

REKABETÇİ YAKLAŞIMIN ETİK VE İLETİŞİM BOYUTU

Dr. Şeref OĞUZ

Ekonomist-Yazar

•••

Sevgili Başkan, beni geçen hafta "**Türkiye Ekonomisi İçin Mikro Reformlar ve Rekabet Politikası**" sempozyumuna davet edince, gelmeden önce biraz hazırlanayım dedim. Baktım ki benim de hiç yabancı olmadığım konular, ortak örtüşme alanları var. Sağ olsunlar oradaki konuşmacıların arasına beni de kattılar. Bir şeye dikkat ettim; genelde bir boyut eksik. Benim de kendi uzmanlık alanımdan bilgi ve iletişim konusundaki boyutunun eksikliği üzerinden gitmek, orayı en azından tamamlayalım diye bir yaklaşımım oldu. Burada benzer yapı içerisinde kendi bulunduğum noktadan bu boyutları ile aktarmak istiyorum.

Kültür genellikle ihmal edilen, sanki hep varmış yani konuşmaya bile değmez bir konuymuş gibi geliyor ama kültürsüzlük'ten tanımını ancak alabiliyor. Mesela, burada elektrik olup olmadığını ancak gittiği zaman fark ediyorsunuz, varlığını eksikliğinden fark ediyorsunuz. Kültürü de genellikle sanki hep varmış gibi görürüz; içinde yaşadığımız için bilmeyiz ama biraz derinlemesine baktığımız zaman kültürün her şeyin belirleyicisi olduğunu, her ne yapıyor olursanız olun her şeyin belirleyicisi olduğunu görürüz. İşiniz rekabet de olsa, gazete çıkarmak da olsa yada, siyasi bir parti kursanız bile yada, en sofistike, mühendislik disiplinleri bile her kültürde farklı sonuçlar verebiliyor. O açıdan ben kültürün rekabet içinde de mutlaka bir yerde pozisyonlaşması gerektiğini düşünüyorum. Kültür ve değerler için şöyle bir benzetme kullanıyorum: Kültür bir tarla, değerler de oradaki tohumlar. Başka uluslarda çok yüksek olan değerleri bir kültüre getirip diyorsunuz aynı sonucu vermiyor. O yüzden bu değerleri, rekabet için, sizin oluşturduğunuz yüksek değerleri (değer setlerini) kültür tarlası içerisinde nasıl sonuç vereceğini hesap etmek durumundasınız.

Bir analogi yapmak gerekirse bizim ülkeye bir zamanlar otuzlarda "Washington portakalı" getirdik. Kendi yerinde, ince kabuklu, sulu bir meyveydi, oralara gittim gördüm. Getirdik Hatay'a ektik, kalın kabuklu ve ekşi, altında da yumru olan bir meyveye dönüştü. İşte o değer, o tohum o topraklarda başka tecelli ederken, burada başka türlü tecelli ediyor. Benzer yapılar içerisinde, yerlerinde çalışan bu çalışma yasaları içerisinde grev, lokavt gibi kurumlar kendi

kültürümüzde karşılığı olmadığından gerek sendika gerek işverenler tarafından çok kötü kullanılan bir enstrüman haline gelmişti. “Çek”, mesela kendi ülkesinde anında ödeme aracı iken, burada “vadeli” bir işlem aracına dönüştürebiliyoruz. Yani bizlerin alınan her teknolojiyi, alınan her yeniliği mutlaka kendi kültürümüze adapte etme gibi bir alışkanlığımız var -ki bizim yaptığımız gibi Hintli’ler de bunu yapıyor. Çin de benzer şekilde Amerika’nın yaptığı yatırımlarla beraber yaşam tarzını bire bir almak yerine dönüştürüyor ve kendi kültürüne adapte ediyor.

Rekabet kavramını da aynı şekilde bizim toplumda yerleştirmek Rekabet Kurumu’nun itibarını layık olduğu yere getirmek ve bu çerçevede, bu kurumun toplumsal faydasını maksimize edebilmek için rekabetin bu kültürde nasıl yankılandığı konusundaki temel parametrelere de bir bakmak gerekiyor ve rekabetin iletişim noktasına da ayrıca değineceğim.

Öncelikle dikey yapılaşmış uluslar, yani genellikle yukarıdaki insanların vaaz ettiği alttaki insanların da dinlediği dikey yapılar içerisinde "rekabetin" pek hoş karşılanmayan bir karşılığı var. Rekabet dediğimiz zaman ya lise bahçesinde bir kız için rekabet eden iki delikanlıyı yada “tele vole” kültürü ile konuşacak olursak ezeli rekabeti anlıyoruz. Rekabet bizde sancılı bir şeydir. Rekabet konusunu düzenlemeye kalktığınız zaman bu yarışı bir şekilde karar altına almak durumundasınız. O zaman da yarış ve kural noktasında sıkıntıları olan bir kültür içerisine giriyoruz. Daha önceki konuşmamda biraz temas etmiştim ama şimdi biraz daha açmak istiyorum.

Bizde “rakip” yarışta olduğumuz; öteki noktasından tanımını buluyor. Yani rakip, eğer bir yarış söz konusu ise biz olmayandır. O, biz olmayan olunca da ben ve öteki ayrımı dediğimiz anlayış meydana getiriyor. Ötekine tahammül mü ediyorsun, yoksa ötekini seviyor musun? Ötekini nasıl var ettğimiz zihinde yarışın nasıl geçeceği konusunda bize fikir veriyor. Öteki yok edilesi yani elinden o imkan alınması gibi tanımlarsanız; ayrıştırma kültürü diye tanımlarız bu durumu. Rekabet anlayışında başka bir yere gidiliyor ki o Rekabet Kurumu gibi bu yarışı düzenleyecek kurumların, inşallah Allah kolaylık versin, işleri daha zor. Bunun yanı sıra kuralları düzenlemek yetmiyor uygulatmanın külfeti de gelmiş oluyor. Ya da karşıdaki insanı birlikte iş yapabileceğin, varlığını tahammülden öte, sevebileceğin birisi olarak tanımladığın zaman rekabet başka boyutlara varıyor.

