekilde cevap verilebilmek için üreticileri daha rekabetçi ve dinamik bir şekle dönüşmesini zorunlu hale gelmiştir. Bununla birlikte işletmelerin uluslararası arenada yerlerini koruyabilmeleri ancak işletmelerin yenilikçi olmaları durumunda mümkün hale gelmiştir.

1990'lı yıllarda başlayan enformasyon teknolojilerinin gelişiminde yaşanan büyük değişimler kişisel bilgisayar sektörünün oluşmasına ve buna bağlı olarak birçok ekonominin yüksek büyüme rakamlarına ulaşmasına neden olmuştur. İnternet teknolojisi, bilgisayar sektörünü beslemiş ve sektörün pazardan büyük bir pay almasına neden olmuştur. İnternet teknolojisinin bir sonucu olarak kişisel bilgisayar talebinde ciddi bir artış gözlenmiş, bu artış arzı tetiklemiştir. İnternetin hayatımızda yerini almasıyla birlikte sosyal, ekonomik ve kültürel bağlamda birçok değişim yaşanmıştır. İnternetin ekonomiye girmesiyle birlikte Yeni Ekonomi, Dijital ekonomi ya da Ağ Ekonomisi kavramları ortaya çıkmıştır. Yeni Ekonomi'nin temelini yaratıcılık, yenilikçilik ve teknolojik gelişmelerdeki süreklilik oluşturmaktadır. İnternet ekonomisi ile tüketici ve üretici arasındaki duvarlar ortadan kalkarak, sektörlerle girişin önündeki engellerin büyük bir çoğunluğu ortadan kalkmıştır (Waesche, 2003:1-6).

Ticaretin sanal ortamda yapılmasıyla birlikte geleneksel ticaret yerini 7 gün, 24 saat ve 365 gün çalışan dinamik online işletmelerine bırakmıştır. Yeni ekonomi kapsamında ortaya çıkan e-ticaret ile dünyanın bir köşesindeki alıcılar, bir başka köşesinden alışveriş yapabileme şansını yakalamıştır. İnternet ve küreselleşme olgusu etkisiyle de e-ticaret sınır tanımaz hale gelmiştir. E-ticaret, ulaşılmak istenen bütün pazarları daha yakın, ticareti ise daha kolay hale gelmiştir. İtici gücü internet olan e-ticaret ile ekonomide makro ve mikro ölçekte birçok değişim yaşanmış, ekonomide oluşturduğu en büyük etkilerden birini ise istihdam boyutu oluşturmuştur.

Türkiye'nin son yıllarda mücadele ettiği en büyük problemlerden birini işsizlik sorunu oluşturmaktadır. İşsizlik rakamlarının içerisinde genç işsizlik oranının oldukça yüksek olması sorunun bir başka boyuta taşınmasına neden olmuştur. ILO tanımına göre çalışmak istediği ve iş aradığı halde işsiz olan ve 15 gün içerisinde iş başı yapabilecek, 16-25 yaş aralığında yer alan bireyler genç işsiz olarak tanımlanmaktadır. İşgücü piyasasına dahil olmaları durumunda aktif ve dinamik bir yapı sergileyecek olan bu yaş grubunun işsiz kalması ülkeyi ekonomik anlamda olumsuz etkilerken aynı zamanda toplumsal farklı sorunların oluşmasına neden olmaktadır. Genç işsizlik sorununa yönelik politikaların belirlenmesinde, ilk olarak sorunu ortaya çıkaran nedenlerin belirlenmesi büyük önem taşımaktadır. Çok yönlü olarak değerlendirilmesi gereken genç işsizlik sorununun en önemli ayaklarından birini işgücü piyasalarına yönelik verilmesi gereken eğitim politikalarının geliştirilmesi oluşturmaktadır. Bu bağlamda yeni ekonomi kapsamında gençlere yeni bir istihdam olanağı sağlayan e-ticaret konusu bu çalışmanın temel konusunu oluşturmaktadır. Çalışmada başarılı bazı online satış sitelerinin kurucularının yaşları, mezun oldukları fakülteler ve tecrübeleri ele alınarak, bu e-ticaret girişiminde yaşın ve eğitimin rolü ortaya konmak istenmiştir. Çalışmada yer verilen online siteleri e-ticarete satış payı yüksek olan ve sektör sıralamasında üst sıralarda yer alan satış siteleri ele alınmıştır. Çalışmada e-ticarete başarılı olan kurucuların meslekleri ve yaş gruplarından yola çıkılarak genç işsizlik ile mücadele için fırsat olarak değerlendirilmesi gereken e-ticaret konusunda politika önerileri geliştirilmeye çalışılmıştır.

1.Yeni Ekonomi Kavramına Teorik Bir Bakış

Küreselleşme ile birlikte Dünya'da sosyolojik, ekonomik ve teknolojik açıdan büyük dönüşümler yaşanmıştır. Bu değişim süreci ekonomide yeni alanların oluşmasına neden olmuştur. Bu yeniliklerden biri olarak "Yeni Ekonomi" kavramı karşımıza çıkmaktadır. Bilgi ekonomisi, ağ ekonomisi yada dijital ekonomi olarak da bilinen yeni ekonomi, mevcut çalışma şartlarında, yönetim yapısında ve iş dünyasında önemli değişimler yaşanmasına yol açmıştır. Özellikle teknolojinin gelişmesi ile hayatımızın vazgeçilmez haline dönüşen "İnternet" iletişiminin bir unsuru olmaktan öteye giderek kendi ekonomisini yaratmış ve

uluslararası rekabetin sınırlarını zorlamıştır. İnternet ekonomisinin yaygın olarak kullanılması ile birlikte daha düşük maliyetle, daha çok kişiye, daha kısa zamanda ulaşabilen online şirketlerin sayısında da artışlar yaşanmaya başlamıştır (Terzi, 2012:1).

Yeni ekonomi kavramı; genel olarak tarım ve sanayi sektörüne dayalı ekonominin yerini, nitelikli iş gücü ve üretime dayanan, bilgi iletişim tekniklerinin ekonominin merkezinde yer aldığı bir yapı şeklinde tanımlamak mümkündür. Geleneksel ekonomi ile yeni ekonominin temel kabulleri arasında önemli farklılıklar söz konusudur. Örneğin yeni ekonomi anlayışına göre bilgi ve üretilen değerler paylaşıldıkça çoğalmakta ve değerlenmektedir. Oysaki geleneksel ekonomilerde talebin fazla olması durumunda üretilen mal ve hizmetin piyasa değeri düşmektedir. Bu bağlamda geleneksel ekonomi ile yeni ekonominin talep anlayışının oldukça farklı olduğu açık şekilde görülmektedir (Erdoğan, 2010: 13).

Yeni ekonomi ile birlikte ekonomik sistemlerde tüketimden üretime kadar birçok unsurda önemli değişimler yaşanmaya devam etmekte, dünya ekonomisi sanayi ağırlıklı ekonomik yapıdan bilgiye dayanan ekonomiye geçiş süreci yaşamaktadır. Ancak geleneksel ekonomik sistemin temel yapısal özellikleri nedeniyle sistemin yeni ekonominin bünyesinde barındırdığı sistem anlayışına dönüşmesi kolay olmamaktadır (Yumuşak vd., 2009: 22).

