

**YENİ KAPİTALİZM  
DÜNYADA REKABETİN DEĞİŞEN  
BOYUTU**

# YENİ KAPİTALİZM DÜNYADA REKABETİN DEĞİŞEN BOYUTU

2000 yılının Kasım ayında Türkiye’de ne oldu?

14 aydır her ay biraz daha iyiye giden (faizler %36, aylık enflasyon %2, tüketici kredi faizi aylık %2,6, Merkez Bankası döviz rezervleri 20 Milyar \$ üstünde, Akbank gibi tutucu bir banka dahi 10 yıllık konut kredisine hazırlanırken) ekonomi neden birden çöktü ve panik başladı? Kimdir Kemal Derviş? IMF neden bizi destekliyor? Kemal Derviş aynı anda hem Amerika’nın adamı hem de solcu olabilir mi? Yoksa Amerika mı artık solcu bir ülke oluyor?

Bu kriz son kriz olabilir mi? Biz nasıl bir dünyadan bahsettiğimizin gerçekten farkında mıyız?

Yeni Kapitalizmin ortaya çıkmasının başlıca nedenleri: Global Ekonomi ve Enformasyon Teknolojisi’ndeki Gelişmelerdir. 1988 yılı ve Berlin Duvarı’nın yıkılışı ise bu değişimin kilometre taşıdır.

Teknolojinin, finansın ve bilginin (information) serbest ve herkesin ulaşabildiği bir ortam haline gelmesi. Biz bunlara **demokratikleşme** diyoruz.

Teknolojide diz üstü-ev tipi bilgisayarlar; finansta herkese kredi kartı; informasyonda internet ve cep telefonu, globalizasyonunun 3 temel unsuru olmuş durumda.

Şirketler açısından ise **demokratikleşme** kararlarının gittikçe daha alt kademelerde alınması, çalışanların ortaklık opsiyonları ve çalışanların direkt veya indirekt yönetime katılımları olarak açıklanabilir.

Kapitalizmin ilk aşaması olan sanayi devriminde çalışanların sağlığı ve güvenliği de dahil bütün kaynaklar sermaye/işyeri sahibinin “kar” etmesi uğruna feda edilirdi.

“**Stakeholder Capitalizm**” de denilen yeni kapitalizmde **çalışanın, hissedarların, içinde bulunduğu toplumun, çevrenin, müşterilerin** ve **ulusun** çıkarları ile kar etme hedefi arasında bir denge oluşturulmaya çalışılıyor.

Onun için buna Yeni Kapitalizm değil, kendini yenileyen kapitalizm demek daha doğru olur.

Konuyu 5 ana başlıkta incelemeye çalışacağım:

1. Yeni Kapitalizmde Rekabetin **Global** Özellikleri
2. **Ülkeler** Açısından Yapılması Gereken En Önemli Hususlar
3. Yeni Kapitalizmde **Firmaların** Rekabet Gücünü Arttırmak İçin Uygulamaları Gereken Politikalar
4. Yeni Kapitalizmde **Çalışanların** Rekabet Gücünü Arttırmak İçin Uygulamaları Gereken Politikalar
5. Sonuç

