

EKONOMİ POLİTİK

Sakız – Oyuncak Ekonomisi

Erinç Yeldan, 16 Eylül 2009

Sakızın ilk kullanımını antik Ege kıyılarına uzanır. Ege'liler *mastika* ağacının reçinesinden elde ettikleri yapışkan maddeyi çiğnemenin diş temizliğinde ve ağız kokularının giderilmesinde yardımcı olduğunu biliyorlardı.

Günümüzün “modern” sakız maddesi ise ilk olarak Meksika yerlileri tarafından elde edilmişti. Meksika yerlileri bölgelerinde sıkça bulunan yerel ağaçların özünü bir kapta kaynatıp, güneşte kurutmaya bırakıyorlar ve bu şekilde sertleşmiş bulunan macunsu maddeyi çiğniyorlardı. Bu kıvama “*chicle*” adını vermişlerdi. Sakızın diğer adı olan “çiklet”in buradan türetildiği anlaşılmaktadır.

Bugün dünya piyasalarında üretilen “modern” sakızlarda artık farklı maddeler kullanılmakta. Sakızın ana maddesine ilaveten şeker veya yapay tadlandırıcılar, farklı lezzet ve boyalar, farklı tüketici gruplarının tercihlerini cezbetmek üzere piyasaya sunulmakta.

Örneğin, kocaman balon yapılabilen sakızlarda ana hammaddenin daha fazla kullanılması gerekiyor...

Toplum içerisinde sakız çiğnemenin genelde hoş karşılanmadığı ve hatta görgüsüzlük olarak nitelendirildiği bir gerçek. Ancak, buna karşın sakız çiğnemenin ağızdaki kasları harekete geçirerek insanın iştahını azalttığı ve sigara içme arzusunu da frenlediği bilimsel olarak ispatlanmış bulunuyor. Bunun ötesinde psikologlar sakız çiğnemenin konsantrasyonu arttırdığını, gerilimi azalttığını ve sinir ve kasları gevşettiğini savunmaktalar. Öyle ki, Amerikan Silahlı Kuvvetlerinde tüm tatbikat ve savaşlarda askerlere düzenli olarak su ve sakız dağıtılmaktadır...

Son günlerde görsel ve yazılı medyada “sakız ve oyuncak satın alın, alın verin, ekonomiye can verin” türü bir tekerleme boy gösteriyor. Söz konusu tekerlemenin ana kurgusunun iç talebi uyararak, ekonomiye canlılık yaratılması ve “*krizin son kalıntılarının da temizlenmesi*” olduğu anlaşılıyor. “Sakız satılırsa, bakkal kazanır; bakkal kazanırsa toptancı kazanır. Toptancı kazanırsa, üretici kazanır; üretici vergilerini öder, devlet kazanır, ekonomi kazanır...” şeklinde sürdürülen keleşlik masalının aslında iktisat birinci sınıf öğrencilerinin daha ilk hafta derslerinde işledikleri *çarpan* kavramına dayandırıldığı anlaşılmakta.

Keynesgil iktisadın başat ögesi olan *çarpan* kavramı, ekonomide her harcamanın, aynı zamanda başkası için bir gelir kalemi oluşturduğu gerçeğinden hareket eder. Gelirler harcandıkça, başka insanlar için gelire dönüşür ve *çoğalır*. Çarpan etkisi analitik olarak, ortalama tasarruf oranının

tersine eşittir. Yani, kısa dönemde tasarruf oranı ne kadar düşerse (harcamalar ne kadar çok artarsa), gelir çarpanı da o denli büyük olur.

Çarpan kavramına iktisat yazınında ilk olarak işaret eden iktisatçı **Bertil Gotthard Ohlin** (1899 – 1979) idi. İsveç'te Stokholm Ekonomi Okulu'nda 1929-1965 yılları arasında profesör olan Ohlin, aynı zamanda (uzun süreden beri İsveç'te Sosyal Demokrat Parti'nin muhalifi olan) liberal görüşlü Halkın Partisi üyesiydi.

Ohlin, 1977 yılında Nobel'e layık görüldü. Ancak ününü daha 1929 yılında Keynes ile Almanya'nın Birinci Dünya Savaşı sonrasındaki ekonomik potansiyeli üzerine giriştikleri tartışmadan haklı çıkararak elde etmişti. Keynes, Almanya'nın Birinci Dünya Savaşı sonrasında ödemek zorunda olduğu savaş tazminatı sonucunda bir daha belini doğrultamayacak şekilde güçsüzleşeceğini savunuyordu. Ohlin ise, Almanya'nın ödemek zorunda olduğu tazminatın dönüp, dolaşım müttefik devletlerce Almanya'nın ihracat talebini arttıracak ve böylece, paradoksal olarak, Almanya'da *çarpan* etkisine dayalı bir dolaylı büyümeye yol açabileceğini savunuyordu.

Tarihsel olaylar Ohlin'i haklı çıkardı. Biraz Ohlin'in kuramsal öngörülerini, biraz da 1930'lu yılların tarihsel dönüşümleri Almanya'yı İkinci Dünya Savaşı'na hazırlayan ekonomik bir deve dönüştürdü. Bu arada John Maynard Keynes, öğrencisi Ohlin'in öngörülerini teknik olarak kafasında tartmış ve *çarpan* ilkesini analitik öğretisinin baş kavramı olarak şekillendirmişti.

Sakız çiğneyerek, ya da oyuncak talebini arttırarak ulusal ekonomide yeterli derecede bir tüketim talebi yaratılabilir mi, bilemiyoruz. Ancak kriz öncesinde ortalama tasarruf oranının zaten yüzde 14'e değin gerilediği bir ekonomide, kriz sürecinde yüzde 15'e dayanan işsizlik oranı ve geriletelen reel ücret baskısı altında ek bir tüketim talebi elde edilebilir mi, kuşkuluyuz.

Kaldı ki, *çarpan* sürecinin arzu edildiği biçimde hedefe ulaşması için bir de yaratılan talebin *ithal* mallara değil, *yerli* mallara yönelmesi gerekmektedir. Yoksa harcanan paralar, ulusal ekonomide değil, ithal edilen ülkelerde geliri arttıracaktır; bu da kriz ortamında çok arzu edilen bir sonuç değildir.

Merak edip baktım. Birleşmiş Milletler'in mal bazında ticaret akımlarını sergilediği veri setine göre (<http://comtrade.un.org>) Türkiye'nin 2008 yılı itibariyle oyuncak ithalatı 235 milyon 334 bin dolar. Oyuncak sektöründe ihracatımız ise sadece 21 milyon dolara ulaşabiliyor. Yani sözün kısası oyuncak talebi, yerli üreticiye değil, ithal ettiğimiz ülkenin üreticisine (olası ki Çin halk Cumhuriyeti'ne) yarayacak gibi gözüküyor.

Şeker bayramın kutlu olsun *Ayşe teyze*. Bu bayram sen gene sakız, şekerleme almayı unutma.