

YENİ DÜNYA DÜZENİ

BÖLÜM

I



## BÖLÜM 1: YENİ DÜNYA DÜZENİ

Bu kitapta 2000 yılından bu yana inceleyeceğimiz Türkiye ekonomisi ve ekonominin gelecekteki potansiyeli, doğal olarak, oluşmakta olan dünya düzeninin etkisi altındadır. Dünya üzerindeki gelişmeler incelenmeden Türkiye ekonomisinin başarılarını ve başarısızlıklarını değerlendirmemiz mümkün değildir. Bu nedenle bu bölümde 1980 sonrası dünya üzerindeki kurulmakta olan yeni düzeni inceleyeceğiz.

1978 sonrası, Amerika Birleşik Devletleri (ABD) tarafından dünya üzerinde yeni bir düzenin, ABD'nin hakimiyeti altında bir dünya düzeninin kurulmasına çalışıldığı bir dönemdir. ABD yeni dünya düzenini kurma çabalarını hâlâ ve artan bir azimle sürdürmektedir. Bu ara dünya üzerindeki teknolojik gelişmeler ve özellikle de iletişim teknolojisinde yaşanan hızlı gelişme hem yeni bir dünya düzeni kurma ihtiyacını arttırmış hem de bu düzenin kurulmasını kolaylaştırmıştır. Kurulmaya çalışılan ekonomik düzen, kapitalist, liberal piyasa ekonomisi düzenidir. ABD böyle bir düzen içinde hakimiyetini güçlendirmek için çalışmalarını sürdürürken, bu düzenin yararı konusunda tüm dünyayı ikna etmeye çalışmakta ve zaman zaman da kuvvet kullanarak fikirlerini empoze etmektedir. İlginç olan nokta, ABD'nin hakimiyetini kurma yönünde, Irak savaşında olduğu gibi, sıkıntılar çekmesine rağmen, yeni dünya düzeninin kurallarını dünya üzerinde yaymada sıkıntı çekmemesidir. Yeni dünya düzeni kendi insan türünü yaratmakta, kendi kültürünü yaymaktadır.

Yeni dünya düzeninin kurulmasında ABD diğer zengin ülkelerin çıkarlarını da göz ardı etmemekte hatta, yeni dünya düzeninin zengin ülkelerin çıkarlarına hizmet edecek şekilde oluşmasına özen göstererek bu ülkelerin işbirliğini sağlama yolunda da çaba harcamaktadır. Bu nedenle bugünkü görünümüyle yeni dünya düzeni, zengin ülkelerin gelir farklılıklarını sürdürme çabası, yani "pasta"dan daha büyük pay alma düzenidir. Böyle bir düzenin kurulması kolay başarılacak bir iş değildir. Bütünleşen dünyada, iletişim imkanlarının artması, sermayenin ülkeler arası akışkanlığı, işgücüne sağlanabilecek dolaşım hakkı ülkeler arası farklılaşmaları azaltabilir. Zengin ülkeler gelir farklılıklarını koruyabilmek için yeni bir tür işbirliği ve yeni bir tür ekonomik düzen kurmak zorundadır. Bunu kurarken de haklılık görünümünü korumak gerekmektedir.

Yeni dünya düzeninin temel kuralı "rekabettir". Kişi, kurum, ülke ve blokların, başkalarından daha fazla pay alma çabası içinde rekabet etmeleri ilerlemenin ve kalkınmanın ana kaynağı olarak benimsenmektedir. Kişi, kurum, ülke ve blokların haklıyı ve doğruyu değil, kendi çıkarlarını savunması doğal kabul edilmektedir.<sup>17</sup>

<sup>17</sup> Ayrıntıları için bakınız: İ. Özer Ertuna, Kapitalizmin Son Direnişi, ALFA Basım Yayın Dağıtım Ltd. İstanbul, 2005.

İşte bu çerçevede dünyada rekabete dayalı yeni bir ekonomik düzen oluşmaktadır. Bu düzen çelişkili görülebilecek iki boyutta gelişmektedir: Küreselleşme ve bloklaşma. Bir yandan küreselleşme adı altında dünya tek bir pazar durumuna gelirken, bölgesel ekonomik işbirliği çerçevesinde bloklar üyelerini korumayı amaçlamaktadır. Ülkeler de küreselleşme süreci içinde kendi güçlerini ve mukayeseli üstünlüklerini yaratabilmek için bloklar içinde yerlerini almaktadır.

## I. YENİ DÜNYA DÜZENİNİN YAPI TAŞLARI

Ekonominin temelinde üretim ve tüketim yatar. Ekonomik düzenlerde, insanlar ihtiyaç duydukları şeyleri bir şekilde üretmeye ve üretileni paylaşmaya çalışır. İhtiyaçlar ise yaşamı sürdürebilmek için gerekli olan şeylerden, insanların kendilerini ispat edebilmelerine yarayacak olan şeylere kadar geniş bir yelpaze oluşturur.<sup>18</sup> Ekonomik sistemlerin ürettikleri mal ve hizmetlerdir. Günümüzde, hem üretim hem de tüketim alanlarında "mal ve hizmet" eskisinden çok farklı şekilde algılanmaktadır. Bu farklılıklara kısaca değinelim.

Eskiden malların fiziki özelliklerinin önemli olduğu sanılıyordu. Malı kaliteli ve ucuza üretebilenler rekabet ortamında mukayeseli bir üstünlük elde edebiliyordu. Tüketicilerin de malları bu özellikleri için satın aldığı varsayıldı. Oysa, günümüzde malların, fiziki yapıları ve kimlikleri ayrıştırılmış, fakat müşteri gözünde bütün olarak algılanması sağlanmıştır. Malların fiziki yapıları, onların gözle görülür, elle tutulur özellikleridir. Malların kimlikleri ise, malların tasarımları, teknolojisi, markası ve imajı gibi hususlardır. Malların fiziki yapıları ve kimlikleri de farklı farklı üretilmektedir. Bugün uluslararası<sup>19</sup> şirketler mallarının fiziki yapılarını ve kimliklerini farklı ülkelerde ürettirebilmekte ve bu malları diledikleri ülkelerde satabilmektedir. Yani, uluslararası şirketler hammaddelelerini en ucuza temin edebildikleri yerlerden satın alarak, mallarını ucuz işgücünün bulunduğu ülkelerde ürettirip, en uygun şartlarda satabilecekleri yerlerde satabilmektedir. Bu durum 1994 yılında imzalanan GATT (Ticaret ve Gümrükler Genel Anlaşması) ve bu anlaşma çerçevesinde kurulan WTO (Dünya Ticaret Örgütü) sayesinde mümkün hale gelmiştir. GATT, anlaşması ülkeler arası tüm mal ve hizmet akışları üzerindeki tüm engelleri kaldırmakta ve serbestleştirmektedir.

Günümüzde müşteri malın fiziki yapısına değil kimliğine önem vermektedir. Çünkü malın kimliği ile kişisel kimliği arasında bir tür ilişki kurarak ihtiyaçlarını gidermektedir. Bu nedenle de mal ve hizmete gerçek katma değeri katan fiziki üretiminden çok, oluşturulan kimlikleridir.

---

<sup>18</sup> Amerikalı psikolog Abraham Maslow ihtiyaçları şu şekilde sıralamıştır: Fizyolojik, güvenlik, sevgi ve bağlantı, başarı-prestij ve saygı, kendini ispat ve merak-anlatma ihtiyaçları. Bir alt düzey ihtiyaç tatmin olmadan diğerleri devreye girmez.

<sup>19</sup> Uluslararası da küresel de denebilir.

Eskiden müşterinin malı tüketerek tatmin olduğu, malın fiyatının ise bunu sağlamanın külfeti olduğu sanılırdı. Yani, eski anlayışa göre fiyat mala sahip olmak, onu tüketmek için ödenmesi gereken bir bedel, katlanması gereken bir külfetti. Günümüzde fiyat malın kimliğinin bir parçası haline gelmiştir. Ayrıca, fiyat malın kimliği hakkında çok önemli bir bilgi kaynağıdır. Bu nedenle de fiyat bir bedel ve külfet olmaktan çıkabilmekte, hatta doğrudan doğruya müşterinin tatmin olmasını sağlayan unsurların başında gelmektedir.

İşte 20. yüzyılın son döneminde değişen mal, ihtiyaç ve tüketim anlayışları yeni dünya düzeninin yapı taşlarını oluşturmuştur. 2000 yılından bu yana Türkiye'nin başarısının bu yapı taşları açısından değerlendirilmesi gerekir.

