

TÜKETİCİ OLARAK GÜCÜMÜZ

Aydınlık Dergisi, 4 Şubat 2001

Yıldırım Koç

TÜRK-İŞ Başkanlar Kurulu'nun 16 Ocak 2001 tarihli toplantısında alınan kararlar arasında, tüketici olarak gücün kullanılmasına ilişkin aşağıdaki bölüm yer aldı:

“Başkanlar Kurulumuz sendika karşıtı bir tavır içinde olan ve işçi kıyımı yapan işverenlere ve özel olarak da TANSAS işverenine karşı tüketimden gelen gücümüzün TÜRK-İŞ'in yönlendiriciliğinde etkili bir biçimde kullanılmasını istemekte; Tekgıda-İş Sendikamızın başlattığı sendikalı işçilerin ürettiği ürünlerin tüketiminin teşvik edilmesi kampanyasını desteklemektedir. Ulusal sanayimizin karşı karşıya bulunduğu sorunlar da gözönünde bulundurularak, ithal ürünler yerine yerli üretimin tüketimi tercih edilmelidir.”

Bu karar, TÜRK-İŞ içinde yıllardır genel kurul kararlarına da konu olmuş bir alanda mücadelenin yükseltileceğinin işaretidir. Kararda üç önemli boyut var.

Birincisi ulusal sanayimizin ürünlerinin tercih edilmesidir. Avrupa Birliği ile girilen gümrük birliği sonrasında sanayi ürünlerinde gümrük vergisinin kaldırılmasına bağlı olarak ve ayrıca Dünya Ticaret Örgütü'nün ticaretin serbestleşmesi doğrultusundaki çabalarının da etkisiyle, yabancı ürün ithalatı hızla artıyor. Türkiye'de yapılan üretim ulusal nitelikte üretim anlamına gelmese de, yerli ürünlerin ve bunlar içinde de mümkün olduğunca ulusal sanayimizin ürünlerinin tüketimine öncelik verilmesi, yaşanan krizin aşılmasına ve istihdamın korunmasına küçük bir katkı yapabilir.

İkinci boyut, sendikalı işçilerce üretilen ürünlerin tüketiminin teşvik edilmesidir. Tekgıda-İş Sendikası bu konuda 4. sayısına ulaşan bir tüketici bülteni yayınlıyor. TÜRK-İŞ, üye Sendikalarına gönderdiği yazıda, Başkanlar Kurulu kararı uyarınca, ilgili tüm sendikaların benzer bültenler yayınlamalarını istedi ve bunların kamuoyuna duyurulmasında TÜRK-İŞ'in yardımcı olacağını bildirdi. Sendikalı işçilerin ürettiği ürünlerin tüketiminin teşvik edilmesi, sendikalı işçi çalıştıran işverenlerin parasız reklamı gibi bir sonuç da doğuruyor. Ancak, sendikalaşmanın teşviki açısından bu durum kabullenilebilir.

Üçüncü boyut, sendikalı işçilere karşı düşmanca tavır alan işverenlere karşı tüketici boykotlarıdır. Petrol-İş'in Shell, Mobil ve BP'ye karşı ulusal düzeyde TÜRK-İŞ'in desteğiyle gerçekleştirdiği boykot başarılı olamamıştı. Bu mücadelenin yerel düzeyde üç başarılı örneğini, Tekgıda-İş'in Tüketici Bülteninin 4. sayısındaki haberlerden öğreniyoruz. Nestle MİS işyerinde çalışan Tekgıda-İş üyeleri, yemekhanede haftada iki gün verilen tavuğun, sendikaya karşı düşmanca tavır içinde bulunan ve işçi çıkaran Köy-Tür işyerinden alınmamasını istediler. İşveren de bu talebi kabul etti. Tariş'te 5000 personel için çıkarılan yemekte sendikalı işçilerin ürettiği ürünlerin kullanılması, sendikalı işçilerce üretilmeyen ürünlerin mümkün olduğunca tüketilmemesi konusunda anlaşma sağlandı. Ayvalık'ta Unikom ve Komili işyerlerinde çalışan Tekgıda-İş üyeleri, kendilerine her gün verilen ayranın sendikalı işçilerce üretilmediğini belirterek, Nestle Mis Süt veya Pınar Süt ayranı istediler ve işveren de bu talebi kabul etti.

Tüketimden gelen gücümüzün daha yaygın, sistemli ve kapsamlı bir biçimde kullanılması, işçi sınıfı mücadelesinde giderek artan bir öneme sahip olacaktır.