Küreselleşmenin beraberinde getirdiği yeni ekonomi modern anlayışının ekonomik sistemler üzerinde etkisi devam ederken, sistemin doğru anlaşılması için sistemin özelliklerinin iyi bilinmesi gerekmektedir (Stiroh, 1999: 82). Yeni ekonomi anlayışının temel özellikleri şu şekilde ifade edilebilir;

- Yeni ekonomi anlayışında işletmelerde sabit maliyetler yüksek, marjinal maliyetler ise oldukça düşük seviyelerde gerçekleşmektedir. İşletmelerde sabit maliyetlerinin yüksek olmasının nedeninin arkasında ürün geliştirme aşamasında Ar-Ge maliyetlerinin yüksek olması yatmaktadır. Sabit maliyetler yüksek seyir izlerken, ürünün gelişimini tamamlaması ve üretime geçilmesi durumunda firmalar ürün başına maliyetlerini oldukça düşük seviyelere çekebilmektedir. Bu durum geleneksel ekonomik sistem anlayışından oldukça farklı bir nitelik taşımaktadır.
- Yeni ekonomik anlayış, ağ ekonomisi niteliği taşımaktadır. Bir başka ifade ile internet ve telekomünikasyon sistemlerinin bilgisayar yazılımları ile hayatımıza girmesiyle bu durum piyasadaki bütün iktisadi karar birimlerinde değişimler yaşanmasına neden olmuştur.
- Yeni ekonomik sistem anlayışında rekabet sistemin temelini oluşturmaktadır. Rekabetin üst düzeylerde olması “Kazanan her şeyi alır anlayışı” ile ifade edilmektedir (Evans and Schmalensee, 2001: 7-11).
- Yeni ekonominin karakteristik özelliğinde yer alan yüksek rekabet duygusu geleneksel ekonomik anlayışta yer alan mikro ve makro ölçekte de birçok değişikliği de beraberinde getirmiştir. Bu değişimle piyasada yer alan birçok aktör rekabet anlayışını değiştirmiş, bütün aktörlerin piyasada varlığını sürdürmeleri için yenilikçi ve rekabetçi olmaları zorunlu hale gelmiştir.
- Geleneksel ekonomide rekabetin temel belirleyeni fiyat unsuru iken, yeni ekonomide ise temel unsur yenilik olgusu olarak kabul edilmektedir (Bayraktar&Kaya,2016: 90-91).
- Yeni ekonomi alanında faaliyet gösteren firmalar piyasada varlıklarını sürdürebilmeleri için yeni ürünler geliştirmek ve tasarlamak, yeni ürün geliştirme süreçlerini sürekli taze tutmak durumundadır. Bir başka ifade ile yeni ekonomide işletmeler Schumpeterian karakter göstermeleri durumunda piyasada varlıklarına devam edebilmektedir (Shapiro, 1999: 112).
- Geleneksel ekonominin üretim faktörleri doğal kaynaklar, işgücü, sermaye ve girişimciden oluşmaktadır. Yeni ekonomik anlayışta ise üretim faktörlerine ilave olarak bilgi unsuru dahil edilmiştir (Özer vd, 2003:2).

- Geleneksel ekonomide kaynaklar sınırlı kabul edilmektedir. Oysaki yeni ekonominin üretim faktörlerinden olan bilgide durum farklıdır. Artan iletişim olanakları sayesinde bilginin etkinliği artmakta kullanıldıkça daha üretken hale gelmektedir. Buradan yola çıkarak yeni ekonomide bilginin doğru kullanılması durumunda kaynak kıtlığı sorununun büyük ölçüde ortadan kalkacağı kabul edilmektedir. (Barışık ve Yirmibeşçik, 2006: 41).
- Yeni ekonomide bilginin üretilmesi kompleks bir yapı göstermektedir. Bir başka ifade ile bilginin elde edilmesi, işlenmesi ve istenilen şekle dönüştürülmesi için yazılım sistemlerinin geliştirilmesi gerekmektedir (Erdoğan, 2002: 14-15). Bu bağlamda yeni ekonomi kavramı multidisipliner bir alan özelliği taşımaktadır.

2.Yeni Ekonomi ve E-ticaret İlişkisi

Son çeyrek yüzyılda ekonomide teknolojinin gelişmesi ile birlikte ortaya çıkan yeni ekonomi kavramı iktisat yazınında tartışılmaya devam etmekte olup bu konuda önemli görüş ayrılıkları yaşanmaktadır. Bir grup iktisatçı yeni ekonominin ekonomik sistemi değiştirmedini ve bu dönemin yeni bir dönem olmadığını savunurken, diğer grup iktisatçı ise yaşanan gelişmeleri kayda değer bulduğunu ve ekonomik sistemde yeni bir dönemin yaşanmaya başladığını savunmaktadır. Burada tartışılan en önemli noktalardan biri yaşanan değişime konulmak istenen isim olmuştur. Literatürde farklı şekillerde birçok ifadenin yer aldığı görülmektedir. Yeni ekonomi kavramına ilave olarak "bilgi ekonomisi", "dijital ekonomi", " sanal kapitalizm", "bilgiye dayalı ekonomi", "internet ekonomisi" gibi kavramlar da birbiri yerine kullanılmaktadır (Öcal, 2006:750).

1990'lı yılların yarısından itibaren bilgisayarların iletişim teknolojisinde yoğun olarak kullanılmaya başlanması sonrasında geliştirilen web teknolojileri, geleneksel ekonomik anlayışı değiştirmiştir. Özellikle elektronik ortamda kendilerine yeni iş imkanları oluşturan girişimci bireyler ve işletmeler ulusal ölçekten sıyrılıp, çok uluslu dev şirketlerin arasında hayatlarını sürdürme ve sürekli büyüme imkânını yakalamışlardır.(Erdoğan, 2010: 64). E-ticaret oluşumu da bunlara bir örnek teşkil etmektedir. Son yıllarda internet kullanımının yaygınlaşmasının da etkisiyle ülke ekonomilerinde elektronik ticaret yeni bir boyut kazanmıştır. Geleneksel alışveriş yöntemlerinden farklı olarak ortaya çıkan e-ticaret ile birlikte üreticiler ve tüketiciler farklı platformlarda buluşma imkanı yakalamışlardır. Bu durum işletmeleri daha rekabetçi ve yenilikçi olmak durumunda bırakırken, işletmelerin pazarlama kanallarına yaptıkları yatırımları artırmalarına neden olmuştur. Bilgisayar ve internet kullanımının yaygınlaşması ile birlikte sadece tüketici alışkanlıkları değil, üretici davranışlarında da önemli değişimler yaşanmıştır (Yılmaz, 2010: 12). Tüketicilerin istedikleri ortamda alışveriş imkanı yapabilmeleri bir seçenek haline dönüşmüş, bu tercih işletmeler açısından rekabeti farklı bir boyuta taşımıştır (Kaya,2002: 12). Günümüz ekonomilerinde kullanılan geleneksel ve yeni e-ticaret araçları Tablo-1'de verilmektedir.