## II. YENİ DÜNYA DÜZENİ YAPISININ GEREKLERİ

Yeni dünya düzeninde, zenginlerin zenginliklerini koruyabilmeleri ve ABD'nin dünya üzerinde hakimiyetini kurabilmesi için, yukarıda söz ettiğimiz yapı taşlarının belirli bir şekilde kullanılması gerekmektedir.

\* Yeni dünya düzeninde mal ve hizmetlerin serbest dolaşımı gerçekleştirilmelidir. Hammaddenin en uygun yerlerden alınıp, malın fiziki yapısının en ucuza üretildiği yerde üretilip en uygun pazarlarda satılması sağlanmalıdır.

\* Mala gerçek değerini kazandıran kimliğinin tam ve tekelci bir korunma altına alınması gerekmektedir. Kimliği üreten marka, tasarım, teknoloji gibi haklar tüm ülkelerce tanınmalı ve korunmalıdır.

\* Belirli bir teknoloji altında malların fiziki yapılarının üretiminde mukayeseli avantaj yaratma ucuz işçi kullanmaya bağlıdır. Malları ucuza üretebilmek için ucuz işçi depolarına ihtiyaç vardır. Bugün dünya üzerinde, işsizliğin yüksek olduğu, bu nedenle de ücretlerin düşük olduğu işçi depoları mevcuttur. Bugün için bu ucuz işçi depoları Kuzey Kore, Çin, Hindistan, Endonezya, Malezya gibi ülkelerdir. Kuzey Kore ve Çin'de işçi ücretleri yükseldikçe, uluslararası şirketler üretimlerini işçiliğin daha ucuz olduğu Endonezya gibi yerlere kaydırmaktadır. Türkiye'nin yakınındaki ucuz işçi depoları bugün için Romanya ve Bulgaristan'dır. Ucuz işçi depolarının varolabilmesi için işçilerin serbest dolaşımının engellenmesi gerekmektedir. İşçilerin serbest dolaşımının engellenmesiyle uluslararası şirketler ucuz işçilikten yararlanabilmektedir.

\* Üretimin yapıldığı, işçiliğin ucuz olduğu ülkelerin pazarlık gücünü kırmak için üretimin ulusal değil, uluslararası şirketlerce yapılması gerekir. Bu nedenle de doğrudan yabancı sermayenin serbest dolaşımı sağlanmalıdır. Bunun için de, kalkınmakta olan ülkeler, doğrudan yabancı sermaye yatırımlarının yararı konusunda ikna edilmeli, hatta yabancı sermaye yatırımlarını teşvik etmeleri sağlanmalıdır.

Oluşmakta olan yeni dünya düzeninin ucuz işgücüne sahip ülkelerin de yararına olduğu savunulabilir. Ucuz üretim peşinde koşan uluslararası şirketler malların üretimini bu ülkelere kaydıracaklar, oralarda istihdam sahalarının doğmasını, işsizliğin ve yoksulluğun azalmasını sağlayacaklardır. Bu doğrudur. Fakat, üretimde yaratılan katma değer nasıl paylaşılacağı da önemlidir. Yeni dünya düzeni işgücünün serbest dolaşımına izin vermediği takdirde, üretimde bu ülkelerin işçilik maliyetleri geçerli olacaktır. Yani, bu ülkelerde işçi ücretleri olabileceğinin en düşük düzeyinde gerçekleşecek, yoksulluğu ortadan kaldırmayacaktır. Bu şekilde ucuza üretilen mallar, üretim yapan veya yaptıran uluslararası şirketlerce, gene serbest ticaretten yararlanarak, fiyatların yüksek olduğu zengin ülke pazarlarında satılacaktır. Dış ticaretin gelişmesi ortaya paylaşılacak bir pasta çıkaracaktır. Fakat, bu pastayı gene zengin ülkeler, marka, tasarım ve teknolojiye sahip olan ülkeler uluslararası şirketleri aracılığı ile yiyecektir.

### III. YENİ DÜNYA DÜZENİNİN KURULUŞ AŞAMALARI

Yeni dünya düzeninin kuruluşu aşama aşama gerçekleştirilmektedir. Birinci aşama liberal piyasa ekonomisinin tüm dünyaya, özellikle de geri kalmış ve kalkınmakta olan ülkelere benimsetilmesi; ikinci aşama, kapitalist liberal piyasa ekonomisinin zengin ülkelerin çıkarlarına hizmet edecek şekilde kural ve kurumlarının yerleştirilmesi; üçüncü aşama ise ekonomik ideallerin politik egemenliğe dönüştürülmesi aşaması olarak nitelendirilebilir. Bu üç aşamanın zaman aşaması olarak anlaşılması gerekir. Zaman zaman bu aşamalar simültane olarak gelişmiştir.

#### A. Küreselleşmede Birinci Aşama

Birinci aşamanın gerçekleştirilebilmesi için 1978'lerde, IMF, Dünya Bankası ve ABD Hazinesi arasında "Washington Uzlaşması" (Washington Consensus) adlı çok önemli bir görüş birliğine varılmıştır.<sup>20</sup> Bu görüş birliği, ekonomik kalkınma ve istikrara bambaşka bir bakış açısı getirmiştir. İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra, kurumsal bir destek olmadan kalkınamayan ülkelerin kalkınma hamlelerine destek vermek için Dünya Bankası kurulmuş, bu bankanın etkinliği, ülkelerin ödemeler dengelerinde çıkan sorunlarına çözüm yaratmakla görevli IMF ile

---

<sup>20</sup> Bu fikir birliği önceleri Latin Amerikan ülkelerinde gerekli reform paketi olarak ortaya çıkmış, sonraları bu paket kalkınmakta olan tüm ülkelere uygulanmaya başlanmış, yaklaşık on yıl sonra, John Williamson'nun çeşitli makalelerinde "Washington Consensus" olarak adlandırılmış ve bu ad yaygın bir şekilde benimsenmiştir. Bu "reform paketi" (reçete), mali disiplin, kamu harcamalarında önceliklerin saptanması, vergi reformu, serbest faiz rejimi, rekabetin gerektirdiği kurlar, ticaretin serbestleşmesi, doğrudan yabancı yatırımların serbestleştirilmesi, özelleştirme, kontrolün kaldırılması ve mülkiyet haklarının korunması uygulamalarını kapsamaktadır.

desteklenmişti. "Washington Uzlaşmasına" vardıktan sonra Dünya Bankası ve IMF, liberal ekonomi ilkelerini "tek reçete" olarak herkese benimsetmeye, daha doğrusu dayatmaya başlamıştır. Bu uzlaşma sonucunda, serbest piyasa söylevi "mantra"<sup>21</sup> haline dönüşmüştür. Dünya Bankası ve IMF tüm ilişkide buldukları, gelişmekte olan ülkelerde aynı reçeteyi uygulamaya başlamıştır. Bu reçete devletin küçültülmesi, özelleştirme, liberalleştirme ve yabancı sermayenin teşvik edilmesi reçetesi idi. IMF ve Dünya Bankası, gelişmekte olan ülkelere dış ticaretin serbestleşmesi, sermaye piyasalarının liberalleşmesi, özelleştirme, serbest piyasa ilkelerinin yaygınlaştırılması yönünde reçeteler verdi. Kısa zamanda bu ülkeler muazzam dış ticaret açıklarıyla karşı karşıya kaldılar. IMF dayatmalı politikaların uygulanmasıyla, Asya ve Latin Amerika'daki "gelişen piyasa ekonomileri"<sup>22</sup> borç ve spekülâtif sermaye istilasına uğradı. Dış ticaret açıklarının artması ve bu açıkların borç ve spekülâtif sermaye akımlarıyla finansmanı 1994 yılında Türkiye ve Meksika'da, 1997 ve 1998 yıllarında Asya, Rusya ve Brezilya'da görülen krizleri doğurdu.<sup>23</sup> 2001 yılında Türkiye'nin yaşadığı ekonomik kriz de aynı reçetelerin ürünüdür.