## 1. YENİ KAPİTALİZMDE REKABETİN GLOBAL ÖZELLİKLERİ

- 1.1. Üretici egemenliğinden tüketici egemenliğine geçiş: Tüketiciler mal veya hizmet satın alırken "**bayrağına**" değil, "**değerine**" bakıyorlar.
- 1.2. Üretimin menşe ülkede kalma zorunluluğu yok. Hangi ülke daha iyi koşulları sunuyorsa oraya gidiyor.
- 1.3. Dünya mal ticareti yıllık 4 trilyon \$. Oysa sınır ötesi para transferi 80 trilyon \$ (yazılım, finansal, data, ilaç formülleri, lisans "görünmezler ticareti" vs gibi)
- 1.4. Para ve fikirlerin özgürce ve hızla hareket edebilmesi anlamına gelen **likidite**, yeni düzenin esası.
- 1.5. Yeni rekabet birimleri uluslar veya hükümetler değil, **sektörlerdir**.
- 1.6. **Bilgi ve sermayenin** – ve bilgi ve sermayeyi idare edenlerin – **bulunduğu yer**, imalatın yapıldığı yerden çok daha önemli. Amerikan firmaları Amerika'dan yaptıkları ihracatın 5 katını yurt dışındaki yatırımlarından yapıyorlar.
- 1.7. Rekabet gücünü belirleyen bir ülkedeki istihdamın sayısal büyüklüğü değil (öyle olsa Çin bir numara olurdu), bu istihdamın ürettiği **katma değerdir**.
- 1.8. 1970'lerde Amerika, Japonya ve İngiltere'de sınır ötesi hisse senedi alışveriş işlemlerinin hacmi GSMH'nin %10'uydu. Bugün %1000'i aşmış durumda. Dünyanın en büyük 10 global şirketinin hisseleri 70 değişik borsada işlem görüyor.
- 1.9. Döviz transferi 1982'de günde 20 milyar \$'ın altında. 2000'de günde 1,5 trilyon \$'ı aştı.
- 1.10. **Sermayenin** hareketliliği ve hacmi artarken niteliği değişti. Çok uluslu olmaktan çıkıp, **ulus ötesi** (hiçbir ulusal kimliği olmayan ve uluslararası yönetilen) **bir meta oldu**. Dünya üzerinde 200 milyon küsur ekran vasıtasıyla saniyenin milyarda biri sürede koşarak yeni fırsatlar arıyor. Teknolojik bir buluş, döviz kurlarında bir değişim, bir ülkede ortaya çıkan sorun, milyarlarca doların kıtadan kıtaya akmasına yol açıyor. Nike'ın global imparatorluğu, hiçbiri kendi kadrosunda görünmeyen 75.000 Asyalı işçi üzerine kurulu. Nestle'nin satışlarının %98'i İsviçre dışında.  
  
Amerika'nın en ünlü Nescafe markası Taster's Choice Nescafe Gold'un en büyük rakibi ama aslında her ikisinin de üreticisi Nestle.
- 1.11. Sermaye piyasasında fonlar çok büyük bir yere ve güce sahip.
  - 1.11.1. Amerika'da emekli fonlarında 25 Milyon kişi, yatırım fonlarında 104 Milyon hesap var.

1.11.2. Amerika borsalarının %50'sinden fazlası fonlara ait.

1.11.3. Fon Kapitalizmi

- ✓ Tasarruf Fonu
- ✓ Yatırım Fonu
- ✓ Varlık Yönetim Fonu
- ✓ Özel Sigorta Fonu
- ✓ Emekli Fonu
- ✓ Sağlık Fonu
- ✓ A Tipi Fon
- ✓ B Tipi Fon

1.11.4. 1990'lı yılların sonunda 70 milyon Amerikalı borsada hisse sahibi. Her 2 evden birisi;

- ✓ 1980'de bu sadece %14'dü.
- ✓ 1990 başı bu sadece %31'di.

1.11.5. Fonlar 1960'da borsanın %10'unu kontrol ediyorken, 1990'lı yılların sonunda %50'den fazlasını kontrol ediyor.

1.11.6. 1998'de yatırım fonları tüm klasik banka mevduat sistemini aşmış durumda. Fonlarda 10 Trilyon \$ var. Bunun 6 Trilyon \$'ı borsada. Bankalardaki mevduat ise 3,7 Trilyon \$.

1.11.7. Türkiye'de: Borsada yabancıların hisse miktarı 2000 krizi öncesi 11 milyar \$ (%60). Bugün kriz sonrası hisse miktarı 4 milyar \$ (%40) ve 2001 yılı üçüncü çeyreğinde yükselerek yıl sonuna kadar tekrar %60'lara ulaşacağı ifade ediliyor.

1.11.8. Fransa'da bütün büyük firmaların %50'si yabancılara ait.

1.12. Eskiden **uluslararası** (international), sonraları **çok uluslu** (multinational) diye ifade ettiğimiz birkaç yüz **ulus ötesi** (transnational) şirketin yıllık cirosu, pek çok ülkenin GSMH'nin üstünde. Dolayısıyla şirketlerin politik gücü de var.