Tablo-1.Eticarete Kullanılan Geleneksel Ve Yeni Araçlar

Geleneksel Araçlar	Yeni Araçlar
Televizyon	İnternet
Radyo	FTP
Telefon	E-Posta

Faks	Sesli Mesaj
Elektronik Ödeme ve Para Sistemleri	Konferans Sistemleri (Telekonferans,Data Konferans ,Video Konferans)
ATM, Kredi kartları, POS Makinaları	
İnternet: Kapalı Bilgisayar Ağları (EFT, EDI)	Mobil İletişim için Küresel Sistem Teknolojisi (GSM) ,Kısa Mesaj Servisi (SMS), WAP (Telsiz Uygulama Programı Protokolü)

Kaynak:

Gazanfer

Erbaşlar ve Şükrü Dokur, *Elektronik Ticaret*, Ankara: Nobel Yayınevi, 2012, s. 26.

Bilişim Sanayicileri Derneği (TÜBİSAD), 2018 yılı için “Türkiye E-Ticaret Pazar Büyüklüğü” sektör raporunu yayınlamıştır. Rapor’da e-ticaret sektörü 2018 yılında 59.9 milyar hacmi ile %42 oranında büyümüştür. 2014-2018 dönemlerini kapsayan 5 yıl içinde sektörün %33 büyüme gösterdiği raporda ifade edilen bir başka rakam olmuştur. E-ticaret sektörü içerisinde en hızlı büyüme gösteren alt sektör ise %54’lük artış ile 22.9 milyar TL’lik hacme ulaşan “Tatil –seyahat” olmuştur. Rapora göre;

- E-ticaretin alt sektörü olan Tatil-seyahat kategorisindeki hızlı büyümenin arka planını yabancı turist sayısının artması ve yüksek kur etkisi oluşturmaktadır.
- Tatil seyahat kategorisinin dışındaki diğer alt sektörler incelendiğinde, “Sadece Online Perakende” %41 büyüme ile 20.8 milyar TL değere, “ Çok kanallı online perakende” %30 büyüme ile 10.7 milyar TL ve “Online Bahis” %26 büyüme ile 5.5 milyar TL değere ulaşmıştır.

2018 yılında Türkiye’de e ticaretin toplam perakende içindeki payı %4.1’den %5.3’e yükselmiştir. Bu oran gelişmiş ülkelerde %5.9 olarak gerçekleşirken, gelişmiş ülkelerde ise ortalama %11.1 olarak gerçekleşmiştir. 2019 yılında ise sektörden %40 ile %50 arası bir büyüme oranı beklenmektedir (TÜBİSAD,2018).

Türkiye’nin diğer ülkeler ile e-ticaret değerlerinin karşılaştırması Tablo 2’de özet şekilde verilmiştir.

Tablo- 2. Türkiye’nin Diğer Ülkeler ile E-ticaret Değerlerinin Karşılaştırması

Ülke	Online Perakende / Toplam Perakende (%)	Sabit bant Penetrasyonu (%)	Geniş bant Penetrasyonu (%)	Mobil Geniş bant Penetrasyonu (%)	Online Alışveriş Yapanlar (%)	Mobil Alışveriş Yapanlar (%)	Kişi Başı Gelir (\$)	Nüfus (Milyon)
İngiltere	17,0	39,9	98,5	81	45	\$45,7K	66,4	
ABD	13,7	33,4	136,6	77	44	62,6	328,1	
Almanya	11,0	40,7	81,0	81	29	52,5	82,7	
Fransa	8,8	42,9	85,5	71	26	45,7	65,0	
Japonya	8,6	31,1	168,1	68	34	44,2	126,4	

İspanya	4,6	31,6	96,9	72	40	40,1	46,2
Çin	23,7	31,8	98,1	82	74	18,1	1.396,9
Polonya	6,7	18,4	102,6	76	36	31,9	37,9
Hindistan	5,2	1,5	35,9	74	60	7,8	1.334,2
Brezilya	7,2	14,6	96,7	68	45	16,1	209,2
Rusya	5,0	22,7	90,3	58	32	29,2	143,9
Türkiye	5,3	16,3	74,5	67	50	27,9	82,0

Kaynak: Euromonitor, IMF, OECD Genişbantportali, GlobalWebIndex, BTK, GSMA Intelligence, TÜİK ve Deloitte analizi

Tablo 2’de yer alan online perakende / toplam perakende oranı toplam perakende sektörü büyüklüğüne bölünmesiyle hesaplanmıştır. Bu kategoride en yüksek orana yaklaşık %24 ile Çin, yaklaşık %17 ile İngiltere ve yaklaşık %14 ile ABD sahiptir. Türkiye’de ise bu oran sadece %5.3 olarak oldukça düşük seviyede gerçekleşmiştir. Mobil geniş bant penetrasyonunda Türkiye’nin diğer ülkelere yakın değerler gösterdiği görülmektedir. Online alışverişte yaklaşık %80 oranlarında Çin, Almanya ve İngiltere ile en yüksek paya sahipken, Türkiye’de bu oran yaklaşık %67 olarak gerçekleşerek yine ortalamanın altında bir değerde kalmıştır. Bu değerlere bakıldığında Türkiye’de sektörün diğer ülkelere nazaran daha düşük oranlarda e-ticaret verilerinin gerçekleştiği görülmektedir. Ancak raporda gerçekleşen büyüme rakamları göz önüne alındığında bu oranın birkaç yıl içerisinde diğer ülkeler ile yakın seviyelere ulaşacağı beklenmektedir.

3. Türkiye’de Yeni Ekonomi Kapsamında Geliştirilen Başarılı E-Ticaret Siteleri ve Kurucuları

Çalışmanın bu bölümünde Türkiye’de yeni ekonomi kapsamında geliştirilen başarılı elektronik ticaret siteleri ve bu sitelerin kurucuları incelenmiştir. Site kurucularının yaşı ve eğitim durumu, mezun oldukları üniversiteler ve fakülteler özellikle ele alınmıştır. Bu çalışmada Türkiye’nin gündeminde son dönemlerde sıklıkla tartışılan genç işsizlikle mücadele kapsamında değerlendirilebilecek olan elektronik ticaret uygulamalarının mevcut durumun belirlenmesinin ardından genç işsizlikle mücadele edilebilmesi için e-ticaret kapsamında politika önerileri geliştirilebilmesi hedeflenmiştir.

Türkiye’de başarılı elektronik site ve kurucuları aşağıda özetlenmiştir.

Lidyana.com. (Hakan Baş): 27 yaşında “Peak Games” adlı oyun şirketini kuran Baş, 32 yaşında "Lidyana.com" adlı e-ticaret şirketini kurmuştur. İstanbul ilinde 1983 yılında dünyaya gelmiştir. Orta ve lise eğitimini İstanbul’da tamamlamış, Cornell Üniversitesi’nde aldığı Ekonomi eğitiminden sonra New York’ta “Bank of America”da 2 yıl boyunca çalışmıştır. Sonrasında İstanbul’da Raymond James’te 1 yıl boyunca yatırım bankacılığı bölümünde görev almıştır. Yale Üniversitesi’nde İşletme Yönetimi yüksek lisansını tamamlamış ve 2010 yılında Türkiye’ye kesin dönüş yapmıştır. Ekim 2010’da Sidar Şahin ile birlikte "Peak Games" adlı bir oyun şirketini ve Mart 2011’de Alper Özdemir ile birlikte Krombera adlı bir dijital pazarlama ajansını kurmuştur. Son olarak Şubat 2012’de elektronik ticaret alanına girerek "Lidyana.com" adlı e-ticaret şirketini kurmuştur. Başarılı girişimci olan Baş, 2014-2015 yıllarında Alper Özdemir ile birlikte Anibera adlı animasyon ve Probera adlı prodüksiyon şirketlerini kurmuş halde faaliyetlerine devam etmektedir.

