

Küreselleşme ve Ulusların Rekabet Gücünün Yeni Anahtar Faktörleri

Birol Mercan*

N*ew York Times*'ın ünlü muhabirlerinden Thomas Friedman (1999: 54-56), bir haber için gittiği Japonya'da Lexus otomobil fabrikasını gezerken her gün 300 Lexus otomobilin üretildiği tesiste 60 insan ve 310 robotun çalıştığını ve insanların çoğunlukla kalite kontrolüyle ilgilendiğini görür. Muhabir aynı anda dünyanın en eski yerleşim yerlerinden biri olan ve kendisinin yıllarca yaşadığı Beyrut ve Kudüs'te insanların "hangi zeytin ağacı senin, hangisi benim" meselesinden kavga ettiklerini düşünür. Dünyanın bazı ülkeleri daha verimli ve daha zengin bir ekonomi yaratırken, geri kalanları bazen kendi içinde, bazen de diğer ülkelerle zeytin ağaçları için dövüşmektedir. Evet, zeytin ağaçları bir zamanlar önemliydi ve hâlâ da önemlidir. Çünkü bize biz olduğumuzu, yani kimliklerimizi, dünya üzerindeki konumumuzu -daha doğrusu yurdumuz dediğimiz bir mekânının neresi olduğunu- gösterir ve güven verir. Fakat, sahiplikle ilgili kurallı düzenler kuramadığımızda zeytin ağaçlarının kime ait olduğu meselesi Hitler'in Almanya'da ve Sırp'ların Yugoslavya'da yaptığı gibi, başkalarını ortadan kaldırma yolunda kontrolden çıkabilecek bir dünyaya bizi götürebilir. Buna karşılık, Lexus, hayatı idame ettirme, gelişme, refaha kavuşma ve modernleşmeyi temsil etmektedir. Aynı

* Selçuk Üniversitesi, Karaman İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi.

zamanda, gelişmekte olan ülkelerde yaşayan milyonlarca insan için maddî ilerleme, hayvanla tarla sürmekten veya kestiği odunu kilometrelerce sirtında taşımaktan kurtulma, yâni, geçimini daha iyi sağlama anlamına gelmektedir. Bu insanlar hâlâ bir şeyleri “yüklemek” değil “yüklenmek” konumundadır. Küreselleşme denince aklımıza gelen yeni pazarlar ve teknolojilerden yararlanma gücü, kişiden kişiye ya da ülkeden ülkeye değişse de, daha doğrusu insanlar bunlardan eşitsiz bir şekilde yararlınsalar da, çağın ekonomik araçlarının bunlar olduğu ve bunun dolaylı ya da dolaysız herkese tesir ettiği gerçeği göz ardı edilemez.

Küreselleşme ve Beraberindeki Kavramlar

Geniş bir menzil (yayıma) ve uluslararasılaşma (derinlik) gerçeklerinden ibaret olan (Schwaab, 1997:16) küreselleşmeye, sosyal bilimlerin değişik alanlarından düşünürler farklı boyutları ile açıklamalar getirmektedir. İktisatçılar küreselleşmeyi ticaret, işgücü, dünyanın finansal yapısındaki gelişmeler ışığında dünya ticaretindeki serbestlikle açıklamaya çalışırlarken; sosyologlar, konuya toplumsal yapıdaki değişimler (toplumsal yapıdaki karışıklık, bireyselleşme ve değişimin hızı vs) yanında sosyal ilişkilerin çeşitlenmesini (mesafe ve kültürel yayılım) ele alarak yaklaşmışlardır. Bu bağlamda, Giddens’a göre, küreselleşme “dünya sathında yayılmış sosyal ilişkilerin yoğunluk kazanmasıdır”. Buna göre, yerel olanın şeklini çok uzaklarda ortaya çıkan olaylar belirlemektedir. Siyaset bilimciler ise, politik bir olgu olan demokrasinin ekonomik bir olgu olarak küreselleşmeden nasıl etkilendiği, ulus devletlerin rolündeki değişim ve sivil toplumların gelişmesi açısından küreselleşmeye bakmaktadırlar (Coşkun, 2002: 28-30).