1.13. Yeni yapıda anahtar kelimeler şirketler arası satın alma, birleşme, join venture ve stratejik ortaklıklar

- ✓ Renault - Nissan
- ✓ Volkswagen - Skoda
- ✓ Daimler - Chrysler
- ✓ BMW - Rover
- ✓ Mazda - Ford
- ✓ France Telekom-Meksika Telekom-İngiltere Telekom
- ✓ Total - Petrofina
- ✓ BP - Exxon

- ✓ Vivendi US Filter's-Universel Studio-Universel Music

Bütün bu şirket evlilikleri içerisinde bir tanesini örnek olarak bir miktar açmak istiyorum:

Vivendi 1996 yılına kadar Generale Des Eaux adıyla Fransa'nın bir su dağıtım şirketi idi. Yeni ve genç bir başkan ile 5 yılda nerelere geldi. 1996 yılı Haziran ayında Generale Des Eaux'nun çoğu gayri menkul işlerinden dolayı olmak üzere 50 Milyon US \$ zararı var. Borsada sıradan bir şirket. 5 yıl sonra bugün ismi Vivendi. 700.000 ortağı, 250.000 çalışanı, 50 Milyar \$ iş hacmi, 120 Milyar \$ borsa değeri ile 2001 yılı itibarıyla direk ve dolaylı, dünya devi olarak kontrol ettiği şirketler:

- ✓ Gegetec-telefon operatörü-İngiliz Vodafone'u kontrol ediyor. Vodafone ise Alman Mannesmann'a sahip.
- ✓ Havas'ın sahibi. Havas Canal +, Larousse, Nathan, Bordas'ın sahibi.
- ✓ Express ve le Point dergilerinin sahibi.
- ✓ BSKYB, Murdock Grubunun %24'ünü kontrol ediyor. BSKYB, Star ve Fox TV'yi kontrol ediyor.
- ✓ Seagram'ın sahibi. Seagram Chivas Regal, Martel Crown, Royal markalarının ve Universal Studio, USA Network ve Universal Music'in (Polygram) sahibi. Sadece Universal Music'te 2005'de 40 Milyar \$, 2010'da 100 Milyar \$ ciro bekleniyor.

## 2. **ÜLKELER AÇISINDAN YAPILMASI GEREKEN EN ÖNEMLİ HUSUSLAR**

Eskiden bir ülkenin planı ve bütçesi vardı. Global rekabet ortamında bu artık yeterli değil. Ülkelerin, firmaların, şahısların mutlak surette bir vizyonu, bu vizyona dayalı misyonu, o misyonu gerçekleştirmek için stratejisi, buna uygun planları ve bütçesi olmalıdır.

2.1. Ülkenin **vizyon**unu ortaya koymak şart. Biz nasıl bir toplum olmak istiyoruz?

Örnek : Finlandiya'nın Vizyonu

Finlandiya, Enformasyon Toplumunun getirdiği fırsatlardan yararlanarak yaşam kalitesini, bilgiyi, uluslararası rekabet gücünü ve ilişkilerini örnek, çoğulcu ve sürdürülebilir biçimde geliştirir.

2.2. Hedef **bilgi toplumu** olmalıdır. Bilgi eğitim ve kültürün temeli, üretimin en önemli bileşenidir. Enformasyon ve iletişim teknolojisi (ICT) bireyler, firmalar ve diğer kurumlar arasında ilişki ve bilgi alışverişini güçlendirmek yanında hizmetleri yaratan ve kolayca ulaşımı sağlayan bir motor durumundadır.