Mynet (Emre Kurttepel): İlk kurumsal İnternet Servis Sağlayıcısı olan Fornet’i 29 yaşında kuran Kurttepel 32 yaşında “Mynet”i kurmuştur. 1967 doğumlu olan Kurttepel Robert Lisesi Mezunu olup, 1990 yılında Columbia Üniversitesi, Newyork Endüstri Mühendisliği bölümünü bitirmiştir. İş hayatına aile işletmesinde başlamış 1996 yılında Türkiye’nin ilk kurumsal İnternet Servis Sağlayıcısı olan Fornet’i

kurmuş ve kısa zamanda Türkiye'nin en büyük kurumsal İnternet Servis Sağlayıcısı (ISP) haline gelmiştir. Fonet belirli bir zaman sonra Koç Holding şirketi olan Koçnet'e devredilmiştir. Başarılı girişimci Kurttepe 1999 yılında ise Mynet'i kurarak yeni bir başarıya daha imza atmıştır. 2019 yılı Ağustos ayında 20 milyon'dan fazla kullanıcısı olan Mynet 48 farklı üründe lider internet portallarından biri olmuştur.

Uzman Tv (Ersan Özer): 1969 yılında İstanbul'da doğan Özer, Anadolu Üniversitesi İletişim Bilimleri Fakültesi'nin Reklamcılık ve Halkla İlişkiler bölümünü bitirmiştir. Çeşitli ulusal TV kanalları ve gazetelerinde yönetmen, yazar ve haber editörü olarak görev almış, 1999 yılı başlarında internet dünyasında bir olgu haline gelen www.itiraf.com'u başlatmıştır. Türkiye'de kimliği belirsiz kimlikler altında "hayatlarının sırlarını" ilan etme ve bunları yüz binlerce kişiyle paylaşma fırsatı veren, kullanıcı tarafından üretilen içeriğin yolunu açmıştır. 2004 yılında www.itiraf.com'daki hisselerini devrederek, 2007 yılında www.gittigidiyor.com yönetici ortaklarıyla işbirliği içinde video formatı olarak konumlanan Türkiye'nin uzmanı adıyla www.uzmantv.com'u kurmuştur.

Zaytung.com (Hakan Bilginer): Kahramanmaraş ilinde 1978 yılında dünyaya gelen Bilginer 2001 yılında İstanbul Üniversitesi Elektronik Mühendisliği Bölümü'nden mezun olmuştur. Özel sektörde Sistem Mühendisi olarak çalışan Bilginer mesaisinden arta akalan zamanlarında çeşitli sözlük sitelerine yazılar yazmıştır. 2009 yılının son aylarında Zaytung.com'u kuran Bilginer hobi olarak başladığı bu oluşumu 2011 yılında meslek haline dönüştürmüş ve diğer işinden istifa etmiştir. Halen sitenin aktif yönetiminde çalışmaya devam etmektedir.

Markafoni (Sina Afra): Afra 1968 doğumludur. İstanbul doğumlu olmasına rağmen yaşamının büyük bir bölümünü yurt dışında geçirmiştir. Üniversite eğitimini Münster Üniversitesi İşletme bölümünde tamamlamasının ardından yüksek lisans eğitiminde aynı üniversitede İşletme ana bilim dalında tamamlamıştır. Meslek hayatını farklı alanlarda tecrübe ederek geliştiren Afra, 2006 yılının başında online alışveriş sitesi olan e-Bay'da Almanya İcra Kurulu'nda göreve başlamıştır. e-Bay ile başlayan mesleki sürecine GittiGidiyor.com'da Yönetim Kurulu Üyesi olarak devam etmiş ve 2008 yılında Türkiye'ye yerleşmiştir. Son olarak 2010 yılında Markafoni.com'da Yönetim Kurulu Başkanı ve CEO olmuştur. Üstün başarısı nedeniyle Almanya'da ve Türkiye'de yirmiye yakın ödüle layık görülen Afra, 2015 yılında Avrupa'da "Yılım Web Girişimcisi" olarak ödülünü alan tek Türk vatandaşı olmuştur. 2016 yılında ise Dünya'nın 100 önemli teknoloji insanından biri olarak seçilmiştir.

Yemeksepeti (Nevzat Aydın): 1976 yılında doğan Aydın Boğaziçi Üniversitesi Bilgisayar Mühendisliği bölümünden mezun olmuş, MBA yüksek lisansı için ABD'ye gitmiştir. San Francisco kentinde değişik ülke mutfakların tatmış, sipariş yöntemlerini incelemiş, 24 yaşında mevcut iş fikrini geliştirmiştir. Ocak 2001'de siteyi aktif hale getiren Aydın 24 yaşında kendi işinin patronu olmuştur. İki ortak ile başlayan Aydın sitenin maliyetini 150bin dolar olarak ifade etmiştir.

Webtures (Kaan Gülten): Gülten 1985 yılında Tokat ilinde doğmuştur. Üniversite eğitimini Marmara Üniversitesi Bankacılık Sigortacılık Yüksekokulu Aktüerya Bölümü'nde tamamlamıştır. Aktüerya Bölümünde öğrenciyken AutoCAD programına merak salmış, kursun bitmesinden bir ay sonrasında aktüerya öğrencisi olarak AutoCAD kursu eğitmeni olmuştur. Kendini bu alanda ilerlemeye adan Gülten, kısa süre içerisinde Başarisoft, Mimtek, İzometrik, Akademytech ve Netron kurslarından eğitmenlik teklifi alarak birçok mimar ve mühendise eğitimler vermeye başlamıştır. Elde ettiği bu tecrübeleri daha fazla kişiye yaymak, SEO başta olmak üzere dijital pazarlamanın tüm dallarına hakim olarak dijital dünyada marka olmanın yollarını ölçümlemeyi, planlamayı ve uygulamayı hedefleyen ajansı 2011 yılında Webtures ismiyle kurmuştur.

Onedio.com (Kaan Kayabalı): Kayabalı 1983 yılında Ankara'da doğmuştur. Orta öğretimini Ankara'da tamamlayan Kayabalı üniversite eğitimini ODTÜ Elektrik-Elektronik Mühendisliğinde tamamlamıştır. Üniversite eğitimi süresinde birçok iş fikrini geliştiren Kayabalı "Kade Vision" ile ODTÜ Teknokent'in

düzenlediği yeni işler, yeni fikirler yarışmasına katılmış ve ancak birincilik alamasa da iş fikrinden vazgeçmemiştir. Yarışmada kazandıkları ikincilik Ödülü ile elde ettikleri para ile işletmelerini faaliyete geçirmişlerdir. 22 yaşında “Kade Vision”u kuran kayabalı 29 yaşında ise sosyal içerik platformu olarak bilinen Onedio.com kurmuştur.

Sahibinden.com (Taner Aksoy): Aksoy 1971 doğumludur. 1992 yılında Florida Metropolitan Üniversitesi’nden İşletme Yönetim bölümünden mezun olmuştur. Amerika’dan dönüş yapmasının ardından Türkiye’de ilan sisteminin olmadığını fark etmiştir. Amerika’da bu sistemin yoğun şekilde kullanılması durumunu değerlendirerek Türkiye’de bu potansiyeli dikkate almış, 2000 yılında yani 31 yaşında sahibinden.com online sitesini kurmuştur. Sahibinden.com ikinci el mal satışını gerçekleştiren yaklaşık 26 milyon aktif üyesi olan başarılı online satış sitelerinden birini yönetmektedir.