Bir de hepinizin bildiği bir şey var. meşhur davranış bilimleri konusundaki filozof Maslow’un, söylediği gibi ihtiyaçlar hiyerarşisinde ya da pramidinde eğer siz piramidin en altındaki fizyolojik ihtiyaçlar noktasındayken ben ve öteki de hoyrat davranabileceği bir noktada olabiliyor. Tıpkı vahşi tabiatla olduğu gibi, sizin ayakta kalabilmeniz için karşıdakinin yok olması, sizin doyabilmeniz için onun aç kalması gibi. Yada geçtiğimiz yüzyılda olduğu gibi

Londra'daki mermerlerin “sodayki mermer” olabilmesi için Somali'lerin o ızdırabı çekiyor olması gerektiği gibi bir yapıda da bu durumu görebilmek mümkün. Ama gelir seviyeniz artıp ihtiyaçlarınızı daha üst tatminlere getirdiğiniz zaman, fizyolojik ihtiyaçlarınız tatmin edilince, yarışmada kurallara uyan ötekini tanımlarken daha rahat, korunma güdüsü ile kendinizi saklayan değil işbirliğine açık hale gelebiliyorsunuz.

Türkiye'ye baktığımda son yirmi yıllık seyahatimde daha fazla veriye sahip olabildiğimiz yapıda bunu devletin, vatandaşı ile şirketin müşterisiyle, patronun çalışanıyla, birinin diğer rakibiyle ilişkisinde de bazı kırılmalar iyileşmeler olduğunu görüyoruz. Belediyeden bir örnek vereyim. Fert başına milli gelirin 1000, 1500, 2000 civarında olduğu yapılarda derdimiz suydı. Mesela ben İstanbul'da oturuyordum, o zaman tek derdim vardı iki tane çocuğumuz var sularımız akmazdı. Yollarımız çamurluydu dertlerimiz bunlardı. Çalışmalarda bu ihtiyaçları karşılamak üzereydi ve rekabetinde yani karşı taraftaki insanında varlığına tahammül de bu çerçevede geliyordu. Fakat artan milli gelirle beraber bakıyoruz belediyelerin ajandaları değişmiş, İstanbul Belediyesi'nin su diye bir sorunu yok. Ne kadar çok lale dikeceğim, kültür başkenti miyim? Yada talepler noktasından bakıyorum. Vatandaşlar düne kadar yol, su, çöpüm alınsın diyen kadınlar, bana kültür evi verilsin, çocuğuma oyun alanları açılsın, bana meslek kursları açılsın gibi taleplerini yükseltiyorlar. Öbür taraftan, rekabet noktasına baktığımız zaman karşıdaki ile ilgili olarak özgüvenin artması, milli gelirin artmasına yansıyan bir iyileşme söz konusu yani şu anda Türkiye'de fert başına milli gelir 10.000 doları aşmasa, ilerde daha da artabileceği çerçevedeki rakip anlayışının az önce söylediğim vahşi arenadan yavaş yavaş daha yumuşak yönetilebilir bir arenaya doğru gidebileceğini gösteriyor.

Başka bir sıkıntı "hoşgörü" noktasında var. Geçmişinde hoşgörü sicili temiz bir toplumuz. Fakat toplumları var eden dinamikler elimizden alınması ki bunlardan bir tanesi "göç" parametresidir. Kendi yöresinde kapalı bir ekonomi içerisinde dengesini korumuş 1000 yıllık geçmişiyle ilgili dengede bulunan insanlar kente gelip yeni mevzi tutmasında bu değerleri yitirince çok vahşileştikleri ortamları da görebiliyoruz bu değerleri kaybettiğinde. Hoşgörülerin azaldığı yapıları da gördük. Dünya hoşgörü endeksinde sicilimiz iyi değil kötü. İyi haber şu; hızla iyileşiyor. Bunu da ben artık köyden kente göç sürecinin tamamlanmaya yakın olduğu veya tamamlandığı ayrıca kent kültürünün kentte yaşam kültürünün ikinci kuşağının devreye girmesi ve bu çerçevede bakınca hoşgörü yani bir diğerine tahammül noktasında eskiden çok daha fazla ihtiyaçlar ortaya çıkması olarak görüyorum. Anadolu'yu dolaşan biri olarak söyleyeyim Özellikle düne kadar kobilerimiz, birlikte iş yapmak zorunda olduklarını krizlerle öğrenmeye başlayınca, yani o küçük küçük şirketlerin işe yaramadığını, ortak iş

yapma kültürüne muhtaç olduklarını anlamaya başlayınca ortağını dolandırmak yerine ortağı ile uzun vadeli iş kurma meyline daha yatkın gelmiş oluyorlar. Yani bu ilişki sadece iki tane ortak arasında yada müşterisi arasında, rakibi arasında değil vatandaş devlet arasında da ortaya çıkıyor. Devletini dolandıran, bankasının içini boşaltan, sahip olduğu bankayı soyan modelleri 90'lı yıllarda dibine kadar denedik. Belki hatırlarsınız o dönemde çok şey kaybettik, büyük bir bedel ödedik. 2001 yılında bunların faturası önümüze çıktı. O kadar büyük değişimlere tanık olduk ki bugün bile oradan aldığımız gazla en azından şu küresel krizde dayanıklılığımızın daha da arttığını görüyoruz.