Kısa vadeli yabancı sermaye (sıcak para) bir ülkeye girerken bahar havası ve spekülâtif köpükler<sup>24</sup> yaratır. İthalatın artmasına ve ihracatın sıkıntı çekmesine neden olur. Ülkeye gelen sıcak para, ortaya çıkan ödemeler dengesi açıklarının finansmanını sağlar. Fakat ödemeler dengesi açıkları kontrolsüz büyümeye başlayınca, büyük bir devalüasyon ihtimali ortaya çıktığında sıcak para tedirgin olur. Spekülâtif sermayenin, yani sıcak paranın devalüasyon sonucu zarara uğramamak için ülkeden kaçmaya kalkması bir sürü hareketine dönüşür ve dövize hücum olur. Bu tür dövize hücum mali krizleri ve mali krizler kontrol altına alınmazsa arkasından ekonomik krizleri getirir. Doğan kriz, ülkeleri tahrip eder ve milyonlarca insanın perişan olmasına neden olur. Türkiye'de yaşanan 1994 ve 2001 krizleri bu şekilde ortaya çıkmış krizlerdir. Türkiye bu krizlerle karşı karşıya kaldığında, mali krizlerin ekonomik krize dönüşmesine engel olamamış, bu nedenle de milli gelir, 1994 yılında yüzde 6,5, 2001 yılında ise yüzde 9,1 gerilemiştir.

<sup>21</sup> Mantra, Hinduizmde dua ya da meditasyon sırasında tekrarlanan kutsal sözdür. Mantra yakıştırması Stiglitz'e aittir. Joseph E. Stiglitz, Küreselleşme, Büyük Hayal Kırıklığı, (Çev: Arzu Taşçıoğlu ve Deniz Vural), Plan B İletişim, 2002, s.37.

<sup>22</sup> Emerging market economies.

<sup>23</sup> A report of the International Forum on Globalization, Alternatives to Economic Globalization, A Better World is Possible, Berret-Koehler Publishes, Inc., San Fransisco, 2002, s.39.

<sup>24</sup> Spekülâtif köpük (speculative bubbles), patlamaya mahkum bir iyimser hava olarak kullanılan bir terimdir.

Dünya Bankası eski danışmanlarından, Nobel ekonomi ödüllü Joseph Stiglitz, kalkınmakta olan ekonomilerde IMF'in tutumunu şöyle açıklıyor: "Krizler patlak verdiği zaman, IMF 'standart' olsa bile modası geçmiş, yersiz çözümler içeren reçeteler veriyor; bu politikaları uygulaması istenen ülkelerdeki insanların bunlardan nasıl etkileneceğini göz önüne almıyordu. Politikaların yoksulluk üzerindeki etkisiyle ilgili tahmin yapıldığını pek görmedim. Alternatif politikaların sonuçlarıyla ilgili derin tartışmalar ve analizler yapıldığına pek tanık olmadım. Tek bir reçete vardı. Reçeteleri ideolojiler yönlendiriyordu ve ülkelerin IMF'in talimatlarına hiç tartışmadan uymaları bekleniyordu."<sup>25</sup> Bütün yaşanan krizlerden sonra IMF tekrar ülkeye yabancı borç verenleri korumak için gelir ve özel kesim borçlarını devletlerin üstlenmesini sağlar ve ülkeye yeni borçlar verir. Bu yeni verilen borçlar, ülkelere yeni politikaların dayatılmasına zemin hazırlar.<sup>26</sup> "1980 sonrasında, IMF Guyana ve Gana'ya kadar, yaklaşık 90 ülkeye bu tür yapısal uyum programı önermiş ve uygulamıştır."<sup>27</sup>

1990 sonrası, Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği'nin dağılışı sosyalist ekonomi düzeninin çöküşü olarak algılandı. Çöküş kapitalist liberal piyasa ekonomisinin zaferi olarak ilan edildi. Bu durum Dünya Bankası ve IMF için çok büyük bir imkan yarattı. Dünya Bankası ve IMF bu ülkelerin komünizmden kapitalizme geçmelerinde yardıma koştu. Kullanılan aynı reçetelerdi: Dış ticaretin serbestleşmesi, sermaye piyasalarının liberalleşmesi, özelleştirme, serbest piyasa ilkelerinin yaygınlaştırılması. Bu ülkelerde "reformlar" çok hızlı uygulandı. 1990-1998 arasında Rusya ekonomisi yüzde 40 gelir kaybına uğradı.

"1998'de ... Asya ekonomilerindeki dramatik çöküş, neredeyse dünya çapında bir paniğe yol açtı: Rusya mali uçurumun kenarında dengede durmaya çalışıyor, Brezilya çetin ekonomik krizlerle boğuşuyordu. Amerikan borsası bile keskin bir inişe geçmişti. Japonlar, Endonezyalılar ve Malezyalılar başta olmak üzere Asyalılar, Batıyı; özellikle de Amerika kapitalistlerini suçluyorlardı. Batılılar, bu ülkelerin ekonomilerini şişirmiş, kısa sürede büyük kâr etmiş ve artlarında kırık dökük bir toplum bırakarak çıkıp gitmişlerdi."<sup>28</sup>

"Sonuç, birçok insan için yoksulluk, birçok ülke için de toplumsal ve politik kaos oldu. IMF, bulaştığı bütün alanlarda (kalkınma, kriz yönetimi) ve komü-

---

<sup>25</sup> Joseph E. Stiglitz, age., s.13-14.

<sup>26</sup> John Perkins, finansal yöntemlerle kalkınmakta olan ülkeleri borç batağına batırıp onları ABD'ye nasıl bağımlı hale getirdiklerini bir uygulamacı olarak anlatmaktadır. Hohn Perkins, Bir Ekonomik Tetikçinin itirafları, A.P.R.İ.L. yayıncılık, Ankara, 2004.

<sup>27</sup> Joseph E. Stiglitz, age., s. 40

<sup>28</sup> Walter LaFeber, Michael Jordan ve Yeni Küresel Kapitalizm, Türkçesi, Aysel Morin, Cep Kitapları: 156/21. Yüzyıl Dizisi. 2001. s. 15.



nizmden kapitalizme geçiş yapan ülkelerde hata yaptı... Sınırlı bir büyüme yaşayan ülkelerde bile zenginlerin (%10'luk en üst tabaka) sağladığı faydalar artarken, yoksulluğun hâlâ yaygın olduğu, hatta bazı durumlarda en alt tabakanın gelirinin azaldığı görüldü."<sup>29</sup>

Burada Dünya Bankası ve IMF'in kalkınmakta olan ülkelere dayattığı özelleştirme stratejisinden de biraz söz etmek yerinde olacaktır. Dünya Bankası'nın özelleştirme stratejisi, oluşturulmaya çalışılan yeni dünya düzeninin gerektirdiği bir stratejidir. Kalkınmakta olan ülkelerde KİT'ler stratejik üretim alanlarında hizmet görürler. Bu alanlar, hemen hemen her kalkınmakta olan ülkede ekonominin altyapısını oluşturan ulaşım, telekomünikasyon ve enerji sektöründeki yatırımlardır. Bu stratejik altyapı sektörleri büyük miktarlarda yatırım gerektirdiğinden, kalkınmakta olan ülkelerde özel sektör bu tür stratejik yatırımları gerçekleştirebilecek güçte değildir. İşte yeni dünya düzeninde özelleştirme stratejisinin hedefi bu yatırımlardır. Yeni dünya düzeninde özelleştirme bu uluslarüstü (küresel) şirketlerin, kalkınmakta olan ülkelerin enerji, telekomünikasyon, ulaşım gibi altyapı sektörlerine hakim olabilmeleri için gereklidir. 1980'den bu yana, özelleştirme propagandası, haklı görülebilecek iddialarla ortaya atılmış, fakat zaman içinde, özelleştirmenin "fazileti" herkesçe kabul edildikten sonra gerçek amacına yönelmiştir. Bugün özelleştirme yarışı, enerji santralleri ve telekomünikasyon sektörleri üzerinde yoğunlaşmaktadır. Bu büyük çaplı özelleştirmelerde "malı" satın alabilecek olan bu büyük küresel kuruluşlardır. Bu kuruluşlar, ülke içinden seçtikleri yerli ortaklarıyla bu özelleştirme yarışında birbirlerine karşı üstünlük yaratmaya çalışmaktadır.

Kısaca özetleyecek olursak, küreselleşmenin birinci aşaması kapitalist liberal piyasa ekonomisinin faziletlerinin herkese kabul ettirilmesi şeklinde gerçekleştirilmiş, bu konuda Dünya Bankası, IMF ve Amerikan Hazinesi çok önemli görevler üstlenmişler ve başarılı olmuşlardır. Bugün Washington Uzlaşmasının ilkeleri tartışılmaz ilkeler haline dönüşmüştür.