Webrazzi (Arda Kutsal): 1979 doğumlu olan Kutsal, Kıbrıs Girne Üniversitesinde Endüstri Mühendisliği bölümünden mezun olmuştur. Eğitim masraflarını karşılamak için 1996-1997 dönemlerinden itibaren özel firmalara web sitesi kurulumu hizmeti vermiştir. 2005 yılında kişisel blogunda 50-150 kişi aralığında ziyaretçisi olan Kutsal büyük alışveriş kuruluşları üzerine eleştiriler yazmış, bu şirket yetkililerinden cevaplar almaya başlamıştır. Bu durumun yaşanmasının ardından kişisel ve iş yazılarının ayrılmasının daha doğru olacağı kararını almıştır. Blog sitesinin adını paparazzi isminden yola çıkarak webrazzi olarak değiştirdiğini ifade etmiştir.

Trendyol (Demet Mutlu): 1971 yılında Newyork’da dünyaya gelen Mutlu, lise eğitimini İtalya’da, üniversite eğitimini ise New York Üniversitesi Ekonomi Bölümü’nü birincilikle bitirerek tamamlamıştır. Üniversite’den hemen sonra iş hayatına atılan Mutlu 150 milyon dolar olan bir şirkette marka yöneticisi olarak göreve başlamıştır. Hong Kong, Japonya, İsviçre ve ABD gibi ülkelerde çalışmış en son Amerika’da Master yapmaya karar vermiştir. Harvard Üniversitesi MBA (Master of Business Administration) programına kabul edilmiş ancak master öğrenimini ikinci yılda bırakmıştır. Facebook’un kurucusu Mark Zuckerberg kendine örnek alan Mutlu, hayali olan işi kurmaya başladığında kimseden destek olmadığını ifade etmiştir. Birkaç ortak bulması ile birlikte Trendyol.com’u kurmuştur. 300 bin dolar sermaye ile bu işe girişen başarılı girişimci Demet Mutlu, Trendyol sitesinin değerini 16 ayda 150 milyon Dolar’a ulaştırmıştır. Günümüzde Türkiye’nin en büyük E-Ticaret sitelerinden biri olan Trendyol’un büyük bir kısmı 2018 yılında Alibaba tarafından 728 milyon dolar’a satın alınmıştır. 1000’den fazla kişiyi istihdam ederken 10milyon’dan fazla üyesi bulunmaktadır.

Gittigidiyor.com (Serkan Borançılı): Ankara’da 1971 yılında doğan Borançılı, İstanbul Teknik Üniversitesi Mimarlık bölümünde eğitimini tamamlamıştır. 2001 yılında GittiGidiyor.com, 2008 yılında profesyonel video içerik sitesi olan UzmanTV.com, 2009 yılında Timsah.com video projesinin, 2010 yılında grup satın alma sitesi Markapon projesinin kurucuları arasındadır. Mayıs 2011’de eBay sitesinin GittiGidiyor.com’u devralmasıyla, online ödeme sistemi olan “iPara projesi’nin kurucuları arasındadır. Borançılı Pabuc.com, Pembepanjur, İndirdik.com, Yenimoda.com ve Sosyo.com projelerine melek yatırımcı olmuştur.

Morhipo(Cem Boyner): Boyner 1955 yılında İstanbul’da doğmuştur. Robert Kolejinde eğitim gören Boyner, lisans derecesini 1978 yılında mezun olduğu Boğaziçi Üniversitesi İşletme Bölümü’nden tamamlamıştır. 1978 yılında aile şirketleri Altınyıldız Holding’in Yönetim Kurulu Başkanı olmuş, 1989 – 1990’da TÜSİAD başkanlığı yapmıştır. 1981 yılında Boyner şirketini kurmuştur. 2012 yılında Yeni Karamürsel Mağazalarını (YKM) satın alarak Boyner Büyük mağazacılık ile YKM birleşmiştir. İşletme Türkiye’de 38 ilde 118 mağaza ile hizmet vermeye devam etmektedir. Boyner Grubu E-ticaret sektöründeki oyuncusu Morhipo.com olmuştur. Bu site ile tüm et-icaret siteleri kampanyalı %90’a varan indirim kurgusu ile çıkış yapmışken, Morhipo.com hem sezon, hem de kampanyalı ürünleri bir arada sunan ilk site olarak farklılığını ortaya koymuştur.

Modacruz (Melis Güçtaş): Güçtaş 1988 yılında Bursa’da doğmuştur. Boston Wentworth Institute of Technology’de Endüstri Ürünleri Tasarımı bölümünde eğitimini tamamlamıştır. Eğitiminden sonra 2 yıl boyunca dijital pazarlama yöneticisi olarak çalışmıştır. Sekiz yıl sonra Türkiye’ye dönen Güçtaş, Türkiye’de marka kıyafetlerin yüksek fiyatlara satıldığını, kimi markalara kolay erişilemediği düşüncesinden yola çıkarak ModaCruz’u kurmuştur. Şu anda da hala ModaCruz’un Kurucusu ve CEO’su olarak kariyer hayatına devam etmektedir. Türkiye’de ikinci el moda algısını yaratmak ve kadın ekonomisini güçlendirmek amaçlarını taşımaktadır. Yaratmış olduğu güçlü kadın topluluğu ve aralarındaki kuvvetli etkileşim sayesinde hızlıca büyüyen girişim bugüne kadar hem Nevzat Aydın, Serkan Borançılı, Burak Divanlıoğlu gibi başarılı melek yatırımcılardan hem de Orta doğu bölgesinde internet ve teknoloji yatırımları yapan Middle East Venture Partners gibi tanınmış yatırım firmalarından 5 milyon doların üzerinde yatırım toplamayı başarmıştır.

Dolap (Cenk Cívici): 1997 yılında ODTÜ Bilgisayar Mühendisliği bölümünden mezun olmuştur. Thoughtworks’un Avrupa ofisinde Agile yöntemlerin uygulandığı projelerde danışmanlık yapmıştır. Türkiye’ye dönüş yaptıktan sonra popüler arayüz kütüphanesi PrimeFaces ilk oluşumda yer almıştır. Daha sonra N11.com’da görev yürütmüş, Dolap.com’un kurucularındandır. Projelerde çalışmış 2016 yılında ”Dolap Uygulaması”nı geliştirmiştir. Bu uygulama ile 2017 yılından itibaren Türkiye’de ikinci el giyim alışverişine öncülük etmektedir. Online alışveriş sitelerinden farklı olarak sorunlara optimum çözümler getirmeyi önceliklendiren dolap yenilikçi kampanyalara açık olmasıyla diğer sitelerden farklı bir politika benimsemektedir. Dolap Uygulaması, İleri teknoloji ile geliştirilmiş online alışveriş deneyimini daha ileri düzeye taşıyarak, Dünya’da örnekleri sıklıkla görülen ikinci el alışveriş tüketim alışkanlığını Türkiye’de de benimsetmek ve kadınlara ek gelir oluşturmayı hedeflemektedir.