Küreselleşme, günümüz dünya sistemi içinde devletler ve topluluklar arasındaki bağlantıların çok yönlülüğüne işaret eder (Schwaab,1997:16). Bu çok yönlülüğün ekonomik yansımaları, sınır ötesi mübadele işlemlerinin kuvvetlenmesi sayesinde uluslararası ticarî hareketlerin ve uluslararası ekonomik düzenin kökten yapısal bir değişime uğramasıdır. Uluslararası bağların kuvvetlenmesinde itici güçler olarak karşımıza teknolojik ilerleme, girişimcilik dinamikleri, finansal ve kurumsal çerçeve çıkmaktadır (Mitteilung Der Kommission, 1999: 5).

Küreselleşme gerçeğine anlam katan kavramlar; çeşitlilik, süreci gerçekleştiren ehliyeti, yayılma ve güçtür. Çeşitlilik ya da çok yönlülük, ülkelerin iktisat politikalarının dünya ekonomisine entegrasyonu sayesinde ekonomik ilişkilerin küreselleşmesini ifade eder ve küreselleşmenin merkezini oluşturur.

Piyasa

Bu kavramın içinde vergi düzenlemeleri, tüketici ilişkileri, hayat tarzı, teknoloji, piyasa ve piyasa stratejileri ve finans piyasalarının küreselleşmesi bulunur. Tabii, burada işletmelerin küreselleşmesi ile piyasaların küreselleşmesi farklıdır. İşletmeler açısından durum, bir kurumun faaliyetlerinin sınır ötesine taşınmasıdır. Bu o kurumun dünyada, bir bölgede, iktisat politikası açısından veya sektör olarak gelişmeye dâhil olması anlamına gelir. Küresel piyasaları ise, mal ve faktör piyasaları olarak anlamak gerekir ki, burada söz konusu olan yabancı ülkelerin önemli sınırlandırmaları olmadan yayılmanın gerçekleşmesidir. Diğer yandan, çeşitlilik, sadece ekonomik bir yayılmadan ibaret değildir, aynı zamanda diğer toplumların çevresini gözlemeyi de ihtiva eder. Yani ekonomik olduğu kadar ekolojik, politik ve sosyal çevrenin küreselleşmesi olgusunu da içine alır. Bu nedenle, küresel ekonomiden bahsetmek ne kadar doğalsa, çevresel problemlerin küreselleşmesinden bahsetmek de o derece doğaldır.

Küreselleşme ister ekonomik, ister siyasî, ister kültürel olsun, insanî olanı içerir. Küreselleşmeden etkilenenler bireyler ya da işletme, kuruluş, topluluk, devlet gibi farklı yapıdaki birlikler olabilir (Schwaab,1997: 16). Küreselleşme tüm dünyadaki aktörlerin büyüyen ilişkiler ağı sayesinde oluşan bir süreçtir. Küreselleşme, piyasaların genişlemesi ve giderek içiçe geçmiş ağlar hâlinde şekillenmesi, yoğunlaşması, çeşitlenmesi (Gebhard, 1998: 33) ve aynı anda birbirlerini etkilemesidir (Fiedman, 1999: 49). Ayrıca, küreselleşmenin hem zaman hem de mekân boyutu vardır. Devletler ve toplumlar arasındaki enine (yatay) bağlantı ve temasların çok yönlülüğü bugünkü dünya sistemini oluşturmaktadır. Dünyanın bir ucundaki bireysel ve toplumsal bir olay, başka bir yerdeki kararları ve olayları etkilemektedir.

Küreselleşme, ne post kapitalist bir toplumda kapitalizm dalgası, ne “iyi” bir kapitalizmden (sosyal devletten) “kötü” bir kapitalizme (gazino ekonomisi) geçiştir. O, ulusların zenginlik çağından, dünyanın zenginliği çağına geçişin adıdır. Bu süreçte kazançların yanında kayıpların da olması mümkündür. Bu kayıp, bazı ülkeler, bölgeler ve kıtalar (Afrika gibi) için özellikle geçerlidir (Grüber, 2002:3).