Kültürel değişim konusuna gelince bir başka yapıda biraz daha ilerleme göstermemiz gerekiyor ki bu da, oyun ve kural noktasında kültürel kırılmalarımız. TV dizilerini izliyor musunuz bilmiyorum, diziler toplumu hem eğitiyor hem de etrafımızdaki coğrafyaya bizi anlatıyor. Yıllar önce Hollywood filmlerinden kültürel emperyalizm yapıyor diye eleştiri yaparken, bölgede dolaşınca şimdi bana Türk emperyalizminden söz etmeye başladılar: "Diziler yüzünden beynimizi yıkıyorsunuz" diye. Hatta bazı yerlerde bazı diziler yüzünden siz niye kendi yaşam tarzınızı bize dayatıyorsunuz diyebiliyor kimileri. Ama orada işlenen konular içinde kırılmalar görüyorum o da şu; bizde yavaş yavaş daha centilmen, kurnazlık yerine daha akıllıya doğru bir gidiş var. Genelde sıkıntı şu; rakibi alt etme noktasında ya yüz yüze vuruşursunuz ya da ona pusu kurarsınız. İstedığınız en güçlü yasayı alsanız dahi Rekabet Kurumu'nun işleyişinde dünyanın en iyi uygulama örneklerini bir araya getirseniz dahi gelip bu topraklarda hayata geçirdiğiniz de eğer oyunun kurallarına uyum, kurallara iştirak, kuralları ihlal edenlerin cezalandırılmasına karşı duyulan ortak değer yargısı ve de toplumun genelinde kuralların herkese eşit uygulandığına dair yargılar oluşturmamışsanız, işbaşında kim olursa olsun en adil kararı dahi alsa birilerini mağdur, birilerini de mağrur ettiği duygusunu toplumun aklından çıkaramıyorsunuz. Kusur kültüründen yavaş yavaş rekabet centilmenlik kültürüne, rakibi tanımlarken, "fair play" yani oyunun kurallarına uyma, kurulları kişilere göre esnetmeme ve kuralları gücü elinde bulunduran insanın yol boyunca, süreç boyunca işine geldiği gibi değiştirmeme gibi zamanla oluşacak değerlere ihtiyacımız var. Yani belki siz Rekabet Kurumu'nun kuruluş gerekçesini altı ayda hazırlıyor olabilirsiniz, meclisten iki yılda geçirebiliyor olabilirsiniz, ama kültür çok daha geriden geliyor. O yüzden yaptığınız işi yapmanız yetmiyor ,doğrudan anlatmanız gerekiyor.

Genelde gördüğüm kadarıyla kültürün dört adımından söz etmek gerekiyor. Bunları sizinle paylaşmak istiyorum. Projelerimiz gereği yada süreçler gereği iş süreçlerinde maksimum faydaya odaklanırsınız ve kafamız buna çalışır. Ama kültürü işin içerisine kattığımızda sadece iş süreçlerinin yeterli olmadığı, iş tanımlarımızın yeterli olmadığı başka şeylerin ihtiyaçları da ortaya çıkıyor. en

önemli ikinci adım ise ilişki süreçleridir. Yani Rekabet Kurumu'nun iş süreçlerini çok iyi tanımlıyor olması yetmiyor aynı zamanda ilişki süreçlerini de tanımlamak ve bunu da geliştirmek durumunda kalıyor. İlişki süreci nedir? Sadece iç iletişimde kendi bireyleri arasındaki ilişkiler değil aynı zamanda hizmet verdiği insanlar, diğer paralel kurumlar, tamamlayıcı birimler, siyaset kanadı, yargı kanadı, üniversite kanadı ve iş dünyası ile ilişkileri geliştirmek zorundasınız. Bu ilişkiler iş süreçlerinizin sonucunda ortaya çıkmıyor kendi dinamikleriyle kendi farklı gücümüzden kaynaklanan yada zayıflığımızdan kaynaklanan renkleri de barındırıyor. Bir de üçüncü boyutu; iletişim süreçleri; yaptığımız işi doğru anlatma noktasında sıkıntılarınız var yani en iyi en doğru kararı alıyor olsanız dahi onun iletişimini yönetemediğiniz zaman çok kötü sonuçlar olduğunu görüyoruz. Medyadaki tartışmalara bakın; ÖSYM sürecinde ne olduğu önemli değil artık. Öyle bir noktaya geldi ki, toplum bu sürecin iyi yönetilememesinden dolayı genel olarak bir kırılma yaşadı. Bu herkes için geçerli. Hele itibarının çok güçlü bir noktada olduğu ve gücünü, itibarının yüksekliğinden alması gereken kurumlara örnek olarak Rekabet Kurumunda iletişim sürecinin son derece kritik olduğuna inanıyorum. O anlamda mesela ben bakıyorum pek çok kamu kurumunun iletişim süreçlerini iyi yönetmediğini görüyorum. Çok dehşet bir şekilde şunu gördük Türk Hava Yolları'nın(THY) iletişim süreci iyi yönetilmiyor. Bu durum, geçenlerde tanık olduğum bir yangınla gündeme geldi. THY'nda benzer bir konferansta buluşmuştuk. Devlet Demir Yolları'nın da iletişim süreçlerini iyi yönetmediklerini gördük. İşin tuhaf tarafı sizin yönetmediğiniz iletişim sürecini başkası yönetiyor. Genellikle medya yönetiyor. Medya için "kötü haber iyi haberdır" Mutlaka bir çapanoğlu vardır. Olmasa bile bu tasarlanır, yaratılır, yönetilir. Çünkü başka türlü reyting alamıyoruzdur. Kendi içimizdeki sıkıntıların yansımalarından söylüyorum ama bunun karşılığındaki kurum eğer iletişim süreçlerini yönetebiliyorsa bununda parametreleri bellidir. Kendi derdini daha iyi anlatabiliyor yaratılan iletişim krizlerini ortadan kaldırdığı gibi yönetilmemiş iletişimden doğan eskilerin"şuyuu vukuundan beter" dediği; yani ortaya çıkan söylenti gerçeğinin üstünde şiddet yarattığı ortamdan da kaçınabiliyor.

