

SINIRLARI YIKMAK

SINIRLARI YIKMAK

20. yy'ın en büyük buluşlarından biri, belki de en büyüğü quantum teorisidir. Quantum teorisinden doğan yarı iletken ve mikroçip sayesinde dünya bugünkü durumuna kavuşmuştur. Ancak teorinin ortaya konmasıyla mikroçipin kullanılması arasında nice on yıllar ziyan olup gitmiştir. Zira kaynakların başındakiler, hatta bilim adamları bu kavramı algılayamıyorlar, quantum teorisinde mekanik fonksiyonlar arıyorlardı. Kısacası olaya analitik çerçeveden, Newton'un tanımladığı evrenden bakıyorlardı. Birkaç teorisyen ve risk sermayedarı konvansiyel aklın dışına çıkıp çabalarını sürdürmeselerdi, minibilgisayar hala bilim kurgu romanlarında kalacaktı.

Bugün devletin ve iş dünyasının global ekonomiye tepkileri de aynı yanlıgı içindedirler. Düzenin temsilcileri her türlü uluslar arası ekonomik olguya geleneksel ticaret ekonomisinin bakış açısıyla yaklaşmaktadırlar.

Amerika'nın dünya ekonomisindeki konumunun gerilemesi global ekonomi yüzünden değil, global ekonomiye rağmen olmuştur. Amerikan ekonomisi ve teşebbüsünün global ekonomide yaşadığı sorunlar, bu yeni ekonomiye adapte olamamaktan kaynaklanmaktadır. Onların bakış açısı, dünyayı yuvarlak değil yassı görmeye benzer.

Yassı dünyayı geride bırakmanın en büyük güçlüğü, değişimi anlamaktır, zira yeni ekonomiyi açıklayan hazır bir çerçeve olmadığı gibi, eski dünyanın yerini alacak basit bir paradigma (bakış açısı, yaklaşım, harita, şablon) da yoktur. Yeni ekonominin önde gelen uzmanları, hikayedeki feli tarif eden körler gibidir. Her biri yeni ekonomiyi kendi uzmanlık alanına göre enformasyon, yönetim, personel, nakliye, organizasyon, teknoloji, iletişim, hukuksal yapı veya otomasyon olarak tanımlar. Bu perspektiflerin tümü doğru olduğu halde tek başlarına ele alındığında korkunç yanılıgıya götürürler. Global ekonomiye uyum sağlamak için yalnızca nakliye, iletişim veya organizasyon yapılarını değiştirmeye kalkan nice firma yüz milyonlarca doları çöpe attıktan sonra hatalarını fark etmişlerdir.

Yeni ekonominin tek paradigması, paradigmasının olmayışdır. Bir formüle indirgenemeyecek kadar dinamik ve çok boyutludur. İş idaresi okullarında okutulan tek bir disipline veya birçok yöneticinin tiryakisi olduğu "bir günde öğren" seminerlerine damıtılamaz.

Buna rağmen global devrimin özü, bir alışveriş merkezinde iki gözü açık olarak yürüyen herkesin görebileceği basit bir gerçektir. Eski ekonomiye hükmeden üretim diktasının yerini tüketim diktası almıştır. Global ekonomiyi yaratan tüketimdir; her kıtada daha iyi malı bulmak için durmaksızın arayışı sürdüren tüketicidir; ellerinde harcanacak parası olan, tüm gezegene dağılmış milyarlarca bireyin yürüttüğü global plebisittir.

Tünelin ucundaki ışık gibi, bakışımızı tüketicinin bu talebine yönlendirmek zorundayız. Zira her şeyi açıklayan budur. En temel özelliği, katılımcılarının mal veya hizmet satın alırken "bayrağa" değil "değerine" bakmasıdır. Bu yüzden, birçok sektörde yeni kurulan firmalar yaşamak istiyorlarsa global doğmak zorundadırlar.

Yeni talep yasalara ve yönetmeliklere de farklı özellik getirmiştir. Dünya çapında innovasyon akışını kontrol eden güç hükümetlerin uyguladığı teşvikler ve denetimler değil, tüketimdir. Eski ekonomide kuruluşlar kendi paylarına düşen yönetmeliklere katlanmak zorundaydılar; maliyetini de üretim giderlerine ekliyorlardı. Bugün işlerine gelirse uygularlar, gelmezse uygulamayabilirler.

Yassı dünya düşünürleri, global ekonomiyi geleneksel ticaret ekonomisi ile bir tutarlar ve dünya ticaret hacmi olarak 4 trilyon dolardan övünerek söz ederler. Bu rakam, her yıl sınırlardan geçen malların tutarıdır. Oysa hiçbir malla ilgisi olmadan, global talebi temsil eden bankalar ve finans kurumları vasıtasıyla sınırları geçen tutar 80 trilyon dolardır. Bu da göstermektedir ki mal ticareti uluslar arası ekonominin itici gücü olmaktan kesinlikle çıkmıştır.

Geleneksel ticaret anlayışı her zaman üretimi ön planda tutmuş, bir ulusun uluslar arası ekonomide yerini belirlerken ulusal üretimin değerini kriter olarak almıştır. Bugün yazılım, finansal data, ilaç formülleri, pazarlama hizmetleri, klinik araştırma raporları, know – how, reklam metni, sigorta, temettü, lisans, bono, bordro, vadeli işlem sözleşmeleri, bilgisayar bellek tasarımları ve daha binlerce proses, hizmet ve katma değerli metalar sınırlar arasında hareket eden en önemli elemanlar olmuşlardır. Eski ekonomide bunlara, mal dolaşımını izleyen “görünmezler” adı veriliyordu ve gerçek iş hacminin yanında dip not gibiydi. Günümüzdeki 4 trilyon dolar mal ticaretine karşın 80 trilyonluk “görünmez” dolaşımı, rekabet avantajının dünyanın hiçbir yerinde sabit kalmadığını, nereyi, ne kadar süreyle mesken tutacağını ancak kendisine gösterilen özenin belirlediğini kanıtlar.