“Küreselleşme”, uluslararasılaşma, bölgeselleşme, yerelleşme, çoklu yerelleşme ve “küyerelleşme” (glokalizasyon) kavramlarını da beraberinde getirmiştir.

Küreselleşmenin ilk unsuru olan uluslararasılaşma; artan uluslararası yoğunlaşma sonucu, bir ülke için diğer ülkelerin öneminin büyümesidir. (Schwaab,1997:12). Bir ülkenin ticareti dünyadaki her ülkeyle yapması bir uluslararasılaşmadır. Ancak, Uluslararası ekonomide ulusal ekonomiler hâlâ bir ölçüde belirleyicidir. Ulusal ekonomik aktörler ve (ulus devletler)

uluslararası etkileşimin sonuçlarını, fırsat veya tehdit olarak algırlarlar (Hirst, Thompson, 1998: 35).

Bölgeselleşme; uluslararasılaşmanın bölge ağırlıklı hâlidir. Yani, bölgeselleşme, ülke dışı faaliyetlerin coğrafi olarak sınırlanması, dünyanın herhangi bir bölgesindeki ya da parçasındaki birbirine yakın ülkelerin veya bir kıtadaki ülkelerin bir grup oluşturmasıdır. Küreselleşme ve bölgeselleşme sadece mekânsal boyut içinde farklılaşırlar. Bölgeselleşmede küreselleşmenin karakteristik özellikleri bölge ölçeğinde gözetlenebilir (Schwaab,1997: 13).

Yerelleşme; yerelleşme durumunda, pratikte, uluslararası faaliyetler öne çıkmaz. Yani, esas çalışma sahası ulusaldır. Küreselleşme, yerelleşmeyle iki bakımdan farklıdır. İlk olarak sadece mekânsal bir kabulle dar bir sınırı değil, aksine, ülke dışı aktörlerin (etkilerin) nesnel çevresinde olmayı ifade eder. İkinci olarak, yerelleşme, ülke dışındaki kuvvetli ve mekansal açıdan genişleyen ekonomik ilişkileri sürdürmez. Bunun yerine zayıf, bilinen ekonomik bağlantıları komşu ülkelerle yakınlaştırır. Yerelleşme, bir anlamda, küreselleşmeden dönüştür ve yerellik küreselliğin karşıtıdır (Schwaab,1997: 13).

Çoklu Yerelleşme; bugün sık sık “ulus devletlerin sonu...” ile başlayan cümleler kurulan ülkeler, daha çok dünya yüzeyinde hareket eden çok uluslu şirketlerin güçlü hamleleri ile politik kabiliyetleri ve özerklikleri sarsılanlardır (Kırt,1999:39). Kavram, dar anlamda, uluslararasılaşmayla beraber faaliyetlerin mekânsal dağılımının artması olarak tanımlanabilir. Daha doğrusu, onun ya yerelleşmenin marjinal bir durumu ya da küreselleşmenin özel bir biçimi olduğunu söyleyebiliriz. Karakteristik özelliği hareketin küresel dağılımı olmakla beraber, bireysel ülkeye bakış da önemlidir. Küreselleşmenin bir sonucu olan bu durum, genelde “küresel düşün yerel hareket et” sözüyle ifade edilir. Böyle bir strateji hedefi; tüm dünya için bir yerde olma yerine olayın olduğu yerde satış, organizasyon, üretim yapmak ve imkânlar dâhilinde birçok yurt dışı pazarda hazır bulunmaktır. Bu, yönetim yetkilerinde ve işletme yapılarında kuvvetli ademi merkezileşmeye götürmenin yanında, şirket yoğunlaşmaları gerektiğinde stratejik ortaklıklara girmeyi ve bir çok ülkede geniş ölçüde bağımsız ana şirkete bağlı şirketlere sahip olmayı getirmektedir (çok uluslu şirketler). Böyle bir durum küreselleşmenin mekânsallığı ile hısum gibidir. İkisi de tüm dünyada ilişki ve nedensellik ağının mekânsal dağılımına sahiptir (Schwaab,1997:14).