Dördüncü bir süreç de Rekabet Kurumu ile ilgili olarak ve diğer kurumlar için öngördüğümüz"bilgi süreçlerini" yönetmek gerekiyor. İktisatçı olanlarınız bilir. Eskiden denklem çok basitti. Eğer bir ülkede zenginlik biriktirmek istiyorsan üretim araçlarını elinde toplamaya çalışırsın. Adam Smith'in bundan 230 yıl önce "milletlerin zenginliği".nde söylediği gibi emek, sermaye, hammadde toplarsın, elinde tutmaya çalışırsın ve zenginlik yaratırsın. Fakat şu internetin özellikle hayatımıza girdiği noktada bilgi kendi başına üretim süreci olarak eskiden bu süreçlerin içerisinde yardımcı bir maddeyken başlı başına birim olmaya başlayınca bizim davranışlarımızı da değiştirir oldu. Çünkü, diğer üç birim

paylaşıldığında azaldığı için farklı davranırken, özellikle bilgi paylaşılması gereken bir süreç olduğundan ve bu çerçevede ben Rekabet Kurumu'nun rekabete dair, yaptığı işlere dair, kurumun alanına giren bütün konulara dair, bilgileri denetimsiz bir ortamda bulunuyor. İnsanların öncelik sırası, algı sırası ile alınması yerine bunların yönetilmesi, belli bir takdimle sunulması ve gitmemesi gereken bilginin içerde tutulması, gitmesi gereken bilginin de doğru kulaklara gitmesi gerektiği noktasında bilgi süreçleri tanımlıyorum. Bu çerçeveden bakınca iletişim süreçleri yani rekabetin iletişim boyutu işte burada söyleyeceğim konuyla önem kazanmaya başlıyor.

Şimdi bu yapılar içerisinde toplumun sizi biliyor olması seviyor olmasının garantisi değil. İktisatçı olanlar bilir yada basit bir matematik bilgisi de bunu anlamak için yeterli. Bir algı evreninde iki tane eksen var. Altta "bilinirlik eksen" var. Dikey eksende yani "y" ekseninde ise "beğenirlik eksen" var. Bilinirliği sağlamak genellikle daha kolaydır bir maliyet sorunudur. Tarihte öyle bir adam vardı meşhurdur kitaplarda örnek gösterilir "ben tarihe geçeceğim" demişti gitti zenzem kuyusunu kirletmişti. Tarihe geçti. Ama bu beğenirliğinin garantisi değil. Mesela bugün ÖSYM Türkiye'de bilinirliği sanıyorum en yüksek kurum. Ama beğenirlik konusunda sıkıntıları var. Yani sizin iletişiminizi hem bu tarafta "x" ekseninde bilinirliği artırma yönünde gayret gösterirken Rekabet Kurumu'nun toplumdaki algısını yukarıya çekebilmek için dikey eksene de beğenirliğini yukarı çekmeniz gerekiyor. Böyle bir planda fayda ile gidebiliyorsunuz. Şirketlerden örnek vereyim. Şirketler reklam verdiğinde bilinirliğini artırıyor ancak sosyal sorumluluk projeleri yaptıkça eksen diğer tarafa doğru kayıyor. Bu konuda birkaç ölçüm vereyim. Kendi içinde bulunduğum süreçte Koç Topluluğu x ekseninde inanılmaz yüksek y ekseninde düşük bir yerdedi. Baktığınız zaman yatık bir dikdörtgen olarak bütün toplumdaki algısı bunun üzerinden yürüyordu. Şimdi bu tarafta adım attıkça dikdörtgenin kapsadığı alan yani toplumdaki karşılığı Rekabet Kurumu'nun toplumdaki karşılığı daha fazla artacak ya da Koç Holding'in daha da artacak. Kendi bulunduğum gazete içinde çalışmalar yaptığımızda aynı şeyi görüyoruz. Bu yüzden Rekabet Kurumu'nun bir taraftan iletişimini yönetirken diğer taraftan toplumsal yararı aktaracak enstrümanlara da ihtiyacı olduğunu görüyorum. Dışarıdan biri olarak bunun da konuşmamızın içerisinde ancak bir boşluktan, bir ihtiyaçla karşılaşma noktasında olabileceğini inanıyorum. Çünkü hiç bir şey eğer toplumda karşılığı yoksa kabul edilmiyor. O çerçeveden bakınca şu anda Türkiye'de bu vahşi arenada özellikle zenginleşmenin, fert başına milli gelirin artışı, özellikle büyümenin hızlandığı ortamlarda bir kirlenme alanı doğuyor o da etik iş yapma konusunda sıkıntıları doğuruyor. Etik iş yapma konusundaki sıkıntılar da rekabetin etik boyutunun gündeme gelmesini sağlıyor. Şimdi Rekabet Kurumu Türkiye'de rekabete dair bütün unsurları düzenleyince patron olabilir. Elinde yasalar vardır, yasadan aldığı güçlerle bunu