Global talebi ve bu talebin coğrafya ile ilgisi kalmadığını anlamak bir ulusun ekonomik galibiyeti için temel şarttır. Fakat bu temelin üstüne inşa etmek şu iki kavramda yeni bir perspektif gerektirir: **Likidite ve çeşitlilik**. Global talep, gücünün büyük bir kısmını insanların, paranın ve fikirlerin çok daha özgürce ve hızlı hareket edebilmesinden almaktadır. Bu da “**likidite**” terimi ile ifade edilir. Likidite sayesinde ekonomik kalkınmanın elemanları eski ekonomide görülmemiş bir hızda ve biçimde biraraya gelirler. Sanayi devriminin başlamasından sonra İngiltere’nin kişi başı milli gelirini iki katına çıkarması 60 yıl aldığı halde, aynı süreç bugün Çin’de 10 yıldan az bir zamanda gerçekleştirilmiştir.

Ancak bu sürecin en önemli boyutu hız değildir. Yeni sınır ötesi hareketler “**çeşitlilik-diversity**” terimine de özel anlam yüklenmiştir. Likidite, yeni ve farklıyı teşhis etmeyi ve onlardan maksimum değer elde etmeyi mümkün kılmıştır. Bu ortamda başarılı şirketler kültür farklılıklarını kendi avantajlarına kullanmayı becerecekler ve ekonomik açıdan coğrafyanın yerini çeşitliliğin aldığını bileceklerdir.

Şirketler arasındaki ilişkiler teke tek olmaktan çıkıp “birbirine bağımlı rekabet” sürecine dönmüştür. Bu ortamda şirketler rakipleriyle know- how, sermaye, üretim ve pazarlama ilişkileri içine girmektedirler. Çeşitlilik - diğer firmaların innovasyonları – ve likidite – yeni pazarlara girme – stratejilerinden yararlanmayan , kendi başına ilerlemeye çalışan şirketler tökezleyip yok olurken, bunları uygulayan yepyeni şirketler büyük atılım yapmıştır.

Amerika'nın rekabet gücünü arttırmaya çalışanlar genellikle "yassı dünya sendromundan" muzdariptirler. Ticareti kararnamelerle yürütmek, yeni kotalarla ve sınırlamalarla korumacılığı yaygınlaştırmak, yeni ekonomide önemini yitirmiş alanlara kaynak aktarmak gibi yollara başvururlar. Amerika'nın sanayi politikası imalatın yoğunlaştırılmasına, teknolojinin korunmasına, mallara ve sabit değerlere, sermayenin denetimine ve sanayide statükonun korunmasına indekslenmiştir. Geleneksel ticaretin bu faktörleri, global ekonominin güçleriyle savaş halindedir. Bu güçlerle savaşı ne denli kuvvetli olursa olsun hiçbir ülke kazanamaz.

Ekonomik açıdan önemli olan haritalar hangi ulusların hangi uluslara sattığını gösterenler değil, tüketicilerin ve fikirlerin yoğun olduğu yerleri gösterenlerdir. Yeni ekonomik proses, bu yoğunlaşmaları birleştirmekten ibarettir ve bu süreç her sektör için farklıdır. Yeni rekabet birimleri uluslar veya hükümetle değil sektörlerdir.

Komünist sistemin çökmesi bile yeni ekonomi dolayısıyla olmuştur. Adam Smith ve J.M. Keynes'in teorilerinin bile pabucunu dama atmıştır.

Global ekonomiye entegre olmakta en büyük engel, dünün problemleri için üretilmiş cevaplardır. Politika belirleyicilerin ve yöneticilerin global ekonomiyi coğrafi açı dışında başka bir açıdan algılaması çok zordur. Onlar için uluslar arası ticaret hep malları sınır ötesine iletmek konteynırları "bizim" değerlerle doldurup, karşılığında " onlardan" tahsilat yapmaktan ibaret olmuştur. Oysa ticaret, konteynırların deniz aşırı mekanik hareketinin çok daha ötesindedir. İthalat – İhracat, teknoloji, imalat, yatırım ve organizasyon konularında farklı bir bakış açısı getirir.

Kamu ve özel sektörde pek çok kişi ihracatı dış rekabet gücünün en önemli ölçütü olarak görür ve 50 yıldır Amerika'nın gayri safi milli hasılda ihracat payının artmayışını ekonominin kötü gidişine örnek gösterir. Bu bakış açısı, amerikan ekonomisinde en büyük paya sahip sınır ötesi yatırımları, teknoloji transferlerini ve görünmez katma değerli transferleri dikkate almaz. Üstelik bugün Amerikan firmaları doğrudan Amerika'dan yaptıkları ihracatın beş katını yurt dışındaki yatırımları vasıtasıyla satmaktadırlar. Bu dış yatırımlar Amerika'nın rekabet gücünü gösterir. Zaten bilgi ve sermayenin- ve bilgi ve sermayeyi idare edenlerin- bulunduğu yer, imalatın yapıldığı yerden çok daha önemlidir. Dış yatırımların Amerika'da işsizliğe yol açtığı söylenir. İhracatı arttırmak için doların değerinin düşürülmesi ve ihracat teşvikleri ancak düşük ücretli, düşük vasıflı işlerin sayısını arttırmaktadır.

Fark etmesi güç olan şey, ithalatın Amerikan girişimciliği için elzem olduğudur. İstihdam ve rekabet gücü için ithalat da en az ihracat kadar önemli olabilir. Amerikan üreticilerinin % 90'ı üretimlerinde ithal hammadde veya makina/parça kullanmaktadır. İthalat durduğu anda milyonlarca kişinin işsiz kalması bir yana, firmalar dış rekabet gücünü de kaybeder. Tıpkı Amerikan hammaddesi ve makina/parçası kullanan diğer ülkelerde olabileceği gibi. Bu yüzden nihai mamulün üretiminden ziyade, katma değerlerin sınır ötesi hareketleri istihdamda çok daha büyük rol oynar. Rekabet gücünü bir ülkede çalışabilecek iş sayısı değil – öyle olsaydı Çin bir numara olurdu- bu işlerin katma değeri belirler. Bütün ülkelerde yaratılan en önemli yeni istihdam, global ekonomi sayesinde doğmaktadır ki bunların çoğu direkt ihracatla da ilgili değildir.