Küyerelleşme; bölgesel ekonomik tartışmalara paralel olarak, küreselleşme ve bölgeselleşme ilk bakışta karşıt anlamalı gibi görünür. Küresel yapı, rekabetçi yerellik bağlamında üretir ve yaptıklarını tekrarlar. Bu, küreselleşme eğilimin-

Piyasa

de bölgesel gelişmeyi içkinleştirecek ve bölgesel araştırmaları konu alacak derecede yapılıdır (Strittmatter, 2002: 96). Bir yanda, uluslararası yoğunlaşma ve ürün dağılımı, diğer tarafta ürünlerin yerel ya da bölgesel bazda yoğunlaşması sebebiyle küreselleşme, ulus devletlerin düzenlenmesi ve ulusal sınırların ve yayılmanın ekonomi üzerindeki etkisi olarak anlaşılmaktadır. Aynı zamanda küreselleşme ve bölgeselleşme, küresel bağlantısı olmayan bölge süreklilik gösteremeyeceğinden, birbirinin tamamlayıcısıdır. Bölgelerin yoğunlaşmaya ve uzmanlaşmaya dayanan başarıları, bölgenin içyapısının kabuk bağlamasını (kapanmayı) engellemeyi, esneklik ve yenilik yeteneği elde etmeyi, dışarıya bağlanmayı ve açıklığı gerektirir. Bu konuda en iyi örneklerden biri İtalya'daki deri ürünleri endüstrisidir. Burada geleneksel endüstri küresel yönetim merkezi olmuştur (Becker 1998:4).

Yerel ve küresel gelişim sürecinde karşılıklı bağımlılık ilişkisi, özellikle üretimin post fordist yeniden yapılanma sürecinde aşikârdır. İşletmelerin uluslararası istihdam stratejisinde (global sourcing) bağlantısı ile seri üretimdeki stok maliyetlerinden kaçma (tam zamanında üretim) globalizasyon konseptini karşılar. Aralarındaki işbirliğindeki yüksek güven ve iletişim seviyesine, ancak aktörlerin mekânsal yakınlıkları ile ulaşılabilir. Avrupa'daki birçok yükselen bölgede gelişim sektörün yapısı ya da mekânın konumu sayesinde değil, daha çok küreselleşme baskısından kaçışın, özellikle rekabet ve işbirliği arasındaki performansın -daha doğrusu yenilik standartlarındaki denge ile entegre üretim sistemlerinin- bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Başka bir ifade ile, bölgesel üretim kompleksleri ve artan yerel rekabet ile bağımlılık, bölgenin değerini artırmaktadır (Strittmatter, 2002:96).

Küresel Dünyada Rekabet Yeteneğinin Yeni Anlamı

Özellikle seksenli yılların ortasında itibaren, faktör hareketlerin önündeki engelleri kaldırma çabaları, özelleştirme ve Doğu bloğundaki dağılıma ile birlikte piyasaların yeniden düzenlenmesi ve teknik ilerlemeler küreselleşmenin sacayaklarını oluşturmuştur (Lammers; 1999: 11).

Serbest piyasa ekonomisi ve açık işbirliği ağları sektörlerin ve devletlerin sınırlarını aşarak işletmeleri doğrudan rekabete yöneltmiştir. Bu süreçte işletmelerin rekabet yeteneklerinin temeli olarak; kalite, hız, müşteriye yakınlık, ürün imajı ve müşteri hizmetleri geleneksel üretim faktörlerine göre daha önemli hâle gelmiştir. Bu yeni gerçeklikte işletmelerin daha çok, insan kaynakları, Ar-Ge ve organizasyon gibi alanlarda yatırımlara yönelmek zorunda kaldıkları görülmektedir (Mitteilung Der Kommission, 1999: 7).