## **B. Küreselleşmede İkinci Aşama: Kural ve Kurumlar**

Küreselleşmenin ikinci aşaması, kural ve kurumların oluşturulması olarak tanımlanabilir. Sistemin gerekli kuralları 1994 yılında GATT, yani Ticaret ve Gümrükler Genel Anlaşması'yla oluşturulmuş, anlaşmanın yürütülmesi için kurulan Dünya Ticaret Örgütü (DTÖ) de kurumsal yapıyı desteklemiştir.

1947'den bu yana dünya ticaretinin serbestleştirilmesi yönünde çabalar harcanmıştır. Son pazarlıklar Uruguay toplantılarında yedi yıl sürmüş ve 15 Aralık 1993'te Cenevre'de anlaşmaya varılmış, 12-13 Nisan 1994'te de üye ülkelerce Fas'ın Marakeş şehrinde anlaşma imzalanmıştır.

<sup>29</sup> Age., s.39-40.

Yeni dünya düzeninin anlaşılması için Uruguay toplantıları önemli ipuçları vermektedir. Uruguay toplantılarında çıkar çatışmaları iki konuda odaklanmıştır. Birincisi tekstil sektörü ürünleri için uygulanan kotaların kaldırılması, ikincisi ise tarım sübvansiyonlarının kısıtlanması konularıdır. İlginç olan, bu alanlarda tarafların liberalleşme konusunda ayrı saflarda yer almalarıdır. Tekstil kotaları dış ticareti engelleyen uygulamalardır. Kalkınmakta olan ülkeler daha çok tekstil ürünü satabilmek için, tekstil kotalarının kaldırılmasını savunmuş, uluslararası ticaretin liberalleşmesinin savunucusu olan ABD, tekstil kotalarının kaldırılmasına karşı çıkmıştır. Hatta kalkınmakta olan ülkeler tekstil kotalarının kaldırılmasına karşılık, fikrî mülkiyet haklarının (telif hakkı, marka, tasarım, know-how gibi hakların) korunmasını kabul edeceklerini de belirtmişlerdir. İkinci konuda, yani tarım desteklemeleri konusunda, ABD sübvansiyonların kaldırılmasını, Avrupa ve Japonya ise korunmasını savunmuştur. Pazarlıklar sonucu varılan GATT şöyle özetlenebilir.

\* Ülkelerarası mal ve hizmetlerin serbest dolaşımı sağlanmıştır. Mal ve hizmetlerin ülkeler arası dolaşımına hiç bir engel konmayacaktır. (Bunun istisnası olarak ABD tekstil kotalarını kendi imkanları çerçevesinde peyderpey kaldıracaktır.)

\* Ülkeler arası sermaye dolaşımının tamamen liberalleşmesi konusunda tam bir anlaşmaya varılamamış, bu konudaki gelişmelere bağlı olarak düzenlemelerin yapılması zamana bırakılmıştır.

\* GATT işgücünün serbest dolaşımı konusunda hiçbir karar almamış, hatta bu konuda bir tercih de belirtmemiştir.

\* GATT'ın temel başarısı "Fikrî Mülkiyet Haklarının" tamamen koruma altına alınmasıdır. Korunma altına alınan bu haklar marka, tasarım, baskılı devreler, telif hakları, yerel imgeler gibi haklardır. Bu haklar sahiplerine tekeli avantajlar sağlamaktadır. Fikrî Mülkiyet Hakları zengin ülkelerin sahip olduğu haklardır."

Görüldüğü gibi GATT yeni dünya düzeninin inşası için gerekli yapı taşlarını, zengin ülkelerin lehine çok iyi bir şekilde yerleştirmektedir. Bu anlaşma sayesinde marka, moda, tasarım, bilgi gibi fikir ürünlerine sahip olan zengin ülkeler, mallarını diledikleri ülkelerde ucuza üretebilecekler, bu mallara kimliklerini katarak diledikleri pazarlarda en kârlı şekilde satabileceklerdir. Burada bir örnek varılan noktayı çok iyi anlatabilmektedir. 2000 yılında, dünya üzerinde spor ayakkabı sektöründe yüzde 45 piyasa payına sahip bir kuruluş (marka), 46 gelişmekte olan ülkede 565 fabrikasında, saat başına on dört sent ödeyerek yarım milyon işçi çalıştırmakta, 5-6 dolara mal ettiği ayakkabıyı toptan 35 dolara, perakende 70 dolara satabilmektedir. Müşterinin 70 dolara satın aldığı ayakkabıdan işçinin aldığı pay sadece iki dolar 75 senttir. <sup>30</sup>

<sup>30</sup> Thompson & Strickland, Strategic Management, McGraw-Hill, Irwin, 13th edition. s. C-768.

Yeni dünya düzenini geri kalmış ülkeler de kendi çıkarlarına kullanabilirler. Bu ülkelerdeki bilinçlenme, kendi marka ve tasarımlarının gelişmesine ve kullanmalarına neden olabilir. Bu ülkeler kendi moda ve imajlarını, kısacası kendi mal kimliklerini oluşturabilirler. Bu durum, bugün marka, tasarım ve imaja sahip olanları; moda yaratıcıları zor duruma sokabilir. Bu nedenle de, düzenin mevcut zengin ülkelerin çıkarlarına hizmet edebilmesi için iletişim kanallarına hakimiyet gereklidir. Kimlik oluşturmada iletişim kanalları çok önemlidir. Bugün Çin'den tutun İran'a kadar herkes "blue jean" giymektedir. Kimi kimliklerin dünya üzerinde bu denli yayılmasında iletişim kanallarının rolü yadsınamaz. Bunun en güzel örneklerinden biri Çin'in Dünya Ticaret Örgütü'ne (WTO) başvurusu sırasında yaşanmıştı. ABD Çin'in başvurusuna iki çekince koymuştu: Bunlardan birincisi, Çin'in yüksek gümrüklerini düşürmesiydi. Bu, beklenen, doğal bir talepti. İlginç olan ise ikinci talepti. Amerika Çin'in, Hollywood filmlerine koyduğu kotaları kaldırmasını talep ediyordu. Böylece Amerikan tarzı tüketim alışkanlıkları yayılabilirdi. Bu nedenlerden ötürü iletişim alanlarındaki özelleştirmeler, uluslararası şirketlerin yeni dünya düzenindeki rolleri açısından çok önemlidir.

### C. Küreselleşmenin Üçüncü Aşaması

Küreselleşmenin üçüncü aşaması, doğal kaynaklar üzerinde hakimiyet kurma aşaması olarak tanımlanabilir. Bu aşama günümüzde yoğun bir şekilde yaşanmaktadır. Tabii ki bu aşamada da bir maske kullanılmaktadır. Kullanılan maske, enerji yoğun ülkelere demokrasi götürmek olarak ortaya çıkmaktadır.

### IV. BLOKLAŞMA: AVRUPA BİRLİĞİ

Yeni dünya düzeni bir taraftan Küreselleşme bir taraftan da bloklaşma şeklinde yürümektedir. Bugün oluşan üç blok önemli bir rekabet içindedir. Türkiye bu bloklardan Avrupa Birliği ile gümrük birliği anlaşması imzalamış, Avrupa Birliği üyesi olma çabaları gütmektedir. Bunlar dışında Amerika kıtasında NAFTA<sup>31</sup> ve Güneydoğu Asya'da Şanghay İşbirliği Teşkilatı bulunmaktadır. Bu birlikler dışında pek çok dayanışma örgütü bulunmaktadır. Türkiye Karadeniz Ekonomik İşbirliği örgütünün kurucusudur, İslam Konferansı Teşkilatı'nın üyesidir, Bağımsız Devletler Topluluğu ile ilişkileri oldukça güçlüdür.

Türkiye 1996 yılında Avrupa Birliği ile Gümrük Birliği anlaşması imzalamıştır. Türkiye Avrupa Birliğine girmeden, Birlikle Gümrük Birliği Anlaşması imzalayan tek ülkedir. Türkiye Gümrük Birliği anlaşması nedeniyle, üye olmadığı Avrupa Birliği'nin ekonomik kararlarını uygulamak zorundadır. Uygulamak zorunda olduğu kararların oluşmasına katkısı da bulunmamaktadır. Bu durum Türki-

<sup>31</sup> NAFTA (North Atlantic Free Trade Association), ABD, Kanada ve Meksika ticari işbirliğidir.

ye'nin çok önemli stratejik konumundan yeterli derecede yararlanmasını engellemektedir. Türkiye Avrupa Birliği odaklı bir ekonomik strateji uygulamakta, kuzeyde Karadeniz İşbirliği ülkelerini, güneyde İslam Konferansı ülkelerini, doğuda Türk Cumhuriyetlerini ihmal etmektedir. Bu ihmal Türkiye'ye pahalıya mal olmaktadır. Burada sadece bir örnek vermekle yetineceğiz. 2002 yılında İslam ülkelerinin ithalatı 370 milyar dolardı. Türkiye bu potansiyelden yüzde bir mertebesinde pay alabilmişti.