Ticaret ekonomisinin devleri, muazzam üretim tesisleri kurup, rakiplerini sürümden kazanarak (economies of scale) ezerlerdi. Dış rekabet ise üretim, ambalaj ve sevkiyatın ne kadar başarılı yapıldığına bağlıydı. Uluslar arası üretim ucuz iş gücü aramaktan ibaretti.

Bu görüş, şu basit gerçeği dikkate almaz: Ücretlerdeki farklar aynı zamanda verimlilikteki farkları da yansıtır. Gerçek global firmalar düşük verimlilik değil yüksek verimlilik peşindedirler. Verimlilikte en büyük kazanç da fabrikaların işletme bölümü dışında elde edilmektedir. Bugün bazı imalat firmalarının fabrikası yoktur, bazıları da bir kıtadan diğerine taşınır durur, bazılarının fabrikaları her hafta başka mallar üretir, bazılarının ise üretim hattından ziyade AR – GE merkezi olarak çalışır.

Sipesiye ve teknoloji yoğun ürünlere talep arttıkça dev üretimler de verimliliğini yitirmektedirler. Otomotiv ve elektronik sektörlerinin acı şekilde ders aldığı gibi;birbirinin tıpkısı malların muazzam miktarda üretimi global talep görmemektedir. Anahtar kelimeler inovasyon, çeşitlilik ve likiditedir.

Global firmaların üretim yerlerini oradan oraya taşımalarının ücretlerin düşüklüğü ile pek ilgisi yoktur. Dünya ekonomisinde düşük ücretler ve doğal kaynakların varlığı egemen olsaydı İsrail, Japonya, Hollanda gibi ülkeler batardı. Fakat bu uluslar sermaye ve teknoloji gibi mobil ve görünmez kaynakların doğal kaynaklardan çok daha önemli olduğunu göstermişlerdir.

Yine eski bakış açısına göre dış ticaret yalnızca iki elemandan oluşur: içeri / dışarı, üretim/tüketim, yerli/yabancı, biz/onlar. Dış ticaret, coğrafi bilimler arasında rekabettir.Ülkeye en az giren kadar çıkan olmalıdır. Ekonomik politikaları ürünün ülke menşesine göre belirlenir.

Bugün İngiliz, Singapur veya İtalyan malı olduğu belirtilen ürünlerde menşe ülkenin yerli içerik oranı %15-20 kadar düşük olabilir. Geriye kalan % 80-85'i teknoloji, komponent, hammadde, pazarlama, ambalaj ve sermaye şeklinde değerler olarak 5 ayrı ülkeden gelebilir.

Eski bakış açısı ulusların şirketler gibi rekabet ettikleri ve rekabet gücünün "ulusal" sektörleri korumakla kazanıldığı kavramlarına dayanır. Bugün ise ulusal rekabet gücü ve ulusal sanayi kavramları politik söylemden başka bir şey değildir. 15 yıl önce bir otomobil Detroit'den geliyorsa Amerikan malı olduğu bilinirdi. Bugün GM, Chrysler veya Ford otomobilin, Honda, Toyota veya Nissan kadar, hatta daha fazla yabancı içeriği olabilir. Artık tek bir otomotiv sektörü vardır – her kıtada ayrı sektörler değil- ve bu global sektörler coğrafi bölgelere yalnızca tarihi köklerle bağlıdır. Son 5 yılda Amerikan otomotiv sektörünün yeniden canlanması Avrupa ve Japonya'da geliştirilen ürünler sayesinde gerçekleştirilmiştir. Rekabet gücünü Amerika'nın Japonya veya Avrupa karşısındaki durumuna bağlayarak muazzam enerji ve kaynak israf edilmiştir.Oysa asıl mesele GM'in Nissan'la IBM'in Toshiba ve Motorola'nın Philips ile ve AT&T'nin Alcatel ile nasıl rekabet ettiği.

Yassı dünya felsefesinin gözde bir savı, global ekonominin yurt dışında olduğu, dolayısıyla yurt dışına açılmak istemeyenlerin global ekonomiden etkilenmeyeceğidir.

Takım tezgahları, çelik, elektronik ve diğer pek çok Amerikan şirketi kendi yurt içi işlerinde global rekabetin etkisini umursamamak yüzünden piyasadan silinip gitmişlerdir. İstatistikler göstermiştir ki, dışa açılmayan firmaların satışları yurt dışında faaliyette bulunanların ancak yarısı kadar artmıştır. Demek ki global ekonomiden saklanacak yer yoktur.

Şimdiye kadar başarılı olmak için büyük firma olmak gerekirken, artık seri üretim ve seri pazarlama üzerine inşa edilmiş imparatorluklar, yeni ekonominin gerçeklerine daha kolay adapte olabilen ve global sermaye piyasaları sayesinde büyük rakipleri kadar kolay para toplayabilen küçük şirketlerin rekabetinden darbe yemekteler. Ana soru şu olmuştur: "Büyükliğe rağmen nasıl başarılı olunur?" Dünya çapında niche (özel ve küçük) piyasalarının liderleri KOBİ'lerdir.

Bir ürünün veya hizmetin en düşük maliyetle üretilmesi verimliliği doğurmakta, firmalar da üretimlerini bu verimliliği elde edecek şekilde oradan oraya taşımaktadırlar. Bilgisayar komponentleri ve yan birimlerinin üretim tesisleri son 12 yılda Amerika'dan Japonya ve Singapur'a, oradan Tayvan, Malezya ve Hindistan'a kaymıştır. Bu kayma, söz konusu Asya ülkelerinin imalat ve montajda avantaj yakaladığını ve bu avantajın hem kendi vatandaşlarına hem de firmalara kazanç sağladığını gösterir.