Evmanya (Aslı Gökdere): Gökdere, İzmir doğumlu olup İstanbul Bilgi Üniversitesi Uluslararası İlişkiler bölümünde eğitimini tamamlamış ve İşletme bölümünde yüksek lisansına devam etmektedir. Kariyerine Kariyer.net, Hürriyet ve Fikrimuhim.com ile devam ederken girişim projesi evimizinherseyi.com’u 2009’da hayata geçirmiş, 2011 senesinde Evmanya.com olarak isim değişikliğine götürdüğü markasını Türkiye’nin ilk Ev Yaşam, Dekorasyon ve Alışveriş Portalı konsepti ile yayına başlamıştır. 2011 senesi Aralık ayında farklı bir dikey e-ticaret modeli olan abonelik sistemine dayalı Abonekit.com ile devam etmiştir. Türkiye’de bir ilk olan kişilerin ilgi veya ihtiyaçlarına yönelik uzun süreli tedarik projesinde stratejik planlamadan sorumlu ortak olarak çalışmalarını sürdürmektedir. Doğan Grubu tarafından 2012 yılında satın alınarak Hepsiburada.com sitesine dahil olmuştur.

Çiçek Sepeti (Emre Aydın): 1979 yılında doğan Aydın, Boğaziçi Üniversitesi Endüstri Mühendisliği bölümünden mezun olmuştur. İstanbul’dan başka bir şehre çiçek göndermek fikrinden yola çıkarak bu alanda web dünyasında bir açık olduğunu fark eden Emre Aydın, Ciceksepeti.com’u 2001 yılında kurmuştur. Ciceksepeti.com’u kurarken internet teknolojisini ve yapılabiliğini araştırmış, ilk web sitesini bizzat kendisi tasarlamıştır. Emre Aydın, 2007 yılına kadar bir yandan endüstri mühendisi olarak çalışırken aynı zamanda Ciceksepeti.com’u geliştirerek büyütüştür. Online çiçek sektöründeki liderliğini ve tecrübesini hediye sektöründe de kullanan Ciceksepeti.com’un bugün ulaştığı noktada;1000’e yakın anlaşmalı çiçek bayisi, 26 adet Franchise noktası ayrıca Türkiye dışında da 8 ülkede daha faaliyet göstermektedir. İşletme bünyesinde 161 aktif çalışan personeli bulunmaktadır.

Hepsiburada (Aydın Doğan): 1936 yılında Gümüşhane’de dünyaya gelen Doğan, Marmara Üniversitesi İstanbul Yüksek İktisat ve Ticaret Fakültesi’nden mezun olmuştur. 1998 yılında Hepsiburada.com’u kurmuştur.1998’den beri faaliyette olan Hepsiburada.com, yalnızca İnternet üzerinden yani online olarak hizmet vermektedir. Türkiye’nin ekonomisine güç veren yepyeni bir sektörün amiral gemisi olarak Müşterilerine daha iyi hizmet verebilmek için durmadan yenilikler yapmıştır.2011, 2012 ve 2013 yıllarında Türkiye’nin En Sevilen Markası, 2013’te Yılın E-ticaret Sitesi ödülleri almıştır. 2014 yılında Türkiye’nin

En Samimi E-ticaret Sitesi, 2015'te ise En Başarılı Alışveriş Sitesi seçilmiştir.2016'da yapılan bir başka araştırma ise çalışan kadınların online alışverişte en yoğun olarak kullandığı e-ticaret sitesinin hepsiburada.com olduğunu ortaya çıkmıştır.

4.Türkiye'de Genç İssizlikle Mücadelede Bir Fırsat: E-ticaret

Türkiye'de kalkınmanın en önemli ayağını oluşturan ve ekonominin büyümesinde itici güç olması hedeflenen gençlerin hızlı ve etkin bir şekilde işgücü piyasalarına dahil edilmesi büyük bir önem arz etmektedir. Diğer ülkelerde olduğu gibi Türkiye'de de genç işsizlik rakamlarının yüksek olmasının birçok nedeni bulunmaktadır. 15-24 yaş aralığındaki bireylerin eğitim süreci içerisinde yer alması, yeni iş imkanlarının geliştirilememesi ve alınan eğitimlerin işgücü piyasasına katılımda istenilen kaliteye ulaşmamış olması gibi nedenlerden ötürü gençler en verimli yaşlarında ekonomik faaliyetin dışına kalmakta, bu durum ekonomiler açısından büyük bir kayıp olarak değerlendirilmektedir. Uzun dönemde ülke ekonomilerinde genç işsizlik sorunu yoksulluk ve üretim kaybı gibi büyük sonuçların yaşanmasına yol açması beklenmektedir.

Uluslararası Çalışma Örgütü'nün (ILO) 2018 yılı verilerine göre yaklaşık %11 OECD ülkelerinde, yaklaşık %17 Euro alanında ve yaklaşık %15'de Avrupa Birliği ülkelerinde genç işsiz bulunduğu belirtmiştir. 2030 yılına kadar bu oranın 26 milyon daha artacağı tahmin edilmektedir. 2018 yılı için işsizlik verileri Tablo 3'de verilmektedir.

Tablo 3'de görüldüğü üzere Dünya'da genç işsizliğin en fazla görüldüğü ülke yaklaşık %53 ile Güney Afrika olmuştur. Bu sıralamayı yaklaşık %40 ile Yunanistan, yaklaşık %32 ile İtalya, yaklaşık %20 ile Fransa, Türkiye ve Portekiz takip etmektedir. Burada dikkat edilmesi gereken unsurlardan birisi ise genç işsizlik rakamlarının en düşük olduğu ülkelerdir. Bu ülkelerde en düşük oran yaklaşık %4 ile Japonya, %6 ile İzlanda ve Almanya, yaklaşık %7 ile İsrail, Çek Cumhuriyeti, İrlanda ve Hollanda ve yaklaşık %8 ile İsviçre'dir.

Ülkelerde işsizlik rakamları oldukça dikkat çekici farklılıklar içermektedir. Tablo 2'ye bakıldığında genç işsizlik oranının en düşük olduğu ülkenin Japonya olduğu görülmektedir. Ülkede yeni ekonomi süreç yönetiminin çok iyi şekilde gerçekleşen ve teknolojik yenilik sürecinde etkin rol oynayan ülkede, rakamların düşük olması sürecin doğru şekilde yönetildiğinin önemli bir göstergesidir. Bu bağlamda Japonya'da gençlerin istihdam sürecine dahil olmalarına yönelik istihdam politikaları ve eğitim sistemlerinin incelenmesi Türkiye gibi birçok gelişmekte olan ülke için yol gösterici nitelik taşımaktadır. Genç işsizlik rakamlarının düşük olduğu ülkeler arasında olan Almanya, İzlanda, İsrail ve Hollanda gibi ülkeler içinde aynı durum geçerlidir. Tablo 3'de net olarak genç işsizlik rakamlarının düşük olmasında ülkelerde yeni ekonominin etkilerinin başarılı bir şekilde aktif istihdam politikaları ve eğitim politikalarına yansımaları önemli bir etken olarak ifade edilebilmektedir.