## V. ÖZET VE DEĞERLENDİRME

Günümüzde dünya üzerinde yeni bir ekonomik düzen oluşmaktadır. Bu düzen 2000 yılından bu yana oldukça belirgin hale gelmiştir. Başlangıçta bu düzenin tüm ülkelere, özellikle de kalkınmakta olan ülkelere hizmet edeceği savunulmuştur. Oysa yıllar geçip düzen yerleştikçe dünya üzerinde fakir ve zengin arasındaki uçurum giderek genişlemektedir. Daha da ilginç olanı, eskiden güney ve kuzey ayırımı fakir ülkeleri ve zengin ülkeleri tanımlamaktaydı. Bugün tüm ülkeler içinde fakir ve zengin arasındaki uçurum genişlemektedir. Dünyanın en zengin ülkesi olarak kabul edilen ABD'de sefalet içinde yaşayanların sayısı giderek artmaktadır.<sup>32</sup> Görüldüğü şekliyle, yeni dünya düzeni uluslararası, uluslararası ve global şirketlerin çıkarlarına hizmet etmektedir. Ancak, yeni oluşan düzende, zengin ülkelerin mi bu şirketleri kullandığı, bu şirketlerin mi zengin ülkeleri kullandığı tam olarak anlaşılabilir değildir.

Dünya üzerindeki gelişmeler, firmaları ulusal firmalar olmaktan uzaklaştırmakta ve uluslararası, hatta uluslararası firmalar haline dönüştürmektedir. Bu açıdan bakıldığında da, zaman zaman firmaların başarılarıyla ülke ekonomisinin başarısı farklı olabilmektedir.

Esasında yeni dünya düzeni ülkeler için yeni fırsat ve tehlikeler yaratmaktadır. Ülkeler sistemi çözüp doğru stratejiler saptayabildikleri takdirde fırsatlardan yararlanıp kendilerini tehlikelerden koruyabilir ve yeni dünya düzeninin nimetlerinden yararlanabilirler. Kanımızca, yeni dünya düzeni içinde Türkiye'nin potansiyeli çok yüksektir. Türkiye sömürmeden, kendini sömürmeden yeni dünya düzeninin imkanlarından yararlanabilir.

## VI. OKUMA PARÇALARI

Bu kısımda, yazarın çeşitli tarihlerde yazdığı, gazete ve dergilerde yayınlanmış olan makaleleri sunulmaktadır. Bu makaleler, yazılış tarihleri de dikkate alındığında bölüm içindeki açıklamalara yeni boyutlar eklemekte ve okuyucuların kendi görüşlerini oluşturmalarına yardımcı olmaktadır.

---

<sup>32</sup> “Amerika Birleşik Devletleri’nde on iki milyon aile bir sonraki yemeğini nasıl elde edeceğini düşünüyor... Dünya nüfusunun en zengin ülkelerde yaşayan beşte birinin gelirinin en fakir beşte birindekilerin gelirin oranı 1960’da 30’da 1’den 1995’de 74’de 1’e çıktı.” John Perkins, age., Sayfa 9.

### A. Yeni Dünya Düzeni<sup>33</sup>

Bugün dünyada yeni bir düzen kurulmakta. Kurulan yeni düzen önümüze iki ayrı "ring" koyuyor. Bu iki "ring"den birincisinin ödülü aç kalmamak; ikincisinin ise zenginlik. Önce hangi ringde mücadele etmek istiyoruz, buna karar vermemiz gerekiyor. Hangi "ring"de oynayacağımıza karar verdikten sonra da, bu ringde başarılı olmak için, başarının tüm koşullarını yerine getirmek zorundayız. Çünkü yeni oluşan dünya düzeni eskilerinden daha acımasız. Kaybedenlere fazla bir yaşam şansı tanımayacak.

Dünyada, mal ve hizmet ticaretinin önünden tüm engeller kaldırılıyor. Yeni ticaret düzenini oluşturan, Türkiye'nin de imzaladığı GATT anlaşması bunu öngörüyor. Bundan böyle şirketler hammaddelerini istedikleri ülkeden alıp, mallarını diledikleri ülkelerde üretip, uygun gördükleri ülkelerde satabilecekler. Hammadde ve mal üretiminde tam bir rekabet yaşanacak. Bir şirket gömlek satıyorsa, kumaşını en ucuza bulduğu ülkeden satın alarak, en ucuza diken ülkeye diktirebilecek. Örneğin, Türkiye'ye, "Bangladeş gömleği 5 dolar 35 sente dikeyor; sen 5 dolar 30 sente dikersen sana diktiririm." diyecek. Bizim bu siparişi alabilmemiz için gömleği 5 dolar 30 sente dikmeyi kabul etmemiz gerekecek. Yoksa sipariş bunu kabul eden ülkeye gidecek. Bu "ring" birincisi. Bu ringde rakipler, bir kap pirince insan çalıştırabilen ülkeler. Teknoloji aynı, makineler aynı, verim aynı. Siparişi alabilmek için işçinize daha az ödemeniz gerekecek. Bu durum Türkiye'de üretim yapan uluslararası şirketler için de geçerli. Bu şirketler Türkiye'deki tesislerini "ucuz işgücü" bulabildiklerinden kurmuşlar. Bu kuruluşların Türkiye'deki maliyetleri artacak olsa hemen üretimlerini daha ucuza yapan ülkeye kaydırabilecekler. Çünkü bu ringde başarı ucuz işgücüne bağlı. Yarışma "sefalet"le yarışma. Ödül ise "karın tokluğu".

Gene, dünyada yeni düzeni oluşturan GATT anlaşması, marka, tasarım, yazılım, patent gibi hakları tam bir koruma altına alıyor. Üretimi karın tokluğuna yaptıran da, bu marka ve tasarım sahipleri. Aslan payını alan da bunlar. Burada güvenilir ortalama sayılar vereceğim. Bu bilgileri büyük çapta ihracat yapan, ünlü birçok markaya gömlek diken bir şirketten aldım.

\* Kumaş dışarıdan, başkasının markası ile gömlek diktiğinizde, ihracattan ortalama gömlek başına elinize geçen para 5 dolar 30 sent.

\* Kumaş sizden, başkasının markası ile gömlek diktiğinizde, ihracattan ortalama gömlek başına elinize geçen para 15 dolar.

\* Kendi koleksiyonunuzu oluşturur, kendi tasarımınızla dışarı mal satarsanız, ortalama gömlek başına elinize geçen para 20 dolar 65 sent.

<sup>33</sup> Özer ERTUNA, Radikal Gazetesi, 14 Nisan 1997.

\* Kendi markanızla mal ihraç ederseniz, ortalama gömlek başına elinize geçen para 29 dolar 50 sent.

Başkasının markasına çalıştığınızda elinize geçen 15 dolar. Kumaşı, dikişi, ütülmesi, ambalajı ve kolisi; hepsi 15 dolar. Oysa yalnızca markanın payı da o kadar. Daha doğrusu tasarımın payı 5 dolar, markanın ise 10 dolar. İkinci "ring" burası. Bu ringde tasarımcılar, modacılar, imaj yaratanlar; yani, "beynini" kullananlar mücadele veriyor. Oyunun kuralları yaratıcılık. Ödül ise, çağdaş bir yaşam. Bu ringde başarılı olmanın şartı ise insana yatırım yapmak.

Evet, Türkiye hangi ringde mücadele vereceğine karar vermek zorunda. Hayretle izliyoruz; Ankara'daki devlet büyüklerimiz ring tercihini yapmış vaziyette. Yabancılara, "Türkiye'de işgücü ucuzdur, gelin yatırım yapın." diyorlar.

Galiba Türkiye Ankara'ya rağmen bir atılım içinde. Birinci ringde başarısını kanıtlamış birçok sanayicimiz, şimdi marka ve tasarıma yöneldi. Mallarını dünyaya tanıtmaya çaba gösteriyorlar. Marka ve desenlerini hangi piyasalarda kabul ettirebileceklerini araştırıyorlar. Bütün bunları devletten önemli bir yönlendirme, kayda değer bir destek almadan yapıyorlar.

Acımasız, başarısızlığı affetmeyecek bir dünya düzeni oluşurken, Ankara kısır gündem maddeleri peşinde koşmaya devam ediyor.