Amerika'nın tüm ithalatının üçte biri Washington'un gözetimi altında yapılır. Jamaica'nın yılda 4.000 tondan fazla dondurma göndermemesini sağlamak, Mauritius'tan gelen gömleklerdeki düğmeleri saymak, gelen ciğerlerin kaz ciğeri mi, ördek ciğeri mi olduğunu anlamak ve uzaydan dönen nesnelere için yeni kurallar yazmak (bu nesnelere ancak ilk başta Amerika'dan ve Amerikan Vatandaşları tarafından uzaya fırlatıldıysa ancak gümrükten muaf tutuluyor) üzere muazzam sayıda devlet memuru görev yapmaktadır.

Tekstil ve giyim sektörleri için çıkarılan bir dizi korumacı önlem, garantili piyasa payı ve yüksek fiyat sağladığından çok sayıda Asyalı girişimci milyoner olmuştur.

Washington'dakilerin iddia ettiği gibi korumacılık ulusal ekonomik güvenlik içinse, öyleyse ticaretimizin en tehlikeli elemanları çoraplar, gömlekler ve yorganlardır. İlk kez 1971'de, yeni gelişen bir sektöre yardımcı olmak için tekstil ithalatına "geçici" olarak konulan önlemlerden sonra Washington tüm dünyada tekstil ve giyim ticaretinin denetimini eline almıştır. Washington önderliğinde sanayi ülkelerinin oluşturduğu ve 1993'te 12 yıl daha uzatılan MFA (Multi-Fiber Arrangement) anlaşması ile düzinelerce ülkenin 3.000 kategoride sınıflandırılan tekstil ve konfeksiyon ürünleri denetim altında tutulur. Örneğin bir ülkenin ihracatı Amerika'nın üretiminin %1'ni aşarsa hemen kota konur.

Yoksul aileler gelirlerinin daha büyük bir kısmını giyime harcamak zorunda olduklarından ve en yüksek gümrük ucuz sentetik giysilerde olduğundan, korumacılık önlemleri en fazla yoksul halka zarar verir. Tekstil ve konfeksiyondaki korumacılık önlemleri yüzünden Amerikan tüketicisinin her yıl cebinden 24 – 40 milyar dolar fazla para çıkmaktadır. Bu da her aileye 500 dolar düşüyor demektir.

Bunu ödemenin karşılığında Amerikalılar ne elde ediyor? Ülkedeki en düşük ücretli en vasıfsız imalat istihdamının korunmasını. Tekstil ve konfeksiyon işçileri imalat sektörü ortalamasının çok altında ücret alırlar ve korunan her iş Amerikan ekonomisine 700.000 \$'a mal olur.

Amerika'nın anti dumping yasaları Ticaret Bakanlığı'na yabancı ihracatçı firmanın bütün üretim giderlerini, satış giderlerini, üçüncü ülkelere satış fiyatlarını, idari giderleri, kar hadlerini, hatta iç organizasyonunu didik didik etme yetkisini verir. Bu işlemlerin karmaşıklığı avukat, ekonomist, muhasebeciler ordusundan oluşan yeni bir sektör yaratmıştır. Bu yasa iki tür ürüne en fazla zarar verir : Global rekabetin düşük üretkenlikli ülkelere bıraktığı vasıfsız ürünler ve uluslar arası katma değer ağında dolaşım yapan komponentler.

Washington eski Sovyetler Birliği'nin serbest piyasa ekonomisi kurmasına yardımcı olduğunu bütün dünyaya duyurmuş, fakat Sovyetler Birliği'nin en büyük ekonomik kurtuluş umudu alüminyuma kota koyduğunu gizlemiştir.

Deneyimler göstermiştir ki, sosyal yardıma en fazla kaynak ayıran iktidarlar korumacılığa en eğilimli iktidarlardır. Böylece işsizliği önlediklerini iddia ederler. Oysa üreticiyi korumakla işi korumak arasındaki ayırımı iyi görmek gerekir. Bugünün ekonomisinde iş değiştirmek canlılık belirtisidir. İstihdam genelde değer yüksek olduğu yere kayar. Hükümetin korumak istediği üretici de fabrikalarda veya tarlalarda çalışan işçiler değil, o fabrika ve tarlaların sahipleridir. Forbes dergisinin tahminine göre Amerikalı tüketiciler şekere konan koruma yüzünden Florida'daki bir ailenin servetine yılda 52 m \$ katkıda bulunmaktadır. Oysa global talep öyle organize olmuştur ki hükümetler karışmadığı takdirde herkes her şeyi ucuz fiyatla bulabilir. Gümrük vergilerinin arkasına saklanan hükümetler en kötü ekonomik politikalarını uygularlar.

Korumacılık engellerinin ekonomiye olan etkisi steroidlerin sporculara olan etkisine benzer: kısa vadede iyileşme, uzun vadede felaket. Sınai ve ticari faaliyetlere hükümetlerin karışması zayıflamaya yol açar. Global ekonomide başarılı olabilecek sektörler yerine verimsiz sektörler yatırım destekler. Rekabet gücünden yoksunluğun temel sebeplerini dikkate almaz. Statükoyu kurumlaştırır. Oysa global ekonomide statükoyu korumaya yönelik politikalar uzun dönemde hem özel teşebbüse hem de devlete zarar verir.

Yassı dünyada yaşıyor bile olsa herkesin kabul ettiği bir gerçek vardır: Rekabetin en büyük gücü innovasyondur. Rakiplerini alt etmenin tek yolu onlardan önce ve fazla innovasyon yapmaktır. Ancak yeni ekonomi innovasyon sürecini de değişime uğratmıştır.