Tablo-3. 2018 Yılı İçin Dünya Ülkelerinde Genç İşsizlik Rakamları

Ülke adı	Genç İşsiz oranı	Ülke adı	Genç İşsiz oranı
Avustralya	11.77	Japonya	3.66
Avusturya	9.40	Kore	10.50
Belçika	15.85	Letonya	12.22

Brezilya	13.38	Litvanya	11.20
Kanada	11.07	Lüksemburg	14.10
Şili	17.64	Meksika	6.90
Çek Cumhuriyeti	6.72	Hollanda	7.15
Danimarka	9.38	Yeni Zelanda	11.48
Estonya	11.85	Norveç	9.70
Birleşik Krallık	11.30	Polonya	11.78
Finlandiya	16.75	Portekiz	20.30
Fransa	20.77	Slovak Cumhuriyeti	14.93
Almanya	6.20	Slovenya	8.80
Yunanistan	39,88	Güney Afrika	53.39
Macaristan	10.18	İspanya	34,38
İzlanda	5,97	İsveç	16.73
İrlanda	13.70	İsviçre	7.92
İsrail	7.12	Türkiye	20.13
İtalya	32.17		

Genç işsizlik rakamlarında en yüksek olduğu ülkelerden olan Güney Afrika oldukça ciddi bir problem ile karşı karşıyadır. Afrika'nın ekonomik seyri düşünüldüğünde bu oranın yüksek olması beklenen bir sonuç olarak kabul edilmektedir. Genç işsizlik rakamlarının yüksek olduğu ülkelere biri olan Yunanistan'da yaşanan ekonomik krizin bir nedeni olarak rakamın yüksek olması beklenen bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Ancak Fransa ve İtalya'da bu oranın yüksek olması dikkat çekici bir başka sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Diğer ülkeler ile karşılaştırılması yapıldığında Türkiye'de de rakamların oldukça yüksek bir seyir izlediği ve çok iç acı bir görünüm göstermediği de görülmektedir.

Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK), 2019 yılı Temmuz ayında toplam işsizlik rakamı yaklaşık %13 olarak açıklamış, bu rakamlar içerisinde en yüksek payı %24,8 ile genç nüfustaki işsizler oluşturmaktadır. Bu genç işsizlik rakamının yaklaşık %22'sini erkekler, yaklaşık %30'unu ise kadınlar oluşturmaktadır. Genç işsizlik oranının kadınlarda daha fazla olduğu görülmektedir.

Türkiye’de son yıllarda genç işsizlikle mücadelede aktif istihdam politikalarının geliştirilmesi konusunda İŞKUR’un yoğun çalışmalarının olduğu bilinmektedir. Bu bağlamda belirlenen politikaların etkin ve verimli olabilmesi için sorunun nedeninin doğru olarak belirlenmesi büyük önem arz etmektedir. Bu bağlamda genç işsizlikle mücadele kapsamında;

- Eğitimini tamamlayamamış gençler için İŞKUR kapsamında Meslek Danışmanlık Merkezleri’nin kurulması,
- Gençlerin istihdam süreçlerinin yönetiminin gerçekleştirildiği kariyer merkezlerinin geliştirilmesi,
- Eğitim ve istihdam arasındaki ilişkiyi kuvvetlendiren bir eğitim reformunun gerçekleştirilmesi
- Genç istihdamına yönelik özel bir internet portalının oluşturulması,
- Genç girişimcilerin desteklenerek işletme kuruluş sürecinin kısaltılması,
- Küreselleşen dünyaya uyum sağlayabilecek eğitimler ile teknolojinin aktif kullanımının sağlandığı eğitim modellerinin geliştirilmesi,
- Özellikle Yüksek Öğretim Kurumları’nda öğrenci değişim programları ve eğitim destek imkanlarının geliştirilmesi,
- Yeni ekonomi kapsamında ortaya çıkan meslekler değerlendirilerek gençlerin geleneksel Pazar yerine küresel pazarda giriş engelinin olmadığı online pazarlara yönlendirmek bu politikalarından bazıları olabilir.

Çalışmada sadece bu politikalar arasında yer alan yeni ekonomi kapsamında gençlerin online pazarlara yönetilmesi konusu ele alınacaktır. Avrupa’da genç işsizlikle mücadele kapsamında EURES (Avrupa İstihdam Hizmetleri) adlı internet portalı geliştirilmiştir. Burada temel amaç gençler ile işverenler arasında etkin iletişimin sağlanabilmesi olmuştur. Online olarak 28 ülkenin kullandığı bu sistemde 1.4 milyon üzerinde iş imkanı yayınlanmaktadır. Ülkemizde benzer internet portalları mevcuttur. Ancak sadece gençlere ait bir portal oluşturulması konuya biraz daha detaylı bakma şansı oluşturacaktır.

Çalışmada yeni ekonomi kapsamında hayatımıza giren e-ticaretin genç işsizlik ile mücadele politikalarında önemli bir fırsat olduğuna dikkat çekilmek istenmiştir. Bu bağlamda Türkiye’de başarılı olan online satış sitelerinin yaşları ve mezun oldukları yüksek öğretim kurumları araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 4’de verilmektedir.

Tablo 4. Türkiye’de Başarılı Online Siteler ve Site Kurucuları

SİTE	KURUCUNU N ADI	YAŞ *	ÜNİVERSİTE	MEZUN BÖLÜM	OLDUĞU BÖLÜM
Onedio.com	Kaan Kayabalı	22	Ortadoğu Üniversitesi	Elektrik	Elektronik Mühendisliği
Çiçek Sepeti	Emre Aydın	22	Boğaziçi Üniversitesi	Endüstri	Mühendisliği
Yemeksepeti	Nevzat Aydın	24	Boğaziçi Üniversitesi	Bilgisayar	Mühendisliği

Webtures	Kaan Gülten	26	Marmara Üniversitesi	Aktüerya
Modacruz	Melis Güçtaş	26	Boston Wentworth Institute of Technology	Endüstri Tasarımı Ürünleri
Lidyana.com	Hakan Baş	27	Cornell Üniversitesi	Ekonomi
Webrazzi	Arda Kutsal	27	Girne Üniversitesinde	Endüstri Mühendisliği
Gittigidiyor.com	Serkan Borançılı	30	İTÜ	Mimarlık
Zaytung.com	Hakan Bilginer	31	İstanbul Üniversitesi	Elektronik Mühendisliği
Mynet	Emre Kurttepelı	32	Columbia Üniversitesi	Endüstri Mühendisliği
Uzman Tv	Ersan Özer	38	Anadolu Üniversitesi	İletişim Bilimleri Fakültesi'nin Reklamcılık ve Halkla İlişkiler
Sahibinden.com	Taner Aksoy	38	Metropolitan	İşletme
Trendyol	Demet Mutlu	38	New York Üniversitesi	Ekonomi
Markafoni	Sina Afra	40	Münster Üniversitesi	İşletme
Morhipo	Cem Boyner	56	Boğaziçi	İşletme
Hepsiburada	Aydın Doğan	62	Marmara Üniversitesi	Yüksek İktisat ve Ticaret Fakültesi'nden

*Siteyi kurduğu yaşı baz alınmıştır.