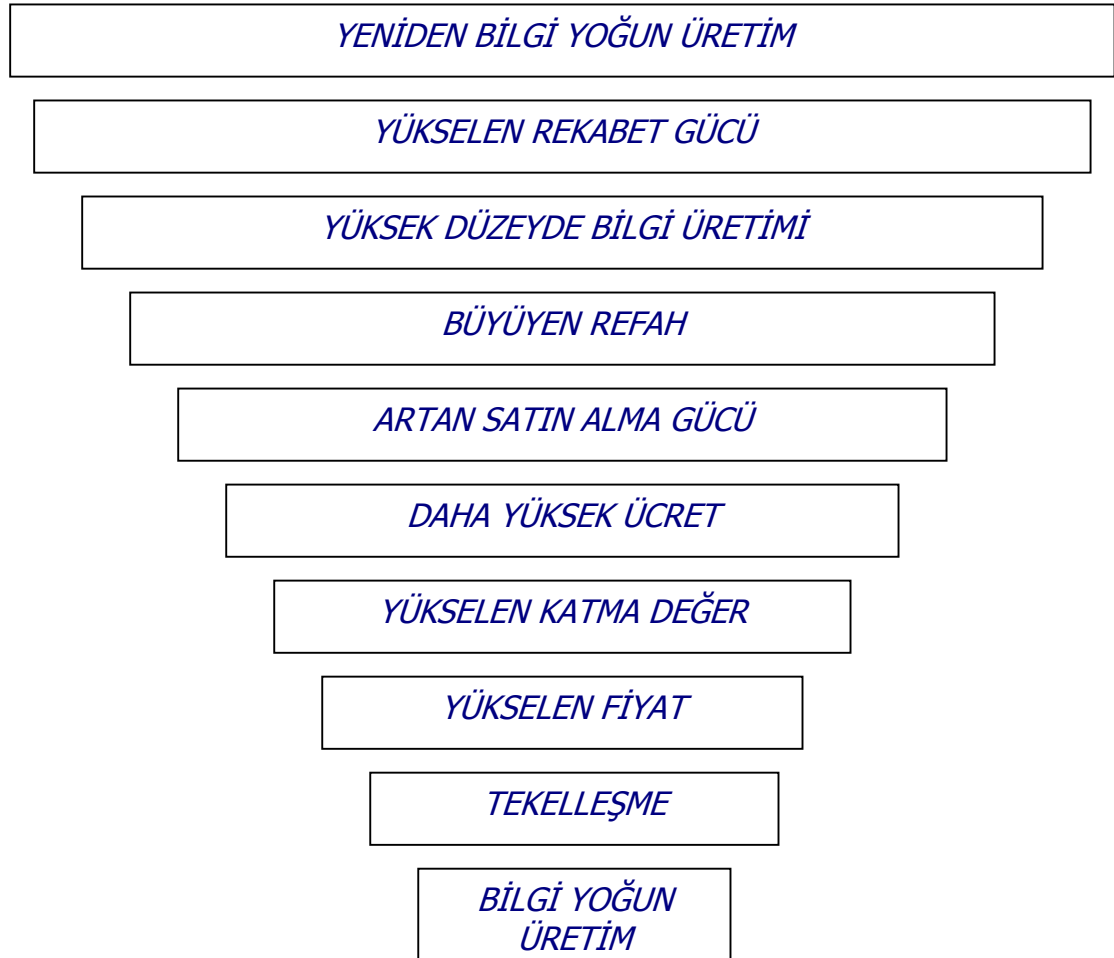
2.3. Devletin hareket noktası **vatandaşların yaşam kalitesini yükseltmektir**. Bunun için gerekenler:

- ✓ İstihdam ve geliri arttırmak ve adil dağıtımını sağlamak.
- ✓ Bilginin edinilmesinde, yönetiminde, geliştirilmesinde eşit fırsatlar sağlamak.
- ✓ Girişimciliğe ve rekabete uygun ortam sağlamak.

- ✓ Demokrasiyi güçlendirip toplumun her kesiminde etkin olmasını sağlamak.
  - ✓ Ülkeyi Innovasyon'a dayalı yatırımlara cazip hale getirecek makro ve mikro ekonomik politikalar uygulamak.
  - ✓ Bölgeler arası farklılığı giderici önlemler almak.
  - ✓ Yasa ve yönetmeliklerle piyasa ekonomisini boğmamaktır.
- 2.4. Üretim ve hizmetler büyümenin motorlarıdır: Tek bir işkolu, sektör veya piyasaya bağımlı kalmadan, mümkün olan en yüksek çeşitlilikle **geniş bir ekonomik taban yaratmak**. Böylece herhangi bir iş kolundaki olumsuzluktan tüm ülke etkilenmemek hedef olmalıdır.
- 2.5. Basit imalatın ötesinde yerli ve çok uluslu şirketlerin tüm katma değer zincirini kapsayan **yüksek katma değerli** ürün ve hizmet üretmek gerekir. Bu da ancak bilgi yoğun üretimle mümkündür.

Emek yoğun üretimde ekonominin spirali daralırken bilgi yoğun üretimde genişler. Sadece turizm, tarım, tekstil gibi sektörlerle kalkınmak ve gelişmek asla mümkün değildir. Zaten mümkün olsaydı Türkiye'nin liberal ekonomiyi seçtiği son 20 yılda bu sektörlerin lokomotifliği ile fert başına düşen milli geliri dolar bazında hala 2.500 dolarlar seviyesinde olmazdı.