Diğer yandan, küresel güçlerde ve trendlerde meydana gelen değişimler, ülkelere özel fırsatlar sunduğu gibi, onları yeni tehditlerle karşı karşıya da bırakabilmektedir. Ulusların karşılaştıkları fırsatları değerlendirmeleri ya da tehditlere karşı mücadele edebilmeleri, sosyal (kültür, davranış, değer yargıları); ekonomik (faktör zenginliği, endüstriyel organizasyon) ve politik (liderlik) unsurları içeren doğal yeteneklerine ve bunları geliştirmelerine bağlıdır (Kotler, Jatusripitak, Maesince; 200:113).

Bu bağlamda, ülkelerin ve işletmelerin küreselleşen dünyadaki rekabette ayakta kalabilmeleri yönündeki ortak paydaları şöyle sıralanabilir (Mitteilung Der Kommission, 1999: 7).

- 1- Çok yönlü ilişkiler ve yeni kurumsal çerçeve,
- 2- Bilişim sektörü,
- 3- Elektronik trafik-İnternet
- 4- Araştırma ve teknolojik gelişim,
- 5- Yeni küresel aktörler olarak KOBİ'ler,
- 6- İş ve yaşam kalitesi,
- 7- Sürdürülebilir büyüme

Ulaşımın her türlüündeki gelişme ve telekomünikasyona dayalı teknolojik ilerleme mekâna bağlı maliyetleri düşürmüştür, GATT ve WTO çerçevesinde Avrupa entegrasyonu gibi politik hareketler iş, sermaye, hizmetler ve mallar için akıcılığın önündeki engelleri yavaş yavaş kaldırmıştır (Frey, 2001:2). Bu yeni çok taraflı ilişkiler ağındaki yapılar ve hareket tarzları geleneksel ulusal ve bölgesel ilişkileri ve ticareti yeniden düzenlemiştir. Küreselleşme, devletlerin hukukî bağımsızlıklarını pek etkilememesine rağmen, ulusal rejimlerin hareket alanlarını ve etkinliklerini sınırlamıştır. Diğer yandan, birçok ülkenin birlikteliği sayesinde ticarî hareket alanını genişletmiştir. Bugünkü ticarî politikalarda, ülkeler dünya ticaret örgütü çerçevesinde tarife dışı ticarî engellere özel önem vermektedir (Mitteilung Der Kommission, 1999: 8).

Bu süreçte işletmeler ve yatırımcılar ürün ömürlerini yerel kararlara göre denetlemekte ve duruma göre yeni kararlar almaktadır. Düşen taşıma maliyetleri ve azalan siyasî engeller, işletmelerin pazarlarını büyütüştür. Bununla beraber, hem işletmeler arası rekabetin yoğunluğu, hem de optimum işletme büyüklükleri ve işletme yapıları değişmiştir. Birleşmeler, devralmalar, bölünmeler, ayrılmalar ve küçülmeler mantıkî sonuçlar olmuştur (Frey, 2001:2).

Küreselleşme taşıma maliyetlerinin düşmesine neden olurken, işletmelerin optimal büyüklüklerini de düşürmüştür. Mukayeseli üstünlük, bir bakıma

Piyasa

işletmelerin değil, taşıma maliyetlerinin piyasalar üzerindeki etkisi ile kuvvetlenmiştir. Küçük işletmeler kazanırken sanayideki büyük işletmeler küçülmüş ve yenilikçilik yükselen değer olmuştur (Röpke, 1998: 3-4). Naisbitt'e göre artık kalite dünyanın her yerinde üretilebilmektedir. Rekabet pazara girme ve yenilik yapma hızı ile sağlanmaktadır. Kendilerini küçük şirketler topluluğu hâlinde yeniden kurmayan büyük şirketler, işten el çekmek durumunda kalacaklardır. Küresel ekonomiyi *Fortune* dergisindeki 500 şirket değil, aksine, küçük şirketler yaratıyor. Sonuçta, bu listede bulunan şirketler 1970'lerde ABD ekonomisinin yüzde 20'sini oluştururken, şu anda bu oran yüzde 10'dur, gelecekte ise yüzde 5'in altına inecektir. Yine Naisbitt'e (1997:190) göre, günümüzde şirketler o kadar küçülmüştür ki, tek kişiden bile oluşabilmektedir. 1996 verileri ile ABD ihracatının yüzde 50'sini 19 ya da daha az elaman çalıştıran şirketler yapıyor. Almanya'da da buna benzer bir durum görünmektedir. 21. Asrın küresel ekonomisine küçük ve orta boyu işletmelerin hâkim olacağı ileri sürülmektedir.