10 yıl öncesine kadar yeni teknolojinin bir sektöre nüfuz etmesi bir kuşak sürdüğünden, adaptasyona uzun vade kalırdı. Şimdi ise başlangıçta treni bir kez kaçıranın bir daha yakalama şansı yoktur.

Eski ekonomide tıpkı bir ürün gibi teknolojinin de tek bir kaynağı ve tek bir sahibi vardı, sahibinin de bir bayrağı, bir egemenliği. Tek taraflı geliştirilir, vericiden alıcıya tek yönlü ilerlerdi.

Uluslar arası teknoloji transferi, (özellikle Amerika'dan yapılan), gerçek iş hacminin yanında ufak bir ayrıntıydı; lisansör firmanın doğrudan ilgisine layık görülmeven piyasalara dolaylı girme yoluydu. 50'lerden 80'lere kadar, Amerikan firmaları birkaç ekstra dolar karşılığında teknolojilerini dış piyasalarda iskartaya çıkarırlardı.

Bilgi, kimse o bilgiyi bilmediği takdirde değerliydi; korunması ve saklanması gerekiyordu. Ülke, teknolojik açıdan kendine yeterli değilse imalat açısından da yeterli olmuyordu.

Bugün bilgiyi anlamak için fabrikalara, laboratuvarlara veya patentlere bakmak yetmez; çok taraflı ilişkilere, coğrafi, organizasyonel ve sektörel sınırlar arasında ileri geri sürekli ve bağımlı akışına bakmak gerekir. Yeni ekonomide teknoloji politikasının odak noktası fikirlerin likiditesidir. IBM'nin en başarılı ürünlerinden diz üstü bilgisayar iç ve dış kaynak ağından gelen katma değerle ortaya çıkmıştır: Japonya'da AR _ GE, Fransa'da çip, İtalya – Florida ve Japonya'da imalat ve montaj, Kaliforniya'da software, New York'ta pazarlama ve İngiltere'de global dağıtım tesisleri. Artık firmalar, rakipleri bile olsa geliştirdikleri teknolojiyi birbirleriyle paylaşmakta, böylece oluşan sinerjiden herkes kazançlı çıkmaktadır.

Apple ise geliştirdiği yazılımı üçüncü şahıslarla paylaşmayı inatla reddettiğinden PC sektörünün zirvesinden tepe taklak düşmüş, rakipleri için çok karlı olan karşılıklı bağımlılık -interdependance- fırsatından yararlanamamıştır.

Global başarı kazanan firmalar dünya çevresindeki en iyi komponenti alıp ona tasarım, kalite kontrol, montaj, dağıtım, pazarlama ve ürün uygulamada kendi katma değerlerini eklemektedirler. Bilgisayar sektörü amerikan innovasyonunun can damarıdır, ancak yerli/yabancı patent oranları, komponentlerin veya AR-GE menşei olarak Amerikan Sanayi demeye bin şahit ister.

Yeni ekonominin inovatörleri yalnızca yeni nesnelere icat etmekle ilgilenmez; nesnelere icat etmenin yeni usullerini bulmak için de aynı derecede uğraşırlar. Telefon, fax ve tüm dünyada 250 milyon adetlik PC ağıyla çok taraflı, eş zamanlı, sınır tanımayan bilgi ve fikir alışverişinde bulunurlar. Likidite onları harekete geçirir fakat damarlarındaki kan çeşitlilik (diversite) dir. Bugün bir araştırmacı dünya üzerindeki binlerce yerden milyarlarca bit bilgiye birkaç saat içinde ulaşır, geleneksel teknoloji transferi anlaşmalarıyla bir yılda elde edilenden daha fazla değer yaratabilir. Global sektörlerde zaman, rekabet avantajının hayati elemanı olmuştur. Bazı sektörlerde innovasyon yıldan yıla geometrik olarak artmaktadır. Elektronik sektöründe yeni bir ürünü piyasaya ilk süren iki üretici, piyasanın % 80'ini ele geçirir.

Bu yüzden global şirketlerin en başarılıları fikirlerin likiditesine yetişmek için sürekli savaşırlar.

Amerika, Avrupa ve Japonya'da innovasyonu desteklemek için devlet anahtar sektörleri ve bu sektörlerdeki firmaları teşvik etmiş ancak birkaçı dışında bu girişimler fiyaskoyla sonuçlanmıştır. Japon MITİ yetkililerinin başlangıç aşamasında yardım talebini reddettileri bir firma tüm dünyada bilinen bir marka olmuştur: Sony. Devlet

yetkilileri siyasetin ve lobicilerin etkisiyle karar aldıklarından hemen her zaman piyasa gerçeklerine uzak kalırlar.

Amerika'nın pek çok sektörde dünya liderliğini kaybetmesinin bir nedeni de antitröst yasalarıdır. Başlangıçta rekabeti teşvik etmek için konulan bu yasalar zaman içinde engellemeye başlamıştır. Rekabete aykırı diye firmaların birlikte hareket etmelerini önlemek onların rekabet gücünü ortadan kaldırmaktadır. Güçlerin birleştirilmesi, yani konsantrasyon, çeşitliliği yaratır ve besler. Bir firma veya ittifakın kaynaklarını dar bir uzmanlık alanında yoğunlaştırıp çok sayıda firma tarafından çok sayıda uygulama için kullanımına izin vermesi inovasyonu kolaylaştırıp tüm sektörün gelişmesini sağlar. Bu yeni tür birbirine bağımlı rekabet ürün geliştirmek için gereken muazzam yatırımın birleştirilmesini ve yararlarının da paylaşılmasını mümkün kılar. Bilgisayardan iletişime, kimyadan otomotive, pek çok sektörde karşılıklı bağımlılık işlemektedir. Sektörün her üyesi, sektörün diğer üyeleriyle müşteri, tedarikçi ve rakip ilişkisi içindedir. Yeni ekonomide bu tür bağımlılığın kendilerini zayıflatmadığını, aksine, rekabet gücünü korumak için gereken esneklik, uzmanlaşma ve sermayenin akılcı kullanımı imkanları verdiğini keşfetmişlerdir.