## **BİLGİ YOĞUN ÜRETİM**



## EMEK YOĞUN ÜRETİM



- 2.6. Bir başka hedef de **dünya çapında rekabet** edebilecek, verimli işgücü yaratmaktır. Bu, bilgi toplumu yaratmak için de şarttır. Eğitim yeni becerilerin ve yaratıcılığın teşvik edildiği okullarda başlayıp işyerinde ve dışarıda devam eden kesintisiz bir süreç olmalıdır.

Türkiye'nin genç nüfusunun bir ekonomik değere dönüşmesi ve katma değer yaratabilmesi ancak bu sayede mümkün olacaktır. Vasıfsız işçi aynen emek yoğun sektörler gibi günlük gelir/günlük harcama demektir. Tasarruf ve sermaye birikimi olmadan kalkınmak mümkün olmaz.

- 2.7. Hükümet – işveren ve sendikalar arasında uyum ve eşgüdüm sağlamalıdır.

- 2.8. Devletin 3 girdiyi sağlamada anahtar rolü vardır. Kalifiye işgücü, teknoloji ve altyapı.

- 2.9. Devletin varoluş amacı vatandaşın refah ve mutluluğunu sağlamak olmalıdır.

Bizde ise devletin varoluş amacı: Şimdiki zamanda geleceğın çıkarlarını korumak ve ona göre yatırım yapmak yerine maalesef devletin ve

vatandaşlarının bugünkü tüketimlerini karşılamak uğruna, geleceğe yönelik yatırımlarda kullanılabilecek kaynakları harcamaktır.

2.10.Ulusun zenginliği global sermayeden koparabildiği paya bağlıdır.

2.11.Global Sermayenin Yararları:

2.11.1. Yurtiçi verimlilik düzeyinin yükselmesine direkt katkıda bulunur.

2.11.2. Yerli işgücü ve girdilerle en yüksek verimliliğe ulaşılabileceğini kanıtlar.

2.11.3. Yerli üreticilere rekabet baskısı yapar.

2.11.4. Personel hareketleri dolayısıyla yerli üreticilere bilgi aktarılmasını sağlar.

Türkiye’de son 10 yıl içerisinde otomotiv sanayiinin geçirmiş olduğu evrim iyi incelenirse global sermayenin ne denli yararlı olduğu, ülke vatandaşlarını layık oldukları kaliteye kavuşturmakla kalmayıp ciddi ihracat olanakları da yarattığı görülecektir.

Global sermaye girişini kolaylaştırmak için:

- ✓ Enflasyondan arınmak
- ✓ Siyasi istikrarı sağlamak
- ✓ Vergilerde indirim yapmak
- ✓ Ticaret ve hizmetlerde kısıtlamaların kaldırılması
- ✓ Vergi sisteminin basitleştirilmesi
- ✓ Kamu işletmelerinin özelleştirilmesi şarttır.

2.12. Yeni yasa ya da kararname çıkarırken şu faktörler göz önüne alınmalıdır:

2.12.1. Global sermaye ucuz işgücü değil, yüksek verimlilik arar.

2.12.2. Global ekonomi kendini yurtiçi ve yurtdışı diye ayırmaz. Her ülke global ekonominin bir bölgesidir. Dolayısıyla politika belirlerken “iç” ve “dış” ayırımı da yapılamaz.

2.12.3. Ulusların, rekabet gücü üzerinde egemenlik hakları yoktur. Rekabet gücü zorlamayla, kararnamelerle veya yasayla elde edilemez. Devlet uygun ortamı yaratarak katkıda bulunur.

2.12.4. Bir ülkenin rekabet gücü, global ekonomide ülkenin “içeriği” ile ölçülür; “**Made in Turkey**” etiketi taşıyan ürün sayısı ile değil.

Türkiye’de kumaş, aksesuar, dikiş dahil 5 US\$’a imal edilen pantolonlar, markası GAP olunca 25-30 US\$’a, aynı pantolona



Banana Republic etiketi takılınca 45-50 US\$'a satılmaktadır ve her ikisinin içinde de Made in Turkey etiketi vardır.