## B. Sömürü teknolojisi<sup>34</sup>

Gerçekler ve özelemler genellikle çatışır. Her ne kadar kalbimizde sömürüyü reddetsek de, gerçekleri olduğu gibi kabullenmekte güçlük çekmeyiz. Sömürgeler, sömürü düzeni, sömürgeler ve sömürü düzeniyle elde edilen zenginlikler yadınmayan gerçeklerdir. Bunları kabullenmeyecek olsak, gerçekçi olmaya davet edilirdik.

Evet, sömürgeler ve sömürülen ülkeler, kısa bir geçmişe kadar bir gerçektir. Sömürü düzeninin kurulması ve devam ettirilmesi de "haklı olmayı" değil, "güçlü olmayı" gerektiriyordu. Amerika, Afrika, Asya'nın büyük bir bölümü böyle sömürüldü. Sömürenler büyük servetler biriktirdi. Daha sonra, hızla gelişen teknoloji, dünyayı küçülttü. Ayıplar gizlenemez, sömürüyü sürdürmek için eski yöntemler kullanılamaz oldu. Teknoloji burada da imdada yetişti. Sömürünün teknolojisi değişti.

Yeni teknoloji altında insanlar güle söyleye, şartlandırılarak, beyinleri yıkanarak sömürülüyor. Artık, sömürmek için askeri güce gerek kalmadı: Medyaya hakim olmanız, "etkileme" kanallarına sahip olmanız yeterli. Liberalleşme adı altında en kuvvetli korumacılığı; rekabet adı altında en kuvvetli tekelleri kurabili-

<sup>34</sup> Özer ERTUNA, Radikal Gazetesi, 18 Mayıs 1998

yorsunuz. Marka, tasarım ve patent hakkı gibi tüm zihin ürünlerini tam bir tekel koruması altına alıp, üretim ve pazarlama konusundaki tüm engelleri kaldırıp sömürü alanlarınızı genişletebiliyorsunuz. Markanızı modanızı tüm ülkelere sokabiliyorsunuz. Bunlara milyarlarca dolar ödetirken, ödeyenleri mutlu edebiliyorsunuz.

Moda sistemler geliştirebiliyorsunuz. Örneğin, Güney Doğu Asya ülkelerindeki, ucuz işçiliğe ve fason üretime dayalı kalkınma modellerini göklere çıkartıp, "Asya kaplanları"nın yarattığı "mucizeleri" efsaneleştirabiliyorsunuz. Oralarda insanların, uzun bir süre, karın tokluğuna, gelişmiş ülke pazarlarına mal üretmelerini sağlayabiliyorsunuz. 1997 de olduğu gibi, kriz doğduğunda, başarısız olan gene bu ülkenin kendileri oluyor. Sistem veya siz sorgulanmıyorsunuz.

Moda akımlar yaratabiliyorsunuz. Örneğin, özelleştirmeyi, strateji olmaktan çıkartıp bir hedef haline sokabiliyor; insanları, özelleştirmenin her derdin devası olduğuna inandırabiliyorsunuz. Meksika örneğinde olduğu gibi, "başarılı" özelleştirmelerle kalkınmakta olan ülkelerin sanayilerinin büyük bir bölümünü ele geçirebiliyorsunuz.

Mali piyasaların geliştirilmesi çabası altında kalkınmakta olan ülkeleri doldurşa getirerek "sıcak paranın" bu ülkeleri soymasına zemin hazırlayabiliyorsunuz. Bu ülkeler sıcak paraya yüzde yüzlere varan kazançlar ödediklerinde, soyulduklarını fark etmeyip bir başarı elde ettiklerini sanabiliyor.

Yeni sömürü teknolojisinin en önemli yönü "zorlamaya" dayalı olmaması. Sömürülenler propagandaların etkisinde, güle söyleye, kendi tercih ve seçimleri çerçevesinde sömürülüyorlar. Diğer bir deyimle, yeni sömürü teknolojisi altında "akıllılar", o kadar "akıllı olmayanları" sömürüyor. Bütün bunlar globalleşme ve refahın yayılması söylevi altında yürütülüyor. Bir taraftan da dünyada zengin daha zengin, fakir daha fakir oluyor. Ve, pek çok yerde sefalet devam ediyor.

### C. Milli Ekonomi<sup>35</sup>

Propagandanın çok yoğun, o kadar da etkili olduğu bir dönemde yaşıyoruz. "Küreselleşme", "liberalleşme", "özelleştirme" gibi sözler öyle bir eda ile söyleniyor ki, ben aynı görüşü paylaşmıyorum demek cesaret istiyor. Örnek vermek gerekirse, bir dostunuz "Şu enerji santrallerini bir özelleştirebilsek, devletin borç yükü azalır!" diyor, siz "Ama o santraller devlete oluk oluk para kazanıyor, özelleştirirsek bir defaya mahsus devletin eline para geçecek ama ilerideki yıllarda devlet bu gelirlerinden mahrum kalacak." diyemiyorsunuz. Biraz daha da cesaretlenip, "Enerji santrallerimizin ülkemiz için stratejik önemi var, yabancı şir-

<sup>35</sup> Özer ERTUNA, Radikal Gazetesi, 1 Mayıs 2000.



ketlerin eline geçmesi ulusal çıkarlarımızı zedeleyebilir." demek dilinizin ucuna gelse bile ağzınızdan çıkamıyor. Çünkü dünya çapındaki yoğun propaganda, bırakın konuşmanızı, düşünmenizi dahi ambargo altına almış vaziyette. Propaganda o kadar etkili ki, özelleştirmenin yararları, kapitalizmin fazileti, stratejik alanlarda dahi olsa yabancı sermayenin masumiyeti konularında en ufak bir endişe cehalet belirtisi olarak kabul ediliyor. "Dünya artık küçük bir köy oldu." ya da artık hudutlar anlamını yitirdi" gibi sloganlar "ulusal egemenlik", "ulusal ekonomi" gibi ideallerin yerini alıyor.

Evet, yeni dünya düzeninde, mal ve hizmet ticaretinde hudutlar kalkıyor. Dünya Ticaret Örgütüne üye 120'yi aşkın ülke kendilerini buna taahhüt etti. Dünyada çok önemli bir güç haline gelmekte olan Çin de Dünya Ticaret Örgütü'ne üye olabilmenin çabası içinde. Fakat, ticaretin liberalleşmesi gelişmiş ülkelerin çıkarları için yeterli değil. Bu nedenle, marka, tasarım, telif hakları, patent hakları gibi haklar tüm dünyada tam bir koruma altına alınıyor. Gelişmiş ülkeler ve bu ülkelerin 200 dolaylarındaki çokuluslu şirketi dünyadaki kayıtlı lisans ve patentin yüzde 95'ine sahip. Bir taraftan liberalleşme, öbür taraftan marka ve patentlerin korunması, zengin ülkelerin ve bu ülkelerin uluslararası şirketlerinin mallarını diledikleri ülkelerde üretmek diledikleri ülkelerde satabilmelerine imkan tanıyor. Yani, zenginler üretimden aslan payını alabiliyorlar.

Ancak bu düzenin daha da pekişmesi için sermayenin serbest dolaşımı gerekiyor. Dünya Ticaret Örgütü'nün kurulmasından bu yana, sermayenin uluslar arasında serbestçe dolaşımı önündeki tüm engellerin kaldırılması için yoğun çaba harcıyor. Sermayenin serbest dolaşımının fakir ülkelere iş ve aş götüreceği anlatılıyor. Böylece, zengin ülkelerin, ucuz işgücünden daha iyi yararlanabilmelerine imkan hazırlanıyor.

Evet, malların serbest dolaşımı, sermayenin serbest dolaşımı göklere çıkartılıyor. Fakat, işçinin serbest dolaşımından hiç söz edilmiyor. Hatta, işçinin serbest dolaşımını ima edecek herhangi bir söz dahi kalkınmış ülkeleri tedirgin etmeye yetiyor.

Esasında işçinin serbest dolaşımı konusunda gelişmiş ülkelerin tutumunu anlamak güç değil. Böyle bir durum, bir yandan zengin ülkelerde işsizliği arttırırken bir yandan da işçilik maliyetlerini arttıracak. Zengin ülkelerin çıkarları açısından işçilerin kendi ülkelerinde, kendi hudutları içinde düşük ücretlerle çalıştırılmaları gerekiyor.