Geleneksel olarak bir firma kurarken veya birleşme/satın almaya girerken sektörü ve pazarını tanımlamak ilk ve en önemli adımdı. Üretim ve piyasaların ulusal çerçevesi vardı. Yeni ürünlerin yaşam süresi uzun, evreleri tahmin edilebilirdi.

Artık klasik bölümlere ayrılmış sektörler ortadan kalkmıştır. Sektörler bir gecede transformasyon geçirebilmekte, piyasalar bir günde ortaya çıkıp ertesi gün yok olmaktadır. Dünyanın öteki ucundaki bir şirket yerli bir firmayı piyasadan silebilir. Becerikli bir yönetici Asya'da bir piyasa yaratıp, ülkesinde hiç satış yapmadan fabrikasının kapasitesini iki katına çıkarabilir.

Bu yıl büyük bir Pazar payına sahip olmak, gelecek yılın payını garanti etmez. Hatta birçok firma, yarının başarısına en büyük engeli bugünkü gücün teşkil ettiğini acıyla yaşamışlardır. Yeni ekonomi küçük girişimcilere devleri öldürme gücü vermiş, ürün ömürlerini bir – iki yıla düşürmüştür. Microsoft araştırmaya yılda 1 milyar doları mevcut ürünlerini piyasada tutmak için harcamıyor. Kendi teknolojisini kendisi iskartaya çıkarıp yerine yenisini ikame etmezse, Bavyera veya Brezilya'daki bir üniversite öğrencisinin, yahut gezegendeki 70.000 yazılım firmasının birinin edeceğini biliyor.

Ancak global talebin sunduğu imkanlar o kadar büyüktür ki bu büyük harcamalara değer. Her yıl inovasyona ayrılan paralar bugünün tekeli korumak için değil, onun yerini alacak tekeli yaratmak için harcanmaktadır.

Söz konusu ürün geliştirme ve inovasyonlar sayesinde tekeller de uzun ömürlü olmaktan çıkıp, daha üstün bir inovasyona kadar gelip geçici güç haline gelmişlerdir.

Araştırma, inovasyonun sadece bir girdisidir. Başkalarıyla işbirliği – patentleri birleştirmek, laboratuvarların ortak finansmanı, yönetici değiş tokuşu, malzeme ve test sonuçlarının paylaşımı, test standartları oluşturmak şeklinde- inovasyonun yaşamsal katalizörüdür. Bütün bu aktiviteler **stratejik alyans** başlığı altında toplanır. Sonuç

olarak dünyada AR-GE kaynakları kısıtlıdır. İşbirliği olmazsa, ilerleme de olmaz. Burda devlete düşen görev ortak fiyat belirleme, yanıltıcı reklam, sahtekarlık gibi hatalı aktivitelerden tüketiciyi disiplinli bir şekilde korumaktır.

15 – 20 yıl öncesine kadar sermaye, bankalardan veya hissedarlardan toplanan, sınır ötesi hareketi minimum olan bir varlıktı. On yıl kadar önce başlayan hareket patlamasıyla sermaye de tam anlamıyla global olmuştur. 1970’lerde Amerika, Japonya ve İngiltere’de sınır ötesi hisse senedi alışveriş işlemlerinin hacmi gayri safi milli hasılanın % 10’u dolayındayken 1995’te sırasıyla %135’e, %220’ye ve % 1.000’e fırlamıştır. Dünyanın en büyük on global şirketinin hisseleri 70 değişik borsada işlem görmektedir. Yatırımcılar 1993’te kendi ülkeleri dışındaki ülkelere 159.2 milyar \$ hisse satın almışlardır.

Ticaret ve finansmanın global entegrasyonun en önemli göstergesi döviz transferleridir:1982’de günde 20 milyar \$’ın altındayken bugün 1.3 trilyon \$’ın üstüne çıkmıştır.

Sermayenin hareketliliği ve hacmi artarken niteliği de değişmiştir. Her şeyden önce bayrağı yoktur. Dünya üzerindeki 200.000 kusun ekran vasıtasıyla saniyenin milyarda biri sürede 25 cm hızla (elektronun kablodan geçiş hızı) koşarak yeni fırsatlar arar. Teknolojik bir buluş, döviz kurlarında bir değişim, milyarlarca doların kıtadan kıtaya akmasına yol açar. Sermaye bir bakmışsınız Iowa’da bir fabrika, bir bakmışsınız Rhone’da bir laboratuvar oluverir. Becerikli bir yönetici sabit yatırımı olmadan sektöründe dünya lideri olabilir.Nike’in global imparatorluğu hiç biri kendi bordrosunda görünmeyen 75.000 Asyalı işçi üzerine kurulmuştur.

Doğru bir pazarlamayla, Moskova’daki bir fizikçiye, Hindistan’ da ki bir yazılım programcısına veya Brezilya’daki üretim hattına yapılan yatırım, sektördeki liderliği sağlayabilir.

1963’te Amerika’da yabancıların satın aldığı tahvillerin faizine % 30 stopaj vergisi konması, tahvil piyasasının Londra’ya taşınmasına ve Eurobond piyasasının doğmasına yol açmıştır. Yıllar sonra verginin kaldırılmasına rağmen verilen zarar telafi edilememiş, piyasa New York’a dönmemiştir. Bugün Londra’nın döviz işlem hacmi New York’un iki katıdır.

Bir başka hata da sermaye kazançlarının vergilendirilmesidir. Almanya, Hollanda ve İsviçre gibi ülkeler büyümenin kendisini değil de büyümeden elde edilen kazancı vergilendirerek sermayenin büyümesini teşvik ettiklerinden, şirketleri de dünya liderleri olmuştur. En düşük vergiyi uygulayan ülkeler en yüksek hızla ekonomik büyümeyi gerçekleştirmişlerdir.