2.12.5. İster içeriye, ister dışarı yapılsın, yabancı yatırım rekabet gücünü arttırmada hayati rol oynar.

2.12.6. Rekabet gücü, dış ticaret dengesinin bir fonksiyonu değildir. İkisi arasında bir ilişki yoktur. Olsaydı dünyanın en büyük dış ticaret açığını veren ve yıllık dış ticaret açığı Türkiye'nin bir yıllık gayri safi milli gelirinden daha fazla olan Amerika Birleşik Devletleri dünyanın bir numaralı ekonomik gücü olmazdı.

### 3. YENİ KAPİTALİZMDE **FİRMALARIN** REKABET GÜCÜNÜ ARTTIRMAK İÇİN UYGULAMALARI GEREKEN POLİTİKALAR

3.1. 1980'lere kadar karlı olmanın birinci unsuru "economies of scale" – sürümden kazanmaktı. Firmalar alabildiğince merkezci (centralized) idi. Herkese göre tek tip üretim yapılırdı. Şimdi kişiye/gruplara özgü "**niche**" üretimi daha kazançlı. Bu yüzden esnekliğe sahip KOBİ'lerin ekonomide rolü büyüktür.

Artık organize turistik turlar önce internette tatile gideceklerin özel istekleri tespit edildikten sonra ve o talebe göre organize ediliyor. Çok yakında birkaç çok lüks otomobil fabrikası değil, tüm otomotiv sanayii müşterinin talebine göre kişiselleştirilmiş araba üretmeye başlayacaktır.

3.2. Ulusal bir firmanın başarı ölçütü global piyasadaki başarısıdır. Yurt dışında başarılı olmayan firma yurt içinde de yok olup gider. Global ekonomide saklanacak yer yoktur.

3.3. Rakiplerini alt etmenin, piyasada söz sahibi olmanın başlıca yolu **innovasyondur**: hem üründe hem üretim tekniklerinde yaratıcılık gerekir. Taklitçilik başarısızlığa mahkumdur.

3.4. Innovasyon ve global piyasada rekabet çok bileşkenli fonksiyonlar olduğundan firmalar kendi güçlü yönlerini bütünleyen, farklı güçlü yönlere sahip firmalarla **stratejik ortaklık** kuruyorlar. Araştırma, innovasyonun sadece bir girdisidir. Başkalarıyla işbirliği – patentleri birleştirmek, laboratuvarların ortak finansmanı, yönetici değiş-tokuşu, malzeme ve test sonuçlarının paylaşımı, test standartları oluşturmak şeklinde – innovasyonun yaşamsal katalizörüdür. Bütün bu aktiviteler stratejik alyans başlığı altında toplanırlar.

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

Yeni ekonomide teknoloji politikasının odak noktası **fikirlerin likiditesidir**. IBM'in 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. Bir diğer örnek üretim lisansını başka üreticilere satmaması dolayısıyla Betamax videonun piyasadan silinip gitmesi, JVC'nin VHS'yi paylaşması sayesinde piyasaya hakim olmasıdır. Remington, Borroughs, Control Data, Bull, Digital ile örnekler çoğaltılabilir.

Global başarı kazanan firmalar dünya çevresindeki en iyi komponenti alıp ona tasarım, kalite kontrol, montaj, dağıtım, pazarlama ve ürün uygulamada kendi katma değerlerini eklemektedirler.

- 3.5. Global sektörlerde **zaman** rekabet avantajının vazgeçilmez elemanıdır. Elektronik sektörde yeni bir ürünü piyasaya ilk süren 2 üretici piyasanın %80'nini ele geçirir. 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 bir çok 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 firmasından 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.

## 4. YENİ KAPİTALİZMDE ÇALIŞANLARIN REKABET GÜCÜNÜ ARTTIRMAK İÇİN UYGULANMASI GEREKEN POLİTİKALAR

### 4.1. Yöneticiler

4.1.1. Çok büyük mali güce sahip olan fonlar artık yeni patronlardır. Fon temsilcileri yönetimi de şekillendiriyor. Büyük şirketlerin hiçbir şey olmaz sanılan başkanları değişiyor. (GM'den Robert Stempel; IBM'den Akers, Apple, Kodak, American Express, Westinghouse başkanları)