Bilginin sahipliğindeki ve kullanılmasındaki gelişmeler ülkelerin ve işletmelerin kendi aralarındaki rekabeti üretim faktörlerinin ucuzluğundan ziyade teknolojiye kaydırıştır (Mitteilung Der Kommission, 1999: 8). 1990'lı yılların ortasından itibaren İnternet ve web temelli uygulamaların yardımıyla bilişim teknolojileri yaygın olarak işletmelerde kullanılmaya başlamıştır. Böylece geleneksel iş yapma biçimlerinde, örgütler arası ve örgüt içi ilişkilerde ve süreçlerde köklü değişiklikler meydana gelmiş, işletmeler değişen koşullara adapte olmaya zorlanmıştır (Akın, 2001: 9). Bu çerçevede, rekabet telif haklarına tabi kaynaklar etrafında olmuştur. Bir firmanın değeri onun geleneksel kuvvetinden daha çok organizasyonunun kalitesi ve entelektüel sermayesi ile belirlenir hâle gelmiştir (Mitteilung Der Kommission, 1999: 8).

Bilgisayar ağlarının 1990'lı yıllardan itibaren yaygınlaşmaya başlaması ile yapının içerisinde bilgisayarlar, fakslar, telefonlar, dijital aletler, video konferans araçları ve TV setleri gibi gereçler birer düğüm noktası olarak yer almıştır (Akın, 2001: 11). Bu yapıda kamu kurum ve kuruluşları da E ticaretin yanında E devlet kavramı ile yerini almış durumdadır.

İnternet bir bakıma mesafeyi öldürmüştür. Firmaların piyasaya girme ve mallarını ve hizmetlerini pazarlama imkânları artmıştır. Bu sayede fiyatların karşılaştırılması ve firmaların, rakiplerini analiz etmesi daha da kolaylaşmıştır. İnternet aynı zamanda yeni iş alanları da ortaya çıkarmıştır. Bilginin ve malların daha ucuza taşınmasını ve kullanılmasını sağlamıştır (Mitteilung Der Kommission, 1999: 8). Bu, aynı zamanda, tüketicilerin daha düşük bedelle

mal alabilmelerini de sağlamıştır. Kısaca, bir yandan herkesi tüketici yapan küreselleşme, diğer yandan da herkese üretme ve pazarlama imkânı vermiştir.

Organizasyon etkinliği, bilginin malların üretimindeki payının artmasıyla ortaya çıkan uzmanlaşma ve piyasaların küreleşmesi ile yeni teknolojinin kullanılması endüstrileşmiş ülkelerinin mukayeseli avantajlarını artırmıştır. Bu süreç işletmelerde araştırma, eğitim ve işletme hizmetlerindeki yatırımları önemli hâle gelmiştir. Ancak, yeni teknolojiler bir taraftan yeni iş alanları açarken diğer taraftan da ücretleri yükseltmiş ve işsizliği artırmıştır (Mitteilung Der Kommission, 1999: 9).

Sürdürülebilir büyüme dünyada 1980'li yılların başından itibaren çevre politikalarının da belirleyicisi olmuştur. Ancak, büyümenin etki alanı çevre ile sınırlı kalmamış, ekonomik ve sosyal gelişme anlayışları ile bütünleşmiştir. Buradaki çıkış noktası; bir toplumun ekonomik ve sosyal açıdan gelecek kuşakların da varlıklarını güvence altına alacak biçimde yapılanması gereğidir. Bu bağlamda, sürdürülebilir büyüme kavramı, "Çevre değerlerinin ve doğal kaynakların, savurganlığa yol açmayacak biçimde, akılcı yöntemlerle, bugünkü ve gelecek kuşakların hak ve yararlarını göz önünde bulundurarak kullanılması ilkesinden özveride bulunmaksızın ekonomik gelişmenin sağlanmasını amaçlayan çevreci dünya görüşü" olarak tanımlanabilir (Mengi, Algan,2003: 1-2).