Bu nedenle, bütün beklentilerin tersine ve bütün propagandalara rağmen ulusal hudutlar yeni oluşan dünya düzeninin vazgeçilmez parçalarıdır. Zengin ülkelerin refah düzeylerini koruyabilmeleri üretimden daha fazla pay alabilmelerine, üretimden daha fazla pay alabilmeleri ise işçi ücretlerinin düşük düzeylerde kalmasına bağlıdır. Bu da yalnızca işgücünün ulusal hudutlar içinde tutulabilmesine bağlıdır. Ve de yeni düzen böyle olacaktır.



Bugün hudutların anlamını yitirdiği propagandasını yapan ve bu konuda telkinlerde bulunan gelişmiş ülkeler arasında kendi çıkarlarını korumaktadır. Türkiye gibi kalkınmakta olan ülkelerin de öğrenmeleri gereken, sloganlarda dile getirilenler değil, kalkınmakta olan ülkelerin yaptıklarıdır. Türkiye bütün bu liberalleşme ve globalleşme akımları içinde kendi çıkarlarını korumayı bilmeli ve yeni oluşan düzenin fırsatlarından yararlanma yollarını bulmalıdır. Türkiye yeni oluşan dünya düzeninin ucuz işgücü havuzu olmak yerine yeni oluşan düzenin tüm imkanlarından en iyi şekilde yararlanan ülke olmalıdır. Bunun da tek yolu ulusal ekonomik çıkarlarını her şeyin üzerinde tutmasıdır.

#### **D. Dünya yavaş yavaş uyanıyor<sup>36</sup>**

Son 20 yılda dünya çok kazandı, çok da kaybetti. 1980'lerden bu yana dünya piyasa ekonomilerine yöneliyor, özelleştirme uygulamaları taraftar topluyordu. 1990 yılında iki Almanya birleşti. 1991 yılı sonunda merkezden bürokratik tercihler göre yönetilen Sovyet Sosyalist Cumhuriyetler Birliği dağıldı. İki kutuplu dünya, tek odaklı hale dönüşüyordu. Bütün bu gelişmeler olağanüstü gelişmelerdi. Kimse bu derece hızlı bir dönüşüm beklemiyordu. Kimse bu hızlı gelişmelerin büyüme kapılmaktan kendini kurtaramadı. Ve galip ilan edildi. Muzaffer ve galip kapitalizmdi. Zaferi kazanan, piyasa ekonomisine dayalı kapitalist sistemdi. İşte burada büyük bir hata yapıldı. Çünkü o anda ortada bir "mağlup" vardı ama galip yoktu.

Esasında gelişmeler hakikaten çok, ama çok önemliydi. Çok güçlü olduğu imajını veren bir sistem aniden çökmüştü. Bu çöküşün nedenleri araştırılmalıydı. Daha da önemlisi, ufak bir ihtimal de olsa, bir gün, aynı akibetin kapitalist sistemin de başına gelebileceği de düşünülmeliydi. Kapitalist sistemin eksikleri ve fazlaları tartılıp, eksikler onararak kapitalist sistemin güçlendirilmesinin yolları aranmalıydı. Çünkü, teknoloji çok hızlı değişiyor, insanların özelemleri hızla yükseltilere tırmanıyordu. Kapitalizmin elbette çok önemli eksiklikleri vardı. Kapitalizm altında fakirler fakirleşiyor, zenginler zenginleşiyordu. Kapitalizm üretim konusundaki başarısına rağmen paylaşım konusunu çözemiyordu. Ama olan oldu. Hızlı gelişmelerin sarhoşluğuyla, sorgusuz, sualsiz "kapitalizmin galibiyeti" ilan edildi.

Bundan sonraki gelişmeler daha da çarpık gelişti. Piyasa mekanizmasının, çıkar peşinde koşmanın, mal, hizmet ve sermayenin ülkelerarası serbest dolaşımının, özelleştirmenin sorgulanması sapıklık ve cehalet kabul edildi. Tabii, bu durum, hakimiyet alanlarını geliştirme çabasındaki ülkelerin işine yaradı. Bu ülkeler büyük bir maharetle, teknolojik devrimlerin gerçekleştiği iletişim alanlarında haki-

<sup>36</sup> Özer ERTUNA, Radikal Gazetesi, 23 Ocak 2001.

miyet kurmanın yöntemlerini geliştirdi. Çünkü yeni dünya düzeninde sömürü ordularla değil, iletişim ağlarına sahip olmakla sürdürülebilirdi. Ayrıca, iletişim ağlarına sahip olmak, beyin yıkamaya ve diğer stratejik alanları ele geçirmeye da yarıyordu. Evet olan oldu, globalleşme ve özelleştirme hakimiyet alanları kurmanın en etkin yöntemi olarak saptandı. Bu yöntemler çok etkindi. Çünkü muhataplarınızı bu yöntemler konusunda ikna etmek de güç olmayacaktı. Çünkü bu yöntemler galibiyeti kanıtlanmış ve ilan edilmiş "piyasa ekonomisine dayalı kapitalizm" in bir gereği idi.

Evet dünya yavaş yavaş uyanıyor. Çünkü, şimdiden bazı uygulamaların sonuçları elde edilmeye ve elde edilen sonuçlar da tepkileri arttırmaya başladı. Globalleşme hem ülkeler arasında, hem de aynı ülke içinde fakir ve zengin arasındaki uçurumu arttırıyordu. Kısa vadeli sermayenin ülkeleri hızla terk etmesi çok ciddi ekonomik krizlere neden oluyordu. Uluslararası İstihdam ve işten çıkarmalar gerçek bir sorun haline dönüşüyordu. Yıllardır bir başarı destanına dönüştürülen özelleştirme uygulamaları fiyaskoyla sonuçlanmaya başlıyordu.

Özelleştirme konusunda son çarpıcı örnekler İngiltere'den ve ABD'den geldi. Özelleştirme sonucu demiryollarına yatırımlar çok ciddi boyutlarda ihmal edilmiş, sistem çökme noktasına gelmişti. 1988 yılında, ABD'de Kalifornia eyaletinde daha ucuz ve "temiz enerji" sloganıyla elektrik üretimi özelleştirilmişti. Şimdi Kalifornia'da ciddi enerji kısıtlaması uygulanmakta. Arz kısılları fiyatları arttırıyor. Kalifornia, kamunun elektrik üretmesi gerektiğini savunuyor.

Evet dünya yavaş yavaş uyanıyor. Ama, Türkiye'nin çok daha çabuk uyanması gerekiyor. Çünkü Türkiye bugün telekomünikasyon, enerji santralleri, bor madenleri gibi çok stratejik özelleştirmeleri yapma aşamasında. Yaratılan suni bir kriz ile Türkiye'den bu tür özelleştirmeler için taviz koparılmış bulunuyor.

Türkiye'nin bir değil, iki değil, üç defa düşünmesi lazım. Bu stratejik alanlarda yapılan hataların maliyeti sanıldığından çok, ama çok büyük.

### **E. Fason Üretim: Tehdit Fırsata Dönüşebilir mi?<sup>37</sup>**

Yeni oluşan dünya düzeninin kuralları bir taraftan tehdit bir taraftan da fırsatlar yaratıyor. Başarı ise tehditleri fırsata çevirmekte... Bu alanlardan biri de fason üretim. Fason üretim kalkınmakta olan ülkelere iş imkanı sağlıyor. Ama, temel kıstas düşük ücret olduğunda, fason siparişler daha ucuz işçiliğin bulunduğu yerlere kaçabiliyor.

Yukarıdaki sorumuzun cevabını aramak için önce yeni dünya düzeninin, üreticilerin önüne koyduğu "oyunun kurallarına" bir bakalım. Şöyle özetleyebiliriz:

---

<sup>37</sup> Özer ERTUNA, KOBİ Girişim, Temmuz 2005.

\* Ticaretin liberalleşmesi sonucunda, mal ve hizmetler dünya üzerinde serbestçe, hiç bir engel olmadan dolaşabiliyor.

\* İşçinin serbest dolaşımı söz konusu bile yapılmıyor.

\* Yabancı sermayenin, özellikle de doğrudan yatırımların teşvikiyle, üretim ve dağıtım şirketleri uluslararası ortaklıklar kurabiliyor.

\* Marka, tasarım gibi "zihin ürünleri" üzerindeki mülkiyet hakları tam bir koruma altına alınarak marka ve tasarıma dayalı teknelci kazançların önü açılıyor.