Artık paranın kontrol imkanı da ortadan kalkmıştır. Eski ekonomide merkez bankalarında tutulan rezervler günlük işlem hacminin çok üstünde olduğundan gerektiğinde kurları manipüle edebiliyorlardı. Bugün Amerikan Merkez Bankası ve hazine tüm rezervlerini harcasa, günlük global döviz işlem hacminin % 4’üne ulaşamaz. Bir zamanlar IMF’nin, herhangi bir uluslar arası mali krizi çözümlenmede

büyük etkisi olabiliyordu. Bugün IMF'nin acil finansman mekanizması 1995'te iki katına çıkmasına rağmen global döviz işlemlerinin 85 dakikasına eşittir.

Fakat global sermayenin esas özelliği hacim değil, likiditedir. Likidite olgusunun motoru da tercih olgusudur. Global sermaye kazançlı olamayacağı yere gitmemeyi tercih etme gücüne sahiptir. Ne kadar uğraşırlarsa uğraşsınlar, yetkililer denetime dayanan kararnamelemlerle global sermayeyi cezbedemezler. Oysa çıplak gerçek şudur ki bir ulusun zenginliği – ve tabii devletin gelirleri – global sermayeden koparabildiği paya bağlıdır. Bu dinamik iyi anlaşılmalı ve "üretim, üretim, üretim" sloganının yerini "sermaye, sermaye, sermaye" almalıdır. Sermaye sayesinde istihdam yaratılır, ileri teknoloji sektörleri gelişir, bilgi artıp yeni fırsatlar doğar.

Kamu politikalarını belirleyenler yabancı sermayeden olumsuz etkilenenlerin talebine boyun eğmişler ve II. Dünya savaşını izleyen yıllarda pek çok ülke dış yatırıma kısıtlamalar getirmiştir. Ancak 1980'lerden itibaren hemen hepsi bu kısıtlamaları iyice azaltmış veya tümüyle kaldırmıştır.

Global ekonomide global mevcudiyeti olmayanın rekabet gücü olması da imkansızdır. Tek bir yerden, tek bir ülkeden, hatta tek bir kıtadan faaliyet göstermek global başarı için yetersizdir. Araştırma, satış ve üretimde uzak dış yatırıma gitmeyen bir firma sermaye, emek, teknoloji, dağıtım ve diğer avantajları yeterince kullanamayacağından sektöründe lider olması da beklenemez.

Hiçbir firma kendi ülkesinin sınırları içinde kalarak global ekonominin çeşitliliğinden ve likiditesinden yararlanamaz. Dış ülkelerde rekabet gücü olması bir yana, kendi ülkesinde rekabet gücü bile kalmaz. İç piyasada dış rekabete karşı en büyük silah dış piyasalarda faaliyet göstermektir.

Yabancı sermayenin kurduğu fabrika veya işletmeler genelde daha büyük ve sermaye yoğun olmakta, ilgili sektörde verimliliğin artmasını sağlamaktadır. Yabancı sermayenin yararları şöyle özetlenebilir:

1. Yurtiçi verimlilik düzeyinin yükselmesine direkt katkıda bulunur.
2. Yerli işgücü ve girdilerle en yüksek verimliliğe ulaşabileceğini kanıtlar.
3. Yerli üreticilere rekabet baskısı yapar.
4. Personel hareketleri dolayısıyla yerli üreticilere bilgi aktarılmasını sağlar.

Sonuç olarak rekabet savaşını en verimli olan kazanır.

Yasa koyucular şunu akıllarından çıkarmamalıdır. Girişimciler milyarlarca doları, uygulanan hükümet politikalarına göre gezegenimiz üstünde bir yerden ötekine kaydırmaktadırlar. Global sermayenin ortaya çıkmasından ve yatırımın hızla hareket etmeye başlamasından sonra vergilerde indirim, ticaret ve hizmet kısıtlamalarının kaldırılmasına, vergi sisteminin basitleştirilmesine ve kamu işletmelerinin özelleştirilmesine doğru bir global trend doğması rastlantı değildir. Global girişim laissez-faire'e doğru bir akım değil, hükümetleri daha fazla değer yaratacak şekilde davranmaya zorlayıcı bir akımdır. Hiçbir kural olmamasından başlayıp karmaşık,

birbirini tekrar eden veya çelişkili kurallara kadar geniş bir yelpaze içinde optimum bir nokta vardır.

Yeni ekonominin gerçeklerini objektif analiz edebilen herkes görebilir. Ekonomik politikaları belirleyenler bunları bir kağıda yazıp önlerine koymalı ve yeni yasa ya da kararname çıkarırken ölçüt olarak almalıdır.

- ✓ Global ekonomi kendini yurtiçi ve yurtdışı diye ayırmaz. Her ülke global ekonominin bir bölgesidir. Dolayısıyla politika belirlerken "iç" ve "dış" ayırımı da yapılamaz.
- ✓ Global ekonomide başarıya, diğer ülkeleri katılımdan mahrum ederek ulaşamaz.
- ✓ Sınır ötesi rekabete girmekle iş alanı ve fikir kaybına uğramayız.
- ✓ Ulusların, rekabet gücü üzerinde egemenlik hakları yoktur. Rekabet gücü zorlamayla, kararnamelerle veya yasayla elde edilemez.
- ✓ Amerika'nın rekabet gücü, global ekonomide Amerikan "içeriği" ile ölçülür; "made in USA" etiketi taşıyan ürün sayısı ile değil.
- ✓ Washington'un korumacılık önlemleriyle ayakta duran her iş alanı, Amerika'nın verimliliğine ve Amerikan girişiminin rekabet gücüne vurulan bir darbedir.
- ✓ İster içeriye, ister dışarı yapılınsın, yabancı yatırım rekabet gücünü arttırmada hayati rol oynar.
- ✓ Rekabet gücü, dış ticaret dengesinin bir fonksiyonu değildir. İki arasında bir ilişki yoktur.