Sonuç

Küreselleşme geçtiğimiz son 20 yılda hakkında en çok konuşulan kavramlardan biri olmuştur. Onu dünyanın üzerinde bir kara bulut olarak görenler olduğu gibi ülkelerinin zenginliklerinin kaynağı olarak görenler de vardır. Aslında burada esas sorun küreselleşme gerçeğinin beraberindeki kavramlarla karıştırılarak küreselizm olarak algılanılmasında ya da bazı ülkeler tarafından (ABD'nin Irak politikasındaki tavrı gibi) bu gözle uygulanmasında yatmaktadır. Ama sonuçta dünya yüzeyinde geçmişe göre ekonomik, siyasî ve sosyal ilişkilerde çok yönlü bir yoğunlaşma olarak görebileceğimiz küreselleşme gerçeği inkâr edilemez. Etkisinin herkes tarafından hissedilir olması, bilişim teknolojisindeki gelişimde aranabilir. Bu nedenle ülkeler ve işletmeler arasında başlıca rekabet teknolojik alanda olmaktadır. Aynı zamanda hızlı iletişimin imkânlarından yararlanma ve esnek uzmanlaşma sonucunda, KOBİ'ler küresel aktörler olmuştur. Bu bağlamda teknolojik ilerlemeler çevreye duyarlı hâle gelmiştir. Aslında çevre sorunu sadece gelişmiş ülkelerin ya da sadece gelişmekte ülkelerin sorunu olmaktan ziyade insanlığın bir sorunu hâlini almıştır.

Piyasa

Küresel dünya'da ayakta kalmak, bireyler açısından "sürekli öğrenme"yi gerekli kılmaktadır. Firmalar rekabet ortamında üretim, maliyet, fiyat, kalite, esneklik ve süratten ziyade yenilik kulvarında yarışacaklardır. Ülkeler için ise, yerel dinamiklerdeki enerjinin küresel tehditlere karşı fırsatlara çevrilmesi başlıca politika olmalı ve yerel dinamiklerin küresel dünya ile bağlanması yönünde politikalar geliştirilmelidir.