uyguluyor olabilir. Fakat sadece cezalandırma ile değil, mükafatla da bir yere gerektiğinden bu etik alan boş. Şu anda bu alanda etik iş yapmanın, ahlaki değerlerle var olmanın, rakibini ortadan kaldırmak yerine rakibi ile beraber iş yapmanın hem ekonomik gerekçesi vardır hem de ihtiyacı vardır toplumda. O yüzden benim dışarıdan bu kuruma bakışında gördüğüm noktalardan bir tanesi Rekabet Kurumu'nun bu alanda bazı faydalar üretmesi gerektiğini düşünüyorum. Yani rekabetin herkes için kazandıran, yarışın kurallara uygun olduğu taktirde toplumun bütün kesimlerinin refahtan eşit pay alacağı hatta şu ortamda şahsi görüşümü söyleyeyim; 1.700.000 kişinin girdiği sınavın bireylerde eşit şartlarda, uygun koşullarda ve rekabetin adil olduğu bir ortamda gerçekleştiği duygusunun işleniyor olması gerekiyor. Türkiye'de reyting gerekçeleri ile medya şu anda bunu yapıyor. Bunun bir karşılığı yok toplumda. Bir taraf inkar ediyor bu örneği diğer tarafta korkunç bir paranoya içerisinde. Bunun bir etik boyutu olduğunu, insanların o yarışa eşit olarak girmesi gerekliliği bir ihtiyaç. 1700.000 gencin ailesi bu yarışta çocuğunun sınav sonucundan emin olmak istiyor. O zaman bu gibi stratejilerin bu gibi kavramların birileri tarafından seslendiriliyor olması gerekiyor. Sizin görev tanımınızda olup olmaması önemli değil, önemli olan şu; Rekabet Kurumu eğer bu konudaki en üst düzeyde algılanması gereken bir yapı ise rekabet kültürünün de en az uygulandığı yasalar sorumluluk alanları içerisindeki düzenlemeler kadar önemli olması gerekiyor. Bunu belki doğrudan yapamaz ama toplumun bu konuda iş yapmaya hazır birimleri var. Mesela medya ile bu tür ilişkileriniz gelişebilir gibi geliyor. Ya da ortalıkta bir sürü STK dolaşıyor. Güçleri olan STK lardan birkaç tanesi ikna edilebilir. 1.300.000 KOBİ var. Aşağı yukarı da 900.000'de esnaf var. Bunlar iş tanımları dışında olabilir ama aynı sıkıntıları onlar da yaşıyor. Genellikle gözüyle düşünen bir toplum kültür gereği olanı biteni anında kopyalıyor. Kopyalayınca elinize vurup alıyor. Yani bir bakıma 40 Haramiler gibi davranan insanlar var. Bunların yaptığı bir sürü zekayı, birikimi, gayreti çalan ortamlar var yani oyunu fair oynamayan ortamlar var. Ama bu çerçevede ortaya da bir sürüde düzenleyici belediye zabıtasından tut ticaret mahkemelerine vs kadar yani yerel otoritelere kadar ticaret kanunlarına kadar bir sürü düzenleme olabilir. Ama temelde bunun bir taşıyıcı ana arteri olan bir yapı olması gerekir. Rekabet Kurumu böyle bir görev için uygun olabilir. Şunu demek istiyorum, rekabete ve rekabetin ihlaline dair, oyunun kurallarına dair, kuralların uygulanmasındaki pratiklere ve dünya ölçeğindeki iyi uygulamalardan ilham alınmasına dair bir ekspertiz sentez yani bir uzmanlık merkezi haline gelmek ve bunun iletişimini bir STK veya medya üzerinden rekabet konusunda televizyonda programlar yapılması gerektiğini düşünüyorum. Bu kadar kanalların arttığı bir ortamda 35-36 tane haber kanalının olduğu bir ortamda üstelik bir de internet IPTV'ler geliyor ortamda rekabetinde kendini ifade edecek bu tür kavramları işleyecek bazı mecralar yaratması gerektiğini

düşünüyorum. Çok basit bir sebepten dediğim toplumda bilinirliğiniz yüksek olabilir ama gücünüz aynı şekilde olmayabilir. Bunlar doğru iş yapıyorlar, bunların kestiği parmak acımaz, bunlar beni koruyor, başıma bir bela geldiğinde rekabeti yıkıcı bir hale geldiğinde bunlar beni koruyacak algısıdır bütün güç yoksa sizin elinizdeki yasaların gücü onun toplumdaki karşılığı kadar olabiliyor.

Bu işlerin yasaların ruhuna bırakılmaması gerektiğini düşünüyorum. Çünkü yasalar konusunda biraz sıkıntıları olan bir ulus olduğumuzdan yasaların uygulanması genellikle kabahatli olana yönelik olarak yapılıyor. İyiyi ödüllendirmez sadece yasaları çiğneyenleri cezalandırmaya yönelik tasarımı budur. Yasaların ruhuna bakıyoruz insanı kötü, kurnaz, dolandırıcı, sahtekar olarak algılar üzerine inşa edilmiş olduğunu görüyoruz. Türkiye’de de diğer uluslarda da. Fakat onların iyi çalışan uluslarda yani bu yasaların iyi işlediği uluslara baktığımız zaman bunların içselleştirildiği oranda yani toplumda karşılıklarının yaratıldığı oranda işe yaradığını görüyoruz. Sadece bu kurnazlıklar üzerinden gidip yasalarınıza ince ayar vermeye başlayınca toplumda tamda sizin tanımladığınız alanda gidiyor kendine pozisyon buluyor. Siz onlara geçit vermediğiniz sürece sofistike metotlar geliştiriyorlar. Yıllarca ekonomi yönetmenliği yaptığım için bu çerçeve içerisinde eğer sadece yasa üzerinden giderseniz ikna yerine yasalar üzerinden gittiğinizde inanılmaz yaratıcı zekalar ortaya çıkıyor ve bunlar çok daha sofistike metotlarla onların bariyerlerini kırabiliyorlar. Belki yasalara çektiğiniz ince ayarlar daha sofistike yasal şeytanlar üreteceğine, sizin rekabet kültürünü, rekabetin gerekli olduğunu, rekabetin desteklenmesi üzerine yapacağınız çalışmalarla beraber tam tersi bir etki yaratıp yasalarınızda karşılığını bulabileceği kanaatini taşıyorum.

O çerçevede de Rekabet Kurumu’nun elinde bazı enstrümanlar olduğunu görüyorum. Bir kere kendi algım içerisinde söyleyeyim, itibarı yüksek bir kurum. Bu kendi itibarını yönettiği noktasından mı geliyor. Yoksa hakikaten henüz başına büyük bir kaza gelmediğinden dolayı mı geliyor emin değilim. Yani o konudaki ayırımım şu, herhalde sanıyorum büyük bir hata yapmadınız toplumda bu yeni kurumu alma konusunda aslında Allaha şükür yeniliklere açık bir yapımız da var yani kredi açan bir tarafınız da var. Sorun bu açılan kredinin çabuk tüketilmesi noktasıdır. Rekabet Kurumu’nun böyle bir kaza başına gelmiş değil. Fakat bu gelmeyeceği anlamını da göstermiyor. O anlamda bakınca da itibarınızın yönetilmesi gerektiğine düşünüyorum. Neden? Çünkü Rekabet Kurumu bağımsız yapısı ile ve "ali kıran baş kesen" bir demokrasinin kılıcı gibi herkesin başında olması gibi çok özel bir pozisyonundan dolayı böyle bir şeyi yapmak zorunda zaten. Yani itibarı olmayan bir kurumun eline istediğiniz kadar güç verin en fazla "Hüsni Mübarek" olursunuz. Yani bir işe yaramaz bir müddet sonra gelir birileri sizi o gücünüze rağmen alt edebilir. O açıdan güçlü itibarının yönetilmesi