### 4.1.2. Yöneticilerin Özellikleri:

- ✓ Erken kalkan ve zamanını iyi kullanan
- ✓ İşimi nasıl yeniden icat ederim diye kafa yoran
- ✓ En çok üç aylık planlar yapıp sonuçlarını her gün izleyen, her hafta sonu sekreterin kestiği ekonomi kupürlerini okumak yerine odasında açık CNBC ekranı ve günde en az 5 kez Reuters'a bakarak karar veren
- ✓ Müşteriler, hissedarlar ve çalışanlar sacayağının dengesini iyi kuran
- ✓ Yerinin hiçbir zaman garanti olmadığını bilen
- ✓ Yetkin, enerjik, lisan bilen, sürekli seyahat eden, tabii eşini de ona göre seçen kişilerdir.

4.1.3. Hissedarların çıkarları ile çalışanların çıkarları arasındaki çatışmayı önlemenin tek yolu çalışanların da birer hissedara dönüştürülmesidir.

Bunun iki yolu;

- ✓ Ortağı oldukları yatırım fonları veya emeklilik fonlarıyla ve
- ✓ Doğrudan kendilerine verilen hisse opsiyonuyla mümkündür.

Bu sayede mülkiyet tabana yayılmakta ve kapitalizme sosyalizm boyutu getirilmektedir.

## 5. SONUÇ:

Sanayi Devriminden bu yana süregelen ve diğer bütün sistemleri yok eden kapitalizmin alternatifsiz kalması, sürekli **kendini yenilemesinden** kaynaklanmaktadır.

Yeni kapitalizm de ülkeler, firmalar ve çalışanlara yeni davranış biçimleri, yeni sorumluluklar, yeni fırsatlar getirmektedir.

Rekabet savaşı her zamankinden daha kıran kıranadır. Ülkeler vatandaşlarının yaşam kalitesini yükseltmek, firmalar büyümek, hatta ayakta kalmak istiyorsa her adımı **global boyu** düşünerek atmak zorundadırlar.

Firmaların mutlaka yerine getirmesi gereken bir başka husus da **borsaya kote olmak**tır.

Bunun için yurt dışından çarpıcı bir örnek vermek istiyorum.

American Online Time and Warner'ı satın aldığında American Online'ın yıllık cirosu 9 Milyar \$, Time and Warner'ın yıllık cirosu 27 Milyar \$'dı. Buna mukabil satış sırasında American Online'ın borsa değeri Time and Warner'ın kat be kat üzerindeydi. American Online hisselerinin sadece bir kısmını verip Time and Warner'ı satın aldı. Hisseleri önce 27 \$'a kadar düştü. Şu anda yeniden 52 \$.

Bugün en ufak bir söylentide İMKB dikeye yakın iniş çıkışlar gösteriyorsa, halk dövize hücum ediyorsa, şirketlerin en büyük gelir veya gider kalemini finansman oluşturuyorsa bunun en başta gelen nedeni gerek halka açık şirket sayısının gerekse borsaya gününbirlik kazanç kapısı olarak değil de uzun vadeli yatırım aracı olarak bakan hissedar sayısının yetersiz olmasıdır.

İşçi-İşveren ikileminin de çözümü çalışanların hisse sahibi olmasından geçmektedir. Hakça paylaşım, sosyal adalet, sosyal barış önce çalışanlardan başlayarak **sermayenin** tamamen **tabana yayılması**yla mümkün olacaktır.

Amerikan şirketlerinin sermaye yapısına bir kez daha göz atacak olursak:

1. Amerika'da emekli fonlarında 25 milyon kişi
2. Yatırım fonlarında 70 milyon kişi ve 104 milyon hesap var.
3. Fonlarda 10 trilyon \$, bankalarda ise sadece 3,7 trilyon \$ var.
4. Fonlarda paranın 6 trilyon \$'ı borsada.
5. Fonlar Amerika'da borsanın %50'sinden fazlasını kontrol ediyor.

Şayet sosyalizm sermayenin tabana yayılması ve bir ülkenin üretim tesislerinin toplumsal sahipliği ise (ki öyledir) Amerika dünyanın en büyük sosyalist ülkesidir.

Peter Drucker – "1976'da sosyalizm Amerika'ya nasıl gelecek?" sorusuna "Marx kanalıyla değil pazar (market) kanalıyla gelecek" demişti.

**HAKLI ÇIKMAK ÜZEREDİR.**