Kaynakça

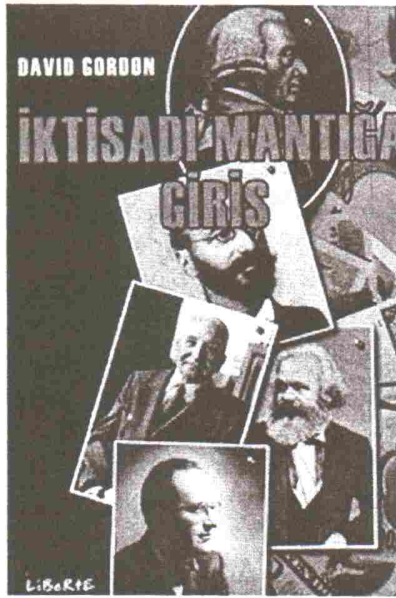
- Akın, H.Bahadır, *Yeni Ekonomi*, Konya: Çizgi Kitabevi Yayınları, 2001.
- Becker, Steffen, Sven Gentner, Vivien Lo, Thomas Sablowski, Hans Jörg Troost "Integrationspapier des Teilprojektbereichs C Globalisierung und regionalisierung" Sonderforschungsbereich 403, "Vernetzung als Wettbewerbsfaktor am Beispiel der Region Rhein-Main" Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt/M.
- Coşkun Recai, *Küreselleşme: Türkiye eksenli Analizler*, İstanbul: Beta, 2002.
- Friedman, Thomas, *Lexus ve Zeytin Ağacı: Küreselleşmenin Geleceği*, İstanbul: Boyner, 2000.
- Gebhard Kirchgasser, *Außenwirtschaft*, 53. Jahrgang, 1998, Heft 1. Zürich, s.33
- Grüber Katrin, Szenarien globaler Entwicklung im 21. Jahrhundert, <http://www.lpb.bwue.de/publikat/forum8/global/3htm>
- Hirst Paul, Thompson Grahame, *Küreselleşme Sorgulanıyor*, çev. Çağla Erdem-Elif Yüksel, İstanbul: Dost Kitabevi Yay., 1998.
- Kirt, Romain, "Kleinstaat und Nationalstaat im Zeitalter der Globalisierung" *ZEİ Discussion Paper*, c 52, 1999.
- Mitteilung Der Kommission An Den Rat, Das Europäische Parlament, Den Ausschuss Der Regionen Und Den Wirtschafts- Und Sozialausschuss, Kommission Der Europäischen Gemeinschaften, Die Wettbewerbsfähigkeit Der Europäischen Unternehmen Angesichts Der Globalisierung, Wie Man Sie Fördern Kann Brüssel, Den 20.01.1999.
- Kotler Philip, Jatusripitak Somkid, Maesincee Suvit, *Ulusların Pazarlanması (Ulusal Refah Oluşturmada Stratejik Bir Yaklaşım)*, Çev: Ahmet Buğdaycı, İstanbul: Türkiye İş Bankası Kültür Yay., 2000.
- Lammers, Konrad, "Raunliche Wirkungen der Globalisierung in Deutschland", *HWWA-Diskussionspapier*, 74 Hamburg: 1999.
- Mengi Ayşegül, Algan Nesrin, *Küreselleşme ve Yerelleşme Çağında Bölgesel Sürdürülebilir Gelişme AB Ve Türkiye Örneği*, Ankara: Siyasal Kitabevi, 2003.
- Naisbitt, John "Ulus Devletlerden Ağlara", *Geleceği Yeniden Düşünmek* Derleyen: Gibson, Rowan, çev. Sinem Gül, İstanbul: Sabah Yayınları, 1997.
- René L. Frey, "Grenzüberschreitende Kooperation zur Stärkung der Wettbe-

werbsfähigkeit von städtischen Regionen Am Beispiel der RegioTriRhena”, 53. Deutscher Geographentag Leipzig, 3. Oktober 2001.

Röpke Jochen, “Schöpferische Antworten auf globales Unternehmertum: der Einfluss des internationalen Handels auf Wirtschaft, Politik und Gesellschaft”, *Zeitschrift für Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur*, Sonderheft III+IV, 1998, 84-101.

Schwaab, A. Jan, “Begriff und Messung der Globalisierung”, *Beitrag*, Nr. 53, Johannes Gutenberg-Universität Mainz, November 1997.

Strittmatter, Rolf, “Regionenmarketing in der Europäischen Union-Determinanten einer strategischen Marketingkonzeption für die ”Vier Motoren für Europa”(Baden-Württemberg, Katalonien, Rhone- Alpes)”, *Dissertation*, Albert-Ludwigs- Universität i. Br., 2002.



İktisadî hayatın doğal bir akışı vardır. Bu akışın rengini genellikle insanların ve olayların doğası belirler. Öyle ki, hiç iktisat eğitimi almamış kimseler bile en karmaşık iktisadî faaliyetleri büyük bir rahatlık içinde yürütür. İyi ki bu böyledir, yoksa insanlar, eğitimine tahsiline dayanarak toplum üzerinde söz hakkı iddia eden kimselerin kölesi olurdu.

David Gordon, *İktisadî Mantığa Giriş*'de mantık ilkelerinden hareketle, neden insanların belirli şekillerde davrandığını, iktisadî kurum ve ilişkilerin nasıl doğduğunu, insanların davranışlarını başkalarınıninkiyle nasıl ahenkli hâle getirdiğini, işbölümünün neden ortaya çıktığını ve insanlığa faydalı olduğunu açıklıyor.

İktisatla ilgilenen ve mantığını kullanmak isteyen herkese...

LIBERTE

kitaplığınızda özgürlüğe yer açın...