gerektiği noktasında bir katkı söz konusu benim için. Şimdi neler yapılması gerektiği noktasına bakıldığında rekabetin üniversitelerde ders olarak ne kadar anlatıldığını bilmiyorum yani belki rekabet kültürünü belki hukuksal boyutu ile rekabet noktasında mesela ben iktisatçı olarak verdiğin dersler arasında rekabet ama Michael Porter'in hani kümelenme teorisi rekabet teorileri vs ama rekabetle ilgili bir kültürden söz etmiş değilim. Yada hukuksal düzenleme boyutu da olabilir ama bunlardan kastetmiyorum. Okullarda rekabet dersleri en azından seminerler boyutlarında verilmesi gerektiğini düşünüyorum. Buradaki uzmanlarınız gönüllü olarak üniversitelerle birlikte kurulacak işbirliği iletişim süreçleri demiştiniz biraz önce ilişki süreçleri akademiya ile kurulacak işbirliği çerçevesinde mesela en azından iş okullarından başlamak üzere sadece iş üretmeleri lazım değil doktorlara da lazım bence oralarda da inanılmaz şeyler söz konusu. Siyasetçilere lazım, siyaset bilimcilerine lazım. Rekabet her alanda lazım. Üniversitelerde böyle bir açılım söz konusu olabilir. Bunu birkaç alanda biz denedik ve çalışıyor bu iş. Çünkü yeni bir şeyi sunuyorsunuz. Bunun için YÖK müfredatlarına gitmeye de gerek yok. Seminerlerle başlayacak yapılar içerisinde buradaki uzmanlar birikimlerini üniversitelerde paylaşabilir hem kendilerine varoluş alanı yaratabilirler hem de ikincisi üniversitelerde rekabetin bir karşılığını gelen kuşaklar üzerinde kurma noktasında bir yapı olabilir. İkinci bir yapı ben bunun iletişiminin medya üzerinden yada kendi mecralarınız üzerinden yapılması gerektiği düşünüyorum. Sevgili Başkanla konuşurken güzel bir şey söyledi bu sanayi odalarının ticareti otolarının sitelerinde logomuz duruyor yani bu şunu veriyor bu itibarla ilgili bir şeydir. Yani bu site Rekabet Kurumu tarafından ya destekleniyor yada yan yana ismi duruyor. Onun itibarından bir tür güç kayması algılanıyorsa bu iyi bir şeydir. Ama yan yana durduğunuz kurumun da buna güç üretebilmesi için sizinde oraya sadece logonuzu verip o risklere açık halde tutmak yerine belki orada onları da dönüştürme yönünde bir adım atmanız gerekiyor. Yani mesela "rekabet etik rekabet ödülleri" düzenlemek yani bu ödül mekanizması bizde çok merak edilen bir konu ki çok da heves edilen bir konu. Bu kadar Sanayi Odası var bu kadar Ticaret Odası var ortalıkta kurum var kurulmuş bu çerçevede bakınca işin birde rekabet boyutu olduğu algısını buralarda yaratabilmek için sizin doğal paydaşlarınızla ticaret odaları, sanayi odaları paylaştığınızda daha çok işbirliği içine gidilmesi gerektiğini düşünüyorum. Bir başka sıkıntı rekabet konusunda benim bir derdim olduğu zaman aklıma Rekabet Kurumu'nu getirecek enstrümanlara ihtiyacım var. Dışarıdan bakan biri olarak. Bu da nedir? Bugün pek çok insan başına bir şey geldiği zaman "google" yazıyor oradan bir şeyler çıkıyor, rastgele düzenlenmemiş bir şekilde Rekabet Kurumu ayağıma dolanıyor bende oraya giriyorum karışık bir şekilde bir şeylere ulaşıyorum, genelde ulaşamıyorum. Eleştiri anlamında değil ama Türkiye'de bir şey var sizde biliyor musunuz? Bilmiyorum bu kadar uzmansınız kesinlikle kullanıyorsunuzdur. Bende

mastrılarımdan bir tanesi istatistik üzerine bu yüzden biliyorum. Türkiye'de bir kurum var TÜİK. Bu kadar çok iş üretip de bu kadar faydaya dönüştürmeyen bir kurum yok. Orada hiçbir şey yoktur genellikle iletişimin şudur onlardan bir şey isterim mail yazarım, bana şu bilgiyi verin, çok basit testler yaptım Türkiye istatistik yönünde mesela bir ülkenin istatistik kurumundan bulabileceğim en önemli veri nedir? En meşhur veri nedir? Mesela milli gelirdir. İnanın bulamazsınız orada. Kesinlikle bulamazsınız bunu gidin deneyin. Benzer yapılar içerisinde temel sorgulamaya gittiğinizde bunları düzenlenmemiş sadece üretiyor muyuz üretiyoruz ama karşılığı ne var, faydaya dönüştürme noktasını düşünmemiş olduğundan dolayı sizin Rekabet Kurumu olarak bunları kabul etmeniz gerektiğini şahsen düşünüyorum buda iki türlü oluyor. Bir, insanları bilgilendirme noktasında daha iyi bir arayışa ait bir site, var zaten. Ama bunu daha kullanışlı hale getirebilecek bir esneme olabilir . İkincisi bu kadar uzmanın eğer bana fayda yaratmıyorsa bu uzmanlık beni ilgilendirmiyor o kadar kamuoyundaki birisi olarak bu kadar uzmanın bir şeyler üretmesi gerekiyor. Bu üretmeleri sadece yaptıkları işler noktasında paylaştıkları işlerin tanımları gereği var şüphesiz iki tane kurum birbiriyle kapışmışsa buradaki uzmanın işi gidip araştırma yapmak onlarla ilgili dava onun bir noktasına hizmet etmek fakat bunu yaparken rekabet kültürünü geliştirme noktasında sizinde bir şeyler ortaya koyması oradaki şeyleri benimle yada toplumun kesimi ile paylaşması gerektiğini düşünüyorum. O anlamda sadece bir şekilde tek taraflı olarak işimiz bu yaptıklarımız bunlar değil fakat aynı zamanda belki interaktif bir yapı içerisinde soru cevap başına bir şey gelirse cevap verebilecek birimler olması gerekiyor.

Bir başka yapı rekabet ihlalleri konusunda veriler genellikle şikayeti üzerinden yapılıyor. Fakat bu daha pasif bir duruş oluyor. Bugün inanılmaz bir şekilde ağın üzerinde akıllı programlar çalışıyor ve paranın elektronik hale gelmesiyle beraber bütün işlemler arkalarında bir iz bırakıyor. İnternet kurulunu bundan 10 yıl önce biz Ulaştırma Bakanlığı ile beraber kurduğumuzda amaçlarımızdan bir tanesi de buydu. Yakın gelecekte her türlü işlem bunun üzerinden olacak ve insanlar burada ikinci bir hayat var edecekler ki bugün 27 milyon Türk facebook cemaati var Türkiye'de sadece facebook'u olan. Bir başka insanlar grubu da var ama aramızda elektronik hale gelmeye başlayınca ağ üzerindeki yazılımlarla beraber insanları izleyebiliyorsunuz. Bu çerçevede temel ihlalleri ortaya çıkaran bir sürü akıllı yazılımlar söz konusu. Bunu Gelirler İdaresi ve Maliye Bakanlığı ufak ufak kullanıyor. Güvenlik birimleri bunu kullanıyor. Koç Holding'te benim kurduğum bir şirket vardı "Geveze" diye amacı şuydu Türkçe konuşması anlaması vs programlar ve o çerçevede ağın üzerinden olan bu yazılım bugün çok yakın gelecekte siz buradan Türkçe konuşurken karşıdaki insan İspanyol'ca İspanyolcaya çevirip yazılıma doğru gidecek bugün % 74 seviyesinde bugün ticarileşme oranı. Fakat % 95'i aşmış olan bir yazılım var ses

tanıma, yani sizin herhangi bir kelimeyle beraber yaptığınız işlemle beraber aktif olması bir yana sesinizin renginden hatta psikolojik ve kreşendosundan bile davranabilecek akıllı yazılımlarla beraber bugün ağ üzerinde müthiş bir suçlu kriminal tarama söz konusu. Teknik takip dediklerinin daha sofistikesi. Geçenlerde pos cihazları üzerinden bir sıkıntı olmuştu oradaki bir debi artışı yüzünden birileri harekete geçti pozisyon aldılar. Şimdi benzer şekilde bu tür kurumlarla daha iyi bir iş birliği içerisinde Türkiye'deki rekabetin gerçekten fair, iyi, kabul edilebilir, ahlaki olabilmesi için bu tür rekabeti ihlallerine söz konusu olacak yapılar içerisinde işbirliği ve bilişim teknolojilerinin daha iyi kullanma imkanında söz konusu. Ama her ne yapıyor olursanız olun kurumun imkanlarını, uzmanlarını, etki alanlarını geliştirme noktasında ne yapıyor olursanız olun temel bir şeyi yanmadıkça bu başarınız sınırlı kalıyor. Şu andaki başarınızı ölçecek ne hadde ne de öyle bir parametreye sahibim ama bildiğim bir şey var eğer yaptığınız işin toplumda karşılığını alamıyorsanız, yani saygınlığı oluşturamıyorsanız bir müddet sonra elinizdeki güç insanların sizi taciz eden ve sizden kaçmak için kullanacakları bir yapı haline dönüşüyor. O yüzden rekabetin etik tarafı boş, iletişim tarafı eksek gibi görünüyor benim gözümde. Rekabet Kurumu'nun bu algısı noktasında banka cezaları genellikle satışlardaki gösterdiği tutum itibariyle tehlikeli olduğundan büyük majör konularda genellikle kural koyucu biraz da sert yüzlü aynı şekilde şefkatli, şevk edici, destekleyici rekabetin topluma kazandırdığı, sadece üniversite sınavındaki eşit şartlar değil ticaretteki eşit şartlar olmalı. İşletmelerin işe alırken insanlar arasındaki işe alım süreçlerindeki rekabeti, yarışmayı teşvik edici şartlar çerçevesinde derdi ve bir programı olması gerektiğini söylüyorum. Enstrümanlardan bir tanesi bizzat medyayı kullanmak, ikincisi size de eşit mesafede duran kendi medyalarınızı yaratmak ki- web siteniz bunun için var. Bunun içerisine yarın öbür gün IPTV geliyor. IPTV yanı sıra yavaş yavaş elimizdeki cihazların her biri buraya erişim için ara yüz haline geliyor. Akıllı telefonların geldiği noktada, dört-beş sene sonra artık bunların ne tarafı bilgisayar, ne tarafı telefon, ne tarafı kamu kurumu, ne tarafı defter, kitap olduğunu anlamak için şimdiden hazırlıklı olunması gerek. Birikiminizi, uzmanlığınızı orada daha fazla belirgin hale getirmeniz için kurumun içtiyat oluşturmaktan daha fazla belki uzman sayısını artırmanız yani entellektüel sermaye üretmeniz gerektiğini düşünüyorum. Mesela, Rekabet Kurumu'nun güçlerinden bir tanesi de buradaki uzmanların toplamı kadardır neticede ama bu uzmanlığınızın bir kere benim dilime uygun olması lazım. Ben kimim? Fayda verme iddiasında olduğunuz toplumun bireyi olarak, belki medya olarak yarın öbür gün size başvurduğum zaman sizden herhangi bir gizli bilgiyi sızdırmak değil anlamaya yönelik bir sorunun karşılığı olmak noktasında olmalı. Yada ikincisi herhangi bir kurumun başında rekabetle ilgili bir sıkıntı var bilmiyordum, bunun suç olduğunu bilmiyordum karşılığını oluşturma noktasında da Rekabet