Tablo 4'de görüldüğü üzere online satış site kurucularının büyük bir çoğunluğu 20-35 yaş aralığındadır. Kuruların mezun oldukları ulusal üniversitelerin büyük bir çoğunluğunun Türkiye ticaretinin merkezini oluşturan İstanbul'daki büyük ve başarılı üniversitelerden mezun oldukları görülmektedir. Yine

kuruculardan bir kısmının ise yüksek öğrenimlerini uluslararası üniversitelerde tamamladıkları görülmektedir. Mezun oldukları bölümlere bakıldığında ise yoğunluğun mühendislik tabanlı olduğu görülmektedir. Sosyal bilimlerden mezun olan kurucuların ise İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat ve İşletme bölümlerinden olduğu görülmektedir. Kurucuların site kurma beyanları baz alındığında birçoğunun yurtdışında tecrübe etmeleri sonrasında Türkiye’de uygulama yetersizliklerini fark ettikleri dikkat çekmektedir. Bu bağlamda yeni ekonomi kapsamında ortaya çıkan e-ticaret gibi yeni istihdam alanlarının geliştirilmesi için yükseköğretim eğitim sürecinde öğrenci değişim programlarının sayısının artması oldukça büyük önem taşımaktadır.

SONUÇ

Geleneksel pazarların ortadan kalktığı ve büyük işletmelerin yatırımlarının büyük bir çoğunluğunu online yada dijital pazarlara yapmasının bir sonucu olarak ekonomik yapıda büyük dönüşümler yaşanmaktadır. Küreselleşme olgusunun başladığı 1990’lı yıllardan bu yana oluşan bu değişim süreci teknolojinin ve internet ekonomisinin gelişmesi ile birlikte önemli bir kırılma yaşamış ve yaşanmaya devam etmektedir. Bu kırılma geleneksel ekonomik sistemi yeni ekonomik anlayışına doğru itmiş, ekonomik sistemlerde de değişim zorunlu hale getirmiştir. Özellikle internetin yaygın kullanılması ile birlikte alıcı ve satıcılar aracı olmadan dijital ortamdaki talep oluşturma şansını e-ticaret ile yakalamışlardır.

Türkiye gibi birçok ülkenin önemli problemlerinden biri olarak ifade edilen genç işsizlik konusuna yönelik politikaların geliştirilmesinde hareket noktasının tam da bu noktadan yapılması gerektiği düşünülmektedir. Özellikle gençlerin aktif olarak işgücü piyasalarına dahil olabilmeleri için piyasaya uygun eğitimler almaları, teknolojinin aktif kullanıldığı multidisipliner bir anlayışın hakim olduğu bir eğitim sisteminin geliştirilmesinin büyük önem taşıdığı düşünülmektedir. Bunlara ilave olarak uluslararası öğrenci değişim programlarının geliştirilmesi ve sayılarının artırılması da bu süreci olumlu şekilde etkileyeceği düşünülmektedir.

Genç işsizlik rakamlarının düşük olduğu ülkelerde eğitim ve istihdam politikalarının detaylı şekilde incelenmesi ve Türkiye’ye eğitim sistemine uyarlanması için eğitim komisyonlarının oluşturulması, işgücü piyasası liderleri ile bu komisyonun ortak bir platformda çalışarak eğitim politikalarını revize etmesi gerekmektedir. Aksi takdirde yükseköğretim kurumlarında verilen geleneksel anlayışa bağlı eğitimi alan gençler ile işgücü piyasasının beklediği işgücü anlayışı arasındaki çelişki devam edecek, genç nüfusu oldukça fazla olan Türkiye için bu sorun daha da kaçınılmaz sonuçların yaşanmasına neden olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Altun Ö. (2016). Elektronik Ticaret, Elektronik Ticaretin Vergilendirilmesi Ve Türkiye Uygulaması. Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Balıkesir.
- Barışık, S. Ve Yirmibeşçik, O. (2006), “Türkiye’de Yeni Ekonominin Oluşum Sürecini Hızlandırmaya Yönelik Uyum Çabaları”, ZKÜ Sosyal Bilimler Dergisi, 2(4), 39-62
- Bayraktar, Y. & Kaya H. İ. (2016). Yeni Ekonomi Ve Değişen Rekabet Anlayışı: Karşılaştırmalı Bir Analiz. Bilgi Ekonomisi Ve Yönetimi Dergisi, 90-91.
- Bozkurt, V. (2000). Enformasyon Toplumu ve Türkiye. Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Dereli, D . (2016). Yeni Ekonomide Elektronik Ticaret ve Türkiye’de Elektronik Ticaretin Boyutu ve Vergilendirilmesi. İktisadi Yenilik Dergisi , 2 (2) , 56-71 .
- Erbaşlar G. ve Şükrü D. (2012), *Elektronik Ticaret*, Ankara: Nobel Yayınevi.
- Erdoğan S. (2002). “Makro Ekonomik Etkileri Açısından Yeni Ekonomi”, içinde: I. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Bildiriler Kitabı, 10-11 Mayıs 2002. Hereke-Kocaeli s.13-22.
- Evans, D. Ve Schmalensee, R. (2001). *Some Economic Aspect Of Antitrust Analysis In Dynamically Competitive Industries*. NBER Working Paper Series, No: 8268.
- İnalöz A. (2003). Telekomünikasyon Regülasyonları Çerçevesinde Elektronik Ticaretin İncelenmesi, Telekomünikasyon Kurumu Uzmanlık tezi, Ankara.
- Kaya G. H. (2002). Türk Tarım Sektöründe E-Ticaret Fırsatları Ve Potansiyel Sorunlar. T.C. Tarım Ve Köy İşleri Bakanlığı Araştırma Planlama Ve Koordinasyon Kurulu Başkanlığı. Ankara.
- Kıracı A. (2008). Küreselleşme Ve Yeni Ekonomik Düzendeki Piyasa Yapısı ve Şirketlerin Uzun Vadeli Maliyetleri Üzerine Bir Oyun Teorisi Modeli. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 3 (2), 61–75.
- Öcal N. (2006). Yeni Ekonominin Yeni İktisat Politikaları, Bilgi Ekonomisi ve Yönetim Kongresi, Bildiri Kitabı I, Kocaeli, 749-762.
- Özer, G., Yücel, R. Ve Seyrek İ. (2003), “Yeni Ekonomide Bilgi Dönüşümleri ve Bilgi Şirketlerinin Artan Önemi”, *Active Dergisi*, Ocak-Şubat, 1-8.
- Özgan, B. B. (2010). Yeni Ekonomi Kapsamında Entegrasyona Geçiş Sürecinde E-Ticaret, Bir Türkiye Örneği, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul.
- Shapiro, C. (1999). *Competition Policy In The Information Economy*. Working Paper, University Of California At Berkeley.
- Stiroh, K. (1999). Is There A New Economy. *Challenge*, 42(4), 82-101.

Tüsiad(2019). “E-Ticaretin Gelişimi, Sınırların Aşılması ve Yeni Normlar”. Erişim adresi <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/tr/Documents/consumer-business/e-ticaretin-gelisimi-sinirlarin-asilmasi-ve-yeni-normlar.pdf>

Waesche, N. M. (2003) Internet Entrepreneurship in Europe: Venture Failure and the Timing of Telecommunications Reform, Edward Elgar Publishing Inc., USA

Yılmaz, B. (2002). “Bilgi Toplum _liskisi ve Türkiye”, Hacettepe Üniversitesi Edebiyat Fakültesi Dergisi, Cilt:19, Sayı:1, Ankara: 101-114.

Yılmaz, C. (2010). Online Alışverişte Algılanan Değer, Memnuniyet, Güven Ve Sadakat Arasındaki İlişki. Cumhuriyet Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Sivas.

Yumuşak, İ. G., Eraslan, C. Ve Bayraktar, Y. (2009). Küreselleşme Sürecinde Yeni Ekonomi Ve İktisat Politikaları. Ankara: Nobel Yayınevi