Bu kurallar sonucunda sergilenen "oyun" ise şu:

Marka ve tasarım, yani malların kimlikleri üzerinde üstünlük yaratabilenler, hammaddelerini en ucuza olan yerlerden alıp, mallarını nerede ucuza fason üretebiliyorsa oralarda ürettirip, bu mallara kendi mülkiyetlerindeki kimlikleri de ekleyerek, nerede en uygun fiyata satabiliyorlarsa orada satabiliyorlar. Bu "oyun" da rol alan fason üreticiler, ucuz üretebilmek için yoğun bir rekabetle karşı karşıya iken, verimlilik ve ücretler konularında rekabet üstünlüğü yaratmaya çalışırken, üretimi yaptıran, genellikle zengin ülkelerin marka ve tasarım sahipleri marka ve tasarımlarının teknelci kazançlarını topluyorlar.

Bir örnek sunalım. Dünya spor ayakkabı piyasasında yüzde 45 piyasa payına sahip bir marka, malını, 46 ülkede bulunan 565 fabrikada, 20 dolar maliyetle üretilip, uygun pazarlarda 35 dolar 50 sente toptan fiyatla, ve 70 dolar perakende fiyatla satabiliyor. Pastanın paylaşımı da şöyle:

\* Fason üreticinin kârı: 1 dolar 75 sent.

\* Marka sahibi şirketin kârı: 6 dolar 25 sent.

\* Pazarlama şirketinin kârı: 9 dolar.

Gördüğümüz gibi, tüketicinin ödediği 70 dolardan yaratılan pastadan fason üreticinin aldığı pay sadece 1 dolar 75 sent. Fason üretim işçiliğinin de sadece 2 dolar 75 sent kazandığını da belirtelim. Tehdidi de işte bu 2 dolar 75 sent olan işçilik giderleri oluşturuyor. Rekabet ortamında fason üreticinin bu paylaşmadan pay alabilmesi için bu maliyeti düşürebilmesi gerekiyor. Başka bir ülkede üretim daha ucuza yapılabiliyorsa, üretim o ülkeye kayıyor. İşçi işsiz, üretici müşterisiz kalıyor.

Bugünkü dünya düzenindeki bu oyun kuralları çerçevesinde tehdidi fırsata çevirebilir miyiz? Hepimizin düşünmemiz gereken, ama muhakkak cevap bulmamız gereken soru bu. Cevap, birinci aşamada, tasarım geliştirmek, geliştirilen tasarımlarla üretimimize "vazgeçilmez" kimliği kazandırmak; ikinci aşamada ise, mal veya kurum olarak marka olabilmek. Ama esas soru da burada yatıyor. Nasıl tasarım geliştirebiliriz, nasıl marka olabiliriz? Yeni dünya düzeninde başarımızın anahtarı da bu olacak.

## F. Mal ve Hizmet Kimliği<sup>38</sup>

Önceki yazımda, yeni dünya düzeninde fason üretim yaparak başarılı olmanın ödülünü düşük ücretle iş bulabilmek, mala kimlik kazandırarak marka olmanın ödülünü ise refah düzeyini yükseltmek olarak açıklamıştım. Yazımı "nasıl marka olabiliriz?" sorusuyla bitirmiştım. Yeni dünya düzeninde başarımızın anahtarı bu soruya cevap bulabilmemiz. Bugün cevap arama çabalarına ben de katılmak istiyorum.

Arayışımıza, insanların niçin mal ve hizmet satın aldığını anlamaya çalışmakla başlayacağız. İlk bakışta bunun cevabı çok kolay görünüyor. İnsanlar ihtiyaçlarını gidermek için mal ve hizmet alırlar. O zaman insanların ihtiyaçları nelerdir? sorusuna cevap bulmamız gerekiyor. İşte bu çok zor, zengin bir soru. İnsanların zaruri ihtiyaçları var. Bunlar karın doyurmak, soğuktan, sıcaktan ve her türlü tehlikeden korunmak gibi ihtiyaçlar. Ama bu ihtiyaçlar karşılanır karşılanmaz insanların başka ihtiyaçları ortaya çıkıyor. İşte bu ihtiyaçların temelinde insanın kendisine bir kimlik yaratması geliyor. İnsanlar için bir kimlik sahibi olmak çok önemli. İnsanlar kendi kimliklerini oluşturmada tükettikleri mal ve hizmetlerin kimliklerinden yararlanmak istiyor. Tükettikleri mal ve hizmetler bir taraftan kendi oluşturmaya çalıştıkları kimlikleri beslerken, bir taraftan da başkalarına kimliği tanıtmaya yarıyor. Markalar ise tüketilen mal ve hizmetlerin kimliklerini açık ve net olarak ortaya koymaya çalışıyor. İşte marka yaratabilmek demek, mal ve hizmete kimlik kazandırabilmek demek. Yaratılan kimliklerin ise, müşterilerin kendi özlem duydukları kimlikleri beslemesi ve o kimlikleri başkalarına anlatabilmesi gerekiyor. Geçen yazımda söz ettiğim spor ayakkabı üreticisi, markasını dünyanın en iyi basketbol oyuncularından biriyle özleştirebildiği için ve pek çok insan bu özdeşleşmeyi arzu ettiği için fason üreticinin elde ettiği kârın an azından on-on beş mislisini kazanabiliyor.

Yeni dünya düzeninde ABD'nin ve Avrupa'nın, daha doğrusu "Batının" en kuvvetli silahı, insanların kimliklerini etkileyebilmeleri ve bu etkileme sonucu markalı mallarına talep yaratabilmeleri. İlginçtir; Çin Dünya Ticaret Örgütüne üye olmak için başvurduğunda, ABD çekincesini kaldırmasını iki şarta bağlamıştı. Bu şartlardan biri, Çin'in Hollywood filmlerine kota uygulamaması şartıydı. ABD pek çok ülkede, bu filmler sayesinde kişilerin kimlik özelemlerini etkiliyor ve kendi mallarına talep yaratıyordu. Kimlik arayışı içinde insanları en iyi etkileme araçları medyaya hakim olmak. İletişim teknolojisindeki gelişmeler de çok zengin imkanlar yarattı. Batı her kanalı kullanarak, Batının, Batı mallarının ve Batı modasının üstün olduğuna insanları ikna etmeyi başarmış bulunuyor.

---

<sup>38</sup> Özer ERTUNA, KOBİ Girişim, Ağustos 2005.

Mallara kimlik kazandırmada ülke kimliği, sektör kimliği, şirket kimliği ve marka çok önemli. Bir zamanlar Japon malları taklitten ve kopyadan öteye gitmezdi. Halk arasında "Japon malı, tapon malı" gibi, söylemler dahi vardı. Bugün japon malı bir kalite simgesi haline geldi. Bu bilinçli bir uğraşı ile devlet, keiretsular ve şirketlerin işbirliği ile başarıldı. Tabii bu başarının altında Japon kültürünün güçlü yönlerinden yararlanma yatıyordu. Benzer bir mucize Türkiye'de takı sektöründe yaşandı. Anadolu'nun zengin kültür mirasından da yararlanan takı sektörü takı tasarımı ve kalitede dünya önderlerinden biri haline geldi.

Türkiye dünya üzerinde ülke kimliği, sektör kimliği ve mal ve hizmet kimliği yaratma potansiyeli en yüksek olan ülkelerden biri. Türkiye bir kültürler ve inançlar mozaigi. Globalleşen dünyada, Türkiye doğu, batı, güney ve kuzey eksenleri üzerinde çok cazip, insanların özlem duyacağı kimlikler ve çok cazip kimliklere sahip mal ve hizmetler üretebilecek bir ülke. Türkiye doğu, batı, güney ve kuzey eksenleri üzerinde marka olabilecek, marka yaratabilecek bir ülke. Bana öyle geliyor ki, Türkiye bugüne kadar bu potansiyelini yeterince değerlendiremedi. Pek çok münferit başarılar var. Birkaç uluslararası markamız da var. Ama bugünkü aşamada, pek çok dalda kültürümüzün yarattığı potansiyeli marka ve kimliğe dönüştüremedik. Henüz "Türk malı" zengin kültüründen kaynaklanan başarıyı elde edemedi. Henüz, Türk halkının dahi gözünde "Türk malı" bir kalite ve kültürel zenginlik simgesi haline gelemedi. Ama, potansiyel olduğu gibi önümüzde, Japonya'da olduğu gibi, devlet, sivil toplum örgütleri, sanayici dernekleri ve şirketler el ele vererek "Türk malını" bir marka haline getirmeyi, Türk malı kullanmayı bir gurur haline çevirmeyi başarabilirler.