Kurumuna büyük iş düşüyor. İncelediğim vakalardan bir tanesi de genellikle ihlallerde bilmiyordum tarafının ağır bastığını görüyoruz. Bunun suç olduğunu bilmiyordum, gerek kurnazlıkla söyleyerek, gerek hakikaten bilmiyordum da denebilir. Bu çerçevede bir karşılık oluşturma noktasında da Rekabet Kurumu'nun yapacağı çok iş olduğunu düşünüyorum. Ama günün sonunda eğer biz bu ülkede en ağır cezaları da vermiş olsanız elinizdeki güç çok yüksek yerlere varmış olsa, el koyma dahil sizin ceza repertuarınızda olsa dahi rekabet kültürünü yeşertmedikçe daima siz burada bir şeyi eksik yapmış olacaksınız gibi geliyor bana. Rekabet iyi bir şeydir; adil oyun herkese kazandırır ve insanlar becerileri noktasında var olur. Başarıyı yarıyla elde etmek mümkündür. İnanın biz büyük devlet olduğumuz zaman böyle çalışıyorduk. En yetkin insanlar en yetkin işlere getiriliyordu. Osmanlı'nın muhteşem 100 yılı sadece o saraydaki entrikalardan müteşekkil değil. Orada inanılmaz bir mühendislik var, yüksek bir teknoloji var, müthiş bir finans altyapısı var. Toprak düzeninden tut bugün kuru işletmeciliğine kadar bugün bizim oradan ilham almamız gereken kurumlar söz konusu. Ahilik kültürümüzün sendikanın karşısındaki lonca yapısını incelemeden dışarıdan alıp birebir bu topraklarda uygulatmak yerine biraz eşelediğimizde kendi kültürümüzde de bu tür karşılıkların bulunduğunu görüyoruz yani biz bu tür becerinin ödüllendirileceği yapıları yaşamışız yine yaşayabiliriz. Bugün Çin, 5000 yıldır aynı yerde. 2500 yıl önce yazılmış Konfüçyüs'ün metnini bugün aynı insanlar okuyor. Bu kadar süreklilik yapısı var.

Bu yapıda baktığınız zaman tamamen kabiliyet odaklı yani eşit yarış içersinde becerinin ve iyi çalışmanın ödüllendirildiği yapıların kazandırdığını ama kurnaz olan yapıların yani nepotizm birilerine koruma vermek, kuralları istediğin gibi esnetmek gibi yapıların kısa dönemde kazandırıyor olsa bile kaybettirdiğini gördük. En büyük örneği de 94 krizinde biz rekabeti bilmiyorduk, yıkıcı rekabetle aynı müşteriye gidip fiyat kırıyorduk. Ben hatırlıyorum iki buçuk dolar'a üretiyorduk tişörtü adamın bir tanesi gidip bunu üç dolara Almanya'ya satıyor. Hatta Denizli den örnek vereceğim. Birisi orada havlu fabrikası kurdu. Dünyada o sıra en modern tesisti Wimbledon tenis turnuvasından birileri bunu aldı dünya markası oldu. Bir anda dünyanın en iyi havlularının üretildiği yer Türkiye oldu. Denizli'deki diğer yatırımcılar aynı uçakla aynı fuara Türk Hava Yolları'nın bilmem kaç sayılı uçağı ile Milano'ya aynı fuara aynı makinalardan almaya gitti. "Sar bana 80 milyon dolarlık, sar bana 120 milyon dolarlık" ve bir anda Denizli Kenti dünyanın en büyük bornoz ve havlu kenti oldu. Dünyadaki kurulu kapasitenin üçte biri bir kentte oluştu. Sonra hiç kimsenin aklına gelmedi "ya kardeşim insanlar her yıl iki tane tişört alınıyor ortalama ama üç yılda bir bornoz alınan bir ülkede, dünyada bu nasıl olur" diye ve bunlar birbirlerini kırmaya başladılar. Gidiyor aynı müşteriye üç dolara satıyor, öbürü diyor ki sana iki buçuk dolara veriyorum diyor. Bunun sıkıntılarını 98'de başka şekilde

kalitesizlikle öğrendik. 2001 yılında da biz nakit akışı, akıllı işletmecilik ve kayırmacılığın işe yaramadığını öğrendik geldik. Şimdi bunları korumak yetmiyor daha da geliştirme noktasında Rekabet Kurumu bence altın bir fırsat eşikte duruyor. O anlamda da bunun iletişimini doğru yapma noktasında eğer yeni enstrümanlar geliştirebilir ve elinizdeki güçlü topluma fayda üzerinden daha iyi aktarabilirseniz benim algıma göre Türkiye bundan çok şeyler kazanacaktır.

Bugün içine girdiğimiz kısır tartışmaların özünde genel bir akılsızlık yatıyor. Ama biliyoruz ki Türkiye bunlardan ibaret değil. Çok şükür ki görünen değil birilerinin de aklı var. Akıllı kurumlarımızın olduğunu da biliyoruz. Ama akıllı kurumlarımızın cesareti ve sesi ne yazık ki akılsız seslerimizin altında silik kalıyor. O yüzden bir şeyi doğru yapmak yetmiyor bunu duyurmak gerekiyor.

O açıdan ben sözlerimi şöyle tamamlayıp soru cevap bölümüne gitmek istiyorum iletişim boyutundan. Rekabet Kurumu Türkiye'nin iyi bir noktasında iyi bir başlangıç yapmış. Toplumunda rekabetin itibarını yükseltme noktasında bir kaldıracı ihtiyacı var. Mevcut yaptıklarının içine kültür boyutunu, etik boyutunu ve bütün bunları toplum tarafından satın alınmasını sağlayacak iletişim boyutunu yapmak diye bir mükellefiyet olduğunun düşünüyorum.