Bu temel gerçekler dikkate alınarak ve onyıllardır yerleşmiş paradigmlar değiştirilerek yassı dünya geride bırakılabilir ancak. Paradigma değişikliği şöyle özetlenebilir.

İki taraflılık	Çok taraflılık
İmalat	İnnovasyon
İhracat	Entegrasyon
Korumacılık	Çeşitlilik
Denetim	Karşılıklı bağımlılık
Rekabet	Likidite

Sol taraftaki kavramlar geçerliliğini yitirmiş olanlar, sağ taraftakiler ise bugünün meselelerine hitap etmek için gereken yeni paradigmalardır.

İki taraflılık – Çok taraflılık

İki taraflılık her zaman meseleyi ithalat-ihracat olarak görür. Yetkililerin, her türlü uluslararası meseleyi coğrafi birimler arasındaki mücadele olarak algılamasına yol açar.

Çok taraflılık ise global girişimi desteklemek, diğer ülkelerle açık Pazar ilişkilerine girmek demektir.

İmalat - İnnovasyon

Fiziki varlıkların ve doğal kaynakların büyük önem taşıdığı, sürümden kazanmaya dayanan imalat ekonomileri eski cazibesini yitirmiştir. Desteklenmesi gereken, dinamik innovasyon sürecidir. İnnovasyon üretimden ayrılmıştır; bir zamanlar imalatın peşinden giderken artık önünden gider olmuştur. Bugünün en büyük sanayi şirketlerinde bile bilgi varlıkları fiziki üretim varlıklarının değerini çok aşmıştır. Verimliliği ve rekabet gücünü arttıran innovasyondur. Vergi sistemleri ve entelektüel mülkiyet hakları da onu teşvik edecek şekilde düzenlenmelidir.

İhracat - Entegrasyon

Tek başına ele alındıklarında ithalat kötü, ihracat iyi diye kesin bir kural konamaz. Ham maden veya kereste ihraç etmektense, üzerinde katma değer yaratılacak nesnelere ithal etmek ekonomik açıdan daha rantabldır.

Tüm dış ticaretin temeli olarak "milli" sanayi tarafından yapılan üretimin yerini, global firma ve sektörler ağı içinde katma değer alışverişinin alması, "menşe ülke", dolayısıyla ihracat kavramını da anlamsız kılmıştır. Öyleyse katma değer artışını teşvik edecek ortam yaratılmalıdır.

Korumacılık – Çeşitlilik

Korumacılık ekonomik süreci boğmakla kalmaz; sağlıksız, rekabet gücü olmayan, verimsizliklerini temas ettiği her sektöre bulaştıran girişimler üretir. Global ekonominin bu tür verimsizliklere bir çaresi vardır : çeşitlilik, yani yeni fikirlere, yeni sermayeye, yeni ürünlere ve yeni kıymetlere ulaşma imkanı. Çeşitliliğin yelpazesi genişledikçe yani alışlagelmiş kaynakların dışından giriş arttıkça fırsatlar da artar.

Çeşitliliğin sağlayacağı ekonomik girdinin bir kısmı, korumacılığın kaldırılmasıyla ortaya çıkacak işsizliğe çare bulmak için kullanılmalıdır. Bu da, bu kişileri eğiterek kalifiye işgücü haline getirmekle başarılır. Zira ekonomik büyüme için vergilerden yapılacak en önemli yatırım her zaman eğitime yapılan yatırımdır.

Denetim – Karşılıklı Bağımlılık

Gümrük tarifeleriyle, kur ayarlamalarıyla, ihracat lisanslarıyla, vergilerle, hatta yalnızca dış politikada ağırlığını koyarak ticareti denetleme dönemi geride kalmıştır.. Global sanayinin birbirine bağımlı ağlarından yararlanmak için global yatırım akışı hızlandırılmalıdır. Yeni kapital ve yeni fikirler her zaman kamu yararınadır.

Rekabet – Likidite

Amerika'nın rekabeti korumak için koyduğu antitröst ve benzeri yasalar, pek çok sektörü ve firmayı olumsuz etkilemiştir.

Oysa bugün bir ürün geliştirmenin maliyeti o kadar yüksektir ki bir firma tek başına kolay kolay altından kalkamaz. Monopol olarak görülen kurumlar da genellikle o ürün veya sektörde uzmanlaşmış birimlerdir. Üstelik global talep çarçabuk başka bir ürüne

kayacağından o ürün üzerinde o kurumun tekeli olmasının da önemi kalmaz. Likidite, yani sermaye ve bilginin sürekli hareket halinde olması bir taraftan ürün ömrünü doldurup tekelleri ortadan kaldırırken, diğer taraftan da yeni ürünlerin ve yeni tekellerin doğmasına yol açmaktadır.

Yukarda sözü edilen paradigma değişiklikleri, devletin görevini de belirler: Bu görev innovasyona imkan veren mevzuat alt yapısını kurmaktır. Bu altyapı yalnızca çerçeve niteliğinde olmalı, piyasayı yönetmeye ve denetlemeye kalkışmamalıdır. Her türde enformasyon, uzmanlık ve değer fonksiyon, girişim, ulus ve sektör sınırlarını aşmasını basitleştirmeli, teşvik etmeli ve kolaylaştırmalıdır. Ortak yatırım kurulmasına, iletişime, yabancı uzman gelişine imkan sağlamalıdır.

Dünya çapında ise sanayileşmiş yedi ülkenin önderliğinde bilanço, vergilendirme ve mali rapor hazırlama sistemlerinin ortak standartlara oturtulması gerekir. Enformasyon sistemleri, analiz yöntemleri ve ürünler için teknik standartların da aynı olması global ticaret açısından son derece önemlidir.

Geleneksel yönetim tarzı ile global ekonomik süreç arasındaki çatışmanın sonucu, global ekonominin geleceğini belirleyen faktör olacaktır.