

## KITLIK VE REKABET: REKABETİN NEGATİF SONUÇLARI

İsmail ÇELİK<sup>(\*)</sup>

Özel ticaretin özünde bir parça sahtekarlık mutlaka vardır. Bir köylü bir at satın aldığı zaman onu her fırsatta kötüler. Aynı atı bir yıl sonra satacağı zamansa, daha genç, daha iyi ve daha güçlü durumda olacaktır. Bir insanın kendi malı daima en iyisidir-başkasının ki en kötüsüdür. Bir insanın rakiplerini kötülemesi- genellikle hiçbir dürüstlük izi bulunmayan bir kötülemedir bu-iş yapmanın vazgeçilmez bir ögesidir.

Wilhelm Reich

The Mass Psychology of Fascism<sup>i</sup>

**Özet:** 'Kıtlık' ve 'rekabet' kavramları, iktisat düşüncesinin ve türevi işletmecilik bilgisinin büyüklü kavramlarıdır. Bu iki anahtar kavramdan hareketle inşa edilen Makro İktisadi Sistemler ile Mikro İktisadi Sistemler (Organizasyon Teorileri) kıtlığı arttırıcı bir işlev görmüşlerdir. Bu çalışmada bu paradoksa dikkat çekildi; temel kabullere rezerv konulması çağrısı yapıldı.

**Anahtar Kelimeler:** Kıtlık, sınırsız ihtiyaçlar, rekabet, negatif (Darwinist) rekabet, sipariş edilmiş hayat

**Abstract:** Scarcity and competition are two magic concepts of economy thought and its derivate management knowledge. Macro economic systems and micro economic systems (organization theories) which are constructed by these two key concepts had a function to increase level of scarcity. This study emphasized the paradox concerning this duality and a call up was made to question the basic assumptions.

**Key Words:** Scarcity, unlimited needs, competition, negative (Darwinist)competition, ordered life

Title: Scarcity and Competition: Negative Consequences of Competition

### I. Giriş

Batılı İktisat Teorisi ve onun türevi disiplinler, yerkürenin her tarafında yaşayan insanların önüne kuramsal bir çerçeve koymuşlardır. Bu kuramsal çerçevenin bilinen tarihi, batının merkantilist çağlarına kadar götürülebilir. Doğruluğu a priori<sup>ii</sup> olarak kabul edilen bu kuramsal birikimin pek çok anahtar kavramından ikisi olan 'kıtlık' ve 'rekabet' bu çalışmanın odak noktasını oluşturmaktadır. Fetişleştirilmiş, mitleştirilmiş bu iki kavrama, alışılmışın dışında bir yaklaşımla bakılamaz mı?

Bu çalışmanın amacı, bazı sorular sormak suretiyle, farklı bir yaklaşımı tartışmaya açmayı denemektir. Kıt olduğu varsayılan kaynaklardan hareketle dizayn edilen ekonomik sistemler (kapitalizm, sosyalizm) bu kaynaklar

<sup>(\*)</sup> Dr. Adıyaman Meslek Yüksekokulu Öğretim Görevlisi

üzerinde tasarrufta bulunurken neden son tahlilde aynı bakış açısından (Darwinist rekabet anlayışından) hareket etmektedirler? Darwin'in "Evrin Kuramı"ndan beri kutsanan rekabet kavramının ortaya çıkardığı sonuçların tümü pozitif midir? İnsan türünün hayatının her kareciğini dolduran amaçlı eylemleri ekonomi dolayımında çözümleyen sosyalist düşünce<sup>iii</sup>, merkantilist batıdan beri gerçekleştirilen (merkantilist ekonomi, klasik ekonomi, neo-merkantilist (Keynesyen) ekonomi düşüncesi ve neo-klasik ekonomi) pratikler tarafından doğrulanmamış mıdır? Kıt kaynakların insan ihtiyaçlarının giderilmesi için kullanımına Kapitalizmden farklı bakış açıları getirdiği varsayılan sosyalist düşünce, esin kaynağı Darwin ve Malthus olan "rekabeti" kutsamamış mıdır? Pre-küresel dönemde ulus devletlerin benimsediği ekonomik sistemler ve bu ekonomik sistemlerin yapı taşları olan işletmelerin rekabet stratejileri kıtlığın azalmasına mı çoğalmasına mı hizmet etti?

Küresel dönemin yerküre ölçekli ekonomik sistemi ve bu sistemin yapı taşları durumundaki işletmeleri, daha doğrusu organizasyon teorisyenleri kıtlığın bertarafına "rekabet stratejisi"nden (Porter, 2000) başka bir çözüm önerebilmekte midir? Doğal kaynakların doğasından kaynaklanan kıtlık, makro ve mikro ekonomik sistemler eliyle daha da büyütülüyorsa, insanlık kaçınılmaz akıbetine hazırlanmalı mıdır? Ufukta bir ışık görünmüyor mu? Bir Arap atasözünün işaret ettiği gibi "güneşin altında yeni bir şey yok"; burada yeni, bilinmez şeyler söylenmeyecek; soruların cevapları bilinmektedir ve ufukta da ışık vardır; yeter ki, iktisat düşüncesinin fetişleştirilmiş kuramı ve kavramlarına sorgulayıcı bir yaklaşım sergilenenilsin. Bu yazının konusu ve amacı bu mesafeli duruşa bir davetiye çıkarmaktır.

## II. Kıtlık ve Nedenleri

İktisat teorisi ve işletmecilik kitapları kıtlık kavramı ile başlayıp kıtlıkla biterler<sup>iv</sup>. İktisadın tanımı yapılırken anahtar kavram kıtlıktır: 'iktisat, kıtlıkla savaş bilimidir' ifadesi sıklıkla kullanılan bir tanımdır (Üstünel, 2003, 11). İktisat ve türevi bütün disiplinlerin çözümlemelerinde en merkezi yeri verdikleri bu kavramın iktisatçı ve işletmecilerin sözlüğündeki anlamı, normal sözlük anlamından oldukça farklıdır: Onlara göre, canlıların<sup>v</sup> ihtiyaçlarını gidermek üzere üretilen/üretilecek olan her türlü ihtiyaç gidericilerin (mal ve hizmetlerin) üretiminde kullanılan her şey kıttır; çünkü, bunların bir bedel ödenmeksizin ve bir emek sarf edilmeden edinilmeleri mümkün değildir.

Kaynakların kıtlığı tartışılmaz bir veri kabul edildikten sonra, yapılması gerekenin ne olduğu esasen bellidir: Tercihle bulunmak. Tercih sorunu ise tarihsel süreçte geliştirilmiş iktisadi sistemlerin ilgi alanlarını oluşturmuştur. Burada kıtlık sorununu çözmek için ortaya çıkan iktisadi sistemlerin bir çözümlemesi yapılmayacak. Kıtlık üzerine farklı bir çözümleme yapan önemli bir iktisadi sistemler çözümlemecisinin tanıklığından sonra, kıtlık gerçeğini kabulün sıklıkla üzerinde durulmayan bir sonucuna (boyutuna) dikkat çekilecektir: 'kıtlık gerçeğini kabul, kıran kırana rekabete (Thurow, 1994)

davetiye çıkarmaktır'. Bu konu aşağıda işlenecektir. Şimdi kıtlığın nedenleri üzerine birkaç tespit yapmanın sırasındadır.

İktisadi sistemler üzerine önemli bir yapıt ortaya koyan Beşir Hamitoğulları (1984, 234-236) kendi ifadesiyle, 'kıtlık sorununa sistemler açısından bakarken', iktisat kuramcılarının hemen hiç dikkat etmedikleri bir boyuta bakışları yönelmektedir. Yazar, kıtlığın nedenlerini üç noktada toplamaktadır: Üretim öğelerine bağlı nedenler, iktisadi/sosyal sisteme bağlı nedenler, gelir dağılımına bağlı nedenler<sup>vi</sup>. Üretim faktörlerinin doğasından kaynaklanan kıtlığın anlaşılabilirliğini belirten yazara göre, iktisadi sistemlere bağlı nedenlerden kaynaklanan daha doğrusu tarihsel süreçte geliştirilen iktisadi düşüncelerle dizayn edilen, hemen bütün iktisadi sistemlerin uygulamaları sonucu ortaya çıkan kıtlığın ve yine bu iktisadi sistemlerin üretimin paylaşımında ortaya koydukları eşit olmayan paylaşımından kaynaklanan kıtlığın doyurucu bir açıklaması yoktur<sup>vii</sup>.

Hamitoğulları'nın üçlü ayırımına dördüncü bir *kıtlık yaygınlaştırıcı faktör* ilave etmek mümkündür ve bu ilave işletmeler için kıran kırana rekabet stratejilerinin üretildiği bu çağda bir paradoks gibi görünse de doğru olacaktır. Rekabetten kaynaklanan kıtlığı kendisine konu olarak seçen ve bu yolla yukarıda verilen sorulara kısmi cevaplar vermeyi deneyen bu çalışmanın, rekabet kavramı üzerine olan kısmına geçmeden önce "kıtlık" ve "ihtiyaçlar" la ilgili bazı şüpheler uyandırmak da gerekmektedir.

#### A. Kaynakların Kıtlığı ve İhtiyaçların Sonsuzluğu Varsayımı

Her ne kadar yukarıda, "doğal kaynakların doğasından kaynaklanan kıtlığın anlaşılabilir bir yönü vardır" şeklinde bir ifade kullanıldıysa da, A. Smith'in (1776) zamanından beri sorgulanmadan kabul edilen bu varsayıma bir rezerv koymakta yarar var.

İnsan ihtiyaçlarının karşılanmasında doğrudan veya dolaylı (işletmeler tarafından bir üretim sürecinden geçirilerek hazır hale getirilen) kullanılan doğal kaynaklar gerçekten tam da söylendiği gibi kıt mıdır? Doğadaki bütün yenilenemez kaynakların eksiksiz bir miktar tespiti yapılmış mıdır/yapılabilmiş midir? Yenilenemez doğal kaynakların üretimdeki payları bilinmemekte midir? Yenilenebilir, geri dönüştürülebilir ve sentetik kaynakların miktarı ve üretimdeki payları hangi boyutlara ulaşmış bulunmaktadır? Bu sorulara benzer başka sorular da sorulabilir. Ancak, sorulan soruların cevaplarına sıra gelince işin içinden çıkmanın o kadar da kolay olmadığı görülür. Çünkü, bu soruların cevapları bilinmemektedir ve öyle görünüyor ki, bu sorular dahi sorulmamaktadır. Zira daha önce de belirtildiği üzere, klasiklerin gününden beri ortaya konan bu varsayım dini bir nass gibi sorgulanmadan kabul edilegelmiştir. Çünkü bu varsayım, Modern iktisat ve onun bir türevi olan İşletmecilik Teorisi alanlarında düşünce üreticilerinin işini kolaylaştıran bir varsayımdır. Bilim tarihi, bu kadar süre "yanlışlanmadan"<sup>viii</sup> korunan bir başka varsayımı kaydetmiş

midir? Biraz da bu varsayımın ikizi insan ihtiyaçlarının sonsuzluğuna bakmak gerekir.

#### B. İhtiyaçlar Gerçekten Sınırlı mı?

“İnsan ihtiyaçlarının sonsuzluğu” bilimsel bir gerçeği mi işaret etmektedir? Bu konuda düşünce üretmişlerin tanıklığına başvurmadan önce bu varsayımın kaynağına, kim veya kimler tarafından üretildiğine bakmakta yarar var. İktisat teorisi ve onun bir alt dalı sayılabilecek işletmecilik teorisinin üzerine inşa edildiği bu varsayıma bakıldığında, üreticilerinden birinin din adamı diğerinin meşhur bir biyolog olduğu görülür. Malthus ve Darwin.

İskoç asıllı bir papaz olan ve Klasik İktisatçılardan kabul edilen T. Malthus’un meşhur nüfus teorisinin doğal bir sonucu olarak ‘kıtlık ve ihtiyaçların sonsuzluğu’ varsayımı literatürdeki değişmez yerini almış bulunmaktadır. Ona göre, insanların üremesi (nüfus artışı) geometrik, gıda ürünlerinin üretilmesi aritmetik bir artış göstermektedir. Bu durum, sonsuz ihtiyaç sahibi insanlar için kaçınılmaz son olan açlık demektir. Malthus’a göre çözüm, tabiat sofrasına uzanan/uzanacak bazı ellerin ayıklanmasından geçmektedir. Tam da burada Malthus’un imdadına Darwin yetişmektedir. Onun geliştirdiği ve yine sorgulanamaz “evrim teorisi”ne göre, yaşam, canlı türlerinin güç mücadelesinin bir arenasıdır. Bu arenada yaşamayı hak edenler, hemcinsleri veya karşıtları karşısında güçlü oldukları için, en iyi oldukları için kazananlardır. Kısaca Darwin, “varolma mücadelesinin kıt kaynaklar uğruna yürütülen ve yalnızca güçlü olanların hayatta kaldığı bir rekabetten başka bir şey olmadığı görüşündeydi” (Weaver, 1997, 16).

Bu sözler iktisat ve işletmecilik diline çevrilirse, sınırsız insan ihtiyaçlarının karşılanmasında kullanılacak kaynaklar kıt olur. Bu kıt kaynaklarla sınırsız ihtiyaçların tamamını karşılamak imkansız olduğuna göre, bir taraftan Malthus’un önerdiği gibi insan türünün doğal seleksiyonunu gerçekleştirmek (savaş ve benzeri yöntemlerle: bu satırların yazarı savaşlara Malthus ve Darwin’in teorileri ışığında bakmayı adet edinmiştir; ayrıca savaş bir pazarlama stratejisi olarak görmektedir) ve bir taraftan da iktisadi Darwinizmi (iş hayatında kıran kırana rekabeti) teşvik etmek gerekir. Bu konuya aşağıda değinilecektir. Ancak burada, ihtiyaçların sınırsızlığı varsayımına rezerv koyan bazı düşünürlere atıflar yapmak gerekmektedir.

Gönderme yapılacak kaynakların başında Peter Drucker’ın (2003, 40) kişisel bir gözlemi gelmektedir. Yönetim biliminin en önemli filozof-düşünürlerinden Drucker, 90 yılı aşkın ömründe kullandığı bütün ihtiyaç giderici nesnelere daha fazlasına, hatta birkaç katına henüz 10 yaşına varamamış bugünün çocuklarının sahip olduğuna işaret ederken, aslında ihtiyaçların sonsuzluğu varsayımını inandırıcı olmaktan çıkarmaktadır. Drucker’ın torunu tam da sahip olunması gereken, olmazlarsa olmaz ihtiyaç gidericilere sahipse, Peter Drucker’ın kendisi hayatını olmazsa olmazlardan yoksun mu geçirdi? 90 küsur yılı dolu dolu geçiren, yönetim düşüncesi stokuna

en önemli katkıları yapanlardan biri olan bu sıra dışı düşünürü, tam da yaşamı için gerekli olan ihtiyaç gidericilerden mahrum kalmış biri olarak nitelendirmek kolay değilse şu söylenebilir:

Yaşamıyla bütün bir yirminci yüzyıla tanıklık eden düşünür, kendisi dışında dizayn edilen bir yaşam paradigmasını daha az benimseyerek, içselleştirerek (hayat karşısında daha az edilgen kalarak) yaşadı; oysa, torunu ona göre daha savunmasızdır. Çünkü, onun sürdürdüğü yaşam arenasının hemen her kareciği üzerinde başkalarının damgası vardır. Kısaca torunun, dizayn edilmiş, sipariş edilmiş bir hayatı yaşamaktan başka bir şansı yok gibidir. Gereklere büyük oranda ihtiyaç giderici üreticiler (işletmeciler, girişimciler) tarafından belirlenen bir yaşam paradigmasına göre yaşamak zorunda olduğu için, özgün ve özgür tercihleri olan bir özne değil, kendisi için belirlenmiş statünün rollerini icra eden bir 'nesne varlık'tır. Tıpkı, öteki milyarderler hemcinsi gibi.

İhtiyaçların sınırsızlığı varsayımına bir eleştiri de, ünlü bir 'Kapitalizm' çözümlemecisi yazarın düşüncelerinden bir çıkarımla yapılabilir. "Kapitalizmin Geleceği" (1997) üzerine eleştirel bir bakış açısı geliştiren ünlü iktisatçı Lester Thurow'a göre kapitalizm, 'daha çok para kazanmak için para kazanmaktır'. Yazarın bu bağlamdaki çarpıcı tespitlerinden biri de şöyledir: 'kapitalizm, çok para sahibi olmanın en yüksek erdem olduğuna inanmaktır' (1997, 9). Siparişi kapitalistler tarafından verilmiş 'sipariş edilmiş bir hayat' (paradigması) yaşayan modern, post modern çağ insanının en başat umdesi, Thurow'un yukarıda zikredilen cümlelerindeki gerçekler ise, ihtiyaçların sınırsızlığı varsayımının sorgulanmadan kabulüne şaşmamak gerekir. Daha başka şeylere de şaşmamak gerekir. Sipariş edilmiş yaşam, en çok para sahibi, dolayısıyla en büyük erdem sahibi insanların yaşadığı yaşam, tek örnek olarak bütün yerküredeki insanların önüne konuluyorsa (her türlü kitle iletişim aracı ile), yerküre ölçekli veya yerel ölçekli pek çok toplumsal soruna (şiddet, erotizm, uyuşturucu bağımlılığı, her türlü informel örgütlenmeler, mülkiyete tecavüz-hırsızlık) neden şaşıldığına şaşmak gerekir.

Modern ve post-modern insanın sınırsız ihtiyaç sahibi olduğu varsayımına bir eleştiri de I. Illich'ten gelmektedir. Illich, Tüketim Köleliği (2000) olarak Türkçe'ye çevrilen kitabında, modern insanın olmazsa olmaz ihtiyaçları gibi saldırdığı ve edindiği pek çok nesnenin veya mülkün alternatif maliyetinin çok yüksek bedellere baliğ olduğunu kaydetmektedir. Yazara göre, kendisini 35. kata mahkum eden, bunu bir kazanım olarak kedisine sunan anlayış, aslında kendisini eskisinden daha zayıf, fakir duruma düşürmüştür. Çünkü, kendisinin sahip olduğu ayak nimetini (35. katta yaşadığı için) artık kullanamamaktadır. Illich'in (2000, 53) keskin üslubundan başta 'talep yaratma uzmanları' olan pazarlamacılar olmak üzere 'uzmanlar' da nasibini almaktadır: "Halk, uzmanın kendilerine bir ihtiyaç diye yamadığı şeyin eksikliğini duymaya hazır hale gelmedikçe, uzman meslekler egemen ve kabiliyetsizleştirici şeylere dönüşmezlerdi".

Bir modern zamanlar bilgisi olan E. Fromm'un (1990) bakış açısı da farklı değildir. Ona göre sınırsız ihtiyaç sahibi olarak hayatı kurgulanan modern insan, konuştuğu dilin yüklemelerini dahi maddi sahiplikler temelinde şekillendirmiştir; modern insan, 'düşünüyorum' yüklemi yerine 'bir düşünceye sahibim' diyen, diyecek olan insandır.

İhtiyaçların sınırsızlığı varsayımının masum sayılabilecek bir kabul olmadığını ortaya bir diğer batılı da, Tüketim'in yazarı Robert Bocock'tır. Yazara göre, modern zaman insanın, ihtiyaç gidericiler olarak (varsayılan) üretilen nesnelere edinme nedeni fazlasıyla başkalaşmıştır. Modern insan, ihtiyaç giderici olarak üretildiği varsayılan pek çok şeye, ihtiyaç gidericilik vasfından başka bir vasıf, daha doğrusu bir fonksiyon yüklemektedir: 'statü aracı' olmaklık<sup>ix</sup>. İşte yazardan birkaç tespit: "şehir yaşamı, bir tarza sahip olma bilincini, yani hem belli bir gruba has belirleyici özellikleri hem de bireysel seçimleri yansıtabilecek bir alan içinde tüketme gereksinimini artırır. Şehirdeki birey daha çok, bir kimlik duygusu yaratabilmek, kim olarak algılanmayı arzu ettiğini belirtebilmek amacıyla tüketmektedir" (Bocock, 1997, 27)

Benzer çözümlenmeleri, modern toplumları en köklü eleştirilerden birine tabi tutan Fransız düşünürü Baudrillard da yapmaktadır. İnsanlık 'iyilik ve kötülük' kavramlarının yerine 'mutluluk ve mutsuzluk' kavramlarını ikame etmeye başladıktan sonradır ki, modern toplum, tüketim toplumuna dönüşmüştür (Baudrillard, 2005). Bu toplumun işletmelerinin en büyük işlevi, önemli bir kısmı faydasız ve hatta zararlı 'kentsel yaşama özgü menkuller' üretmektir. Düşünüre göre, bu toplumun geleneksel toplumlardan bir farkı da 'gerçek ve sahte ihtiyaçlar' ayırımını işlevsiz kılmasıdır. Çünkü, tüketim toplumunda tüketimin, gerçek ihtiyaçları karşılamadan öte, 'bireylere ayrıcalık ve prestij sağlamak' gibi bir işlevi de vardır (Baudrillard, 1997).

İktisatçı Mustafa Özel ise, 'kapitalizmin kendisinden önceki ekonomik sistemlerden farkına dikkat çeken satırlarında özetle şu tespitlerde bulunur: 'eski sistemler birer ihtiyaç ekonomisi idiler; çünkü amaç, toplumu oluşturan bireylerin temel ihtiyaçlarını karşılamaktı. Kapitalizm ise, sermayenin sonsuz birikimini amaç edinmiş bir sistemdir. Bundandır ki, kapitalizmin ihtiyaçları gidermek için üretimi teşvik etmesi asıl amaç olan sermaye birikimine hizmet içindir. Kapitalizmin giderdiği ihtiyaçlar türetilmiş ihtiyaçlardır' (Özel, 1998, 7). Yazar bir başka eserinde de, pazarlama ve reklamdan hareketle, kıt kaynakların israf edildiğini tespit ederken, ihtiyaçların yapaylığına /tasarlanmışlıklarına dikkatleri çekmekte; modern iktisat sistemlerinin esasen gerçek insan ihtiyaçlarını karşılamak üzere değil de, sermayenin ihtiyaçlarını karşılamak üzere geliştirildiklerini ileri sürmektedir (Özel, 1994, 215)<sup>x</sup>. Son olarak Özel'in atfı yaptığı iktisatçı Galbraith'ın da "ihtiyaçların sonsuzluğuna inanmadığı" ve ona göre 'ihtiyaçların çoğu zaman pazarlamacı ve reklamcılar tarafından türetilip insanlara empoze edildiği' belirtilmelidir (Özel, 1994, 214-216).

### III. Rekabet ve Rekabetin Negatif Boyutları

Rekabet olgusu genelde çağdaş ekonomik sistemin (Kapitalizmin)<sup>xi</sup> özel de ise yönetim biliminin (daha çok da yerkürenin batı yakasında geliştirilen Taylorist ve Fordist Yönetim biliminin) çokça üzerinde durduğu bir konudur. Ancak, 1980’li yıllardan sonra başarısının farkına varılan kapitalizmin Pasifik versiyonu (Japon Kapitalizmi ve işletmecilik dünyasındaki izdüşümü “Ohnoizm”)<sup>xii</sup> kavrama yüklenen pozitif değerlerin çok da doğru olmadığını ortaya çıkardı. Yönetim biliminin Post-Taylorist düşünürleri (Deming, Hamel, Covey, Weaver, Drucker, Thurow, Preffer, Özel, Kırım v.b) rekabet olgusunun, özellikle Taylorist (Anglo-Sakson) yönetim düşüncesindeki algılanış tarzını kıyasıya eleştirdiler. Bu eleştirilerde yalın “rekabet” kavramı dahi payına düşeni fazlasıyla göğüslerken, ‘haksız rekabet’, ‘imha edici rekabet’, ‘kıran kırana rekabet’<sup>xiii</sup> kavramları savunma mevzilerini, yakın bir gelecekte değilse de, orta ve uzun bir gelecekte bütün bütün kaybedebilirler (kaybedebilirler mi?). Başka bir deyişle, yeni anlayış, (yalın) rekabet kavramına olumsuz anlamlar yüklüyorken olumsuz sıfatlarla tamlama oluşturan ‘rekabet’ kavramının savunulabilecek bir yanı olmasa gerektir.

Bundan iki önceki başlık altında da değinildiği gibi ‘kıtlık ve rekabet’ kavramları filozofların (Aristoteles), toplum filozoflarının (David Hume, Adam Smith), iktisatçıların (David Ricardo, John Stuart Mill), teologların (Thomas Malthus) ve biyologların (Charles Darwin) düşünceleriyle yüzyıllardan beri geliştirilmektedir. Kıtlık ve rekabet kavramları (ve dolayımında düşünce üretmeler) adları sıralanan yazarlardan sonra da yoğun taraftarlar bulmuş, eşine az rastlanırlıkta fetişleştirilmiş kavramlardır. Öyle ki, adı geçen insanların kıtlık ve rekabet konusundaki görüşleri üzerine onlarca kitap kaleme alınmıştır.

Kıtlık ve rekabet kavramları, Sanayi Devrimi’nden, içinden geçilmekte olan zamana (21. yüzyılın ilk çeyreği) kadar geliştirilen iktisat ve yönetim teorilerine kaynaklık etmiş; mal ve hizmet üretmek üzere dizayn edilmiş örgütlerin (devletlerden işletmelere kadar) yönetim tarzlarının temel esin kaynağı olmuştur. Bu kavramlar, bugün de (yukarıda adı anılan Post-Taylorist düşünürlerin eleştirel bakışlarına rağmen) en az yüz elli yıl önce olduğu kadar geçerlidir.

İnsanlığın 20. yüzyılda yaşadığı numaralandırılmış savaşların ve halen yaşanmakta olan yerkürenin değişik yerlerindeki bölgesel (veya küresel) çatışmaların nedenleri dikkatlice incelendiğinde, kapitalizmin sıhhat arayışı ve arka plandaki kıtlık ve rekabet kavramlarının motive edici rolü görülür. Bir adım ötede şunu söylemek mümkündür: İçinden geçilen zaman, devlet organizasyonlarının işletmeler tarafından yönlendirildiği, kullanıldığı bir zamandır; dolayısıyla, devletleri yönlendiren işletmeler, pazar paylarını en çoklaştırmak için savaşlar çıkarabilmektedir<sup>xiv</sup>.

Çalışmanın başlangıcında belirtildiği üzere burada yapılan/yapılması düşünülen şey, kıtlık ve rekabet konusunda tartışılmaz kabul edilen genel inanişaya bir rezerv koymaktır. Doğaldır ki bunun için de uzun soluklu bir

literatür taraması yapılmayacaktır. Rekabetin olumsuzluklarına dair çözümlenelerde bulunan birkaç örnekle bu çalışmayı noktalamak hedeflenmiştir.

Japon kalkınmasının temel dinamiklerinden biri olarak ‘rekabeti’ öne çıkaran Sony firmasının efsanevi kurucu-girişimcisi Akio Morita, Türkçe’ye de çevrilen önemli anılarında (1994, 243-244), kendi ifadesiyle rekabetin “karanlık yönüne” de bakışları yöneltmektedir. Morita’nın seçtiği alan ilginçtir: Türk toplumu benzeri toplumların yeterince önemsemediği, Japonya’nın ise olağanüstü önem atfettiği ‘eğitim ve toplumsal yaşantı alanı’. Morita’nın hassasiyeti anlaşılabilir bir hassasiyettir. Çünkü, Japonya’nın hemen hemen sahip olduğu yegane üretim faktörü insandır ve tüm çabalar bu kaynağın mümkün olan en etkin kullanımını sağlamaya dönüktür.

Morita’ya göre, Japon eğitim sisteminin işlerlik kazandırdığı yoğun rekabet, yol açtığı yorgunluk, bezginlik sonucu pek çok Japon gencinin hayatının mahvolmasına kararına sebep olmuştur. Küçük yaşlardan itibaren acımasız bir rekabetin içine itilen Japon gençlerinin, çok güç şartlarda girdiği üniversitede hemen hiçbir şey öğrenememeleri üzücü bir şaka gibidir. Ona göre, Japonya’daki rekabetten yorgun ve bezgin çıkan bir toplumsal katman da Japon devlet organizasyonun çarklarını işler kılan bürokratlardır. Morita’ya göre rekabetin karanlık yüzünü gösterdiği bir diğer alan da medya dünyasıdır; rekabet gazetelerin ve televizyonların her etkinliğinin kalitesini düşürmekle Japon toplumunun çürümesine, niteliksizleşmesine yol açmıştır.

Rekabetin negatif boyutlarına dikkat çeken bir yazar da Toplam Kalite Yönetimi’nin Dört Aşaması’nın (1997) yazarı Charles N. Weaver’dır. Bir bütün olarak batı toplumlarına gerçekte ise batılı yaşamın yaygınlaştığı, yaygınlaşma eğilimi gösterdiği bütün toplumlara projeksiyonlarını yöneltmiş bulunan yazar, rekabetin negatif yansımalarının ulaşmadığı bir alan tespitinde güçlükler çeker. Eğitim dünyasından iş dünyasına ve özel yaşam alanına kadar hayatın hemen her karesinde rekabetin yol açtığı tahribatlara rastlamak mümkündür (1997, 15-19). Okul arkadaşlarını (rakiplerini, hasımlarını ve giderek düşmanlarını kavramlarını kullanmak daha yerinde olurdu) geride bırakamayan bir öğrenci, ülkesi adına en önde spor müsabakalarına katılmaya hak kazanamayan bir sporcu, seçim ipini göğüsleyemeyen politikacı, meslektaşları arasından sıyrılarak terfi edemeyen çalışan, endüstrisinin en büyüğü, en yüksek kazançlısı olamayan işletme... , “en iyiler kazanır” felsefesinin doğal sonucu kaybetmişler sınıfından sayılmışlardır. Bireysel ve toplumsal “kaybetmişlik duygusunun ne olduğu” ise ancak psikolog ve sosyologların çalışmalarıyla gün yüzüne çıkacaktır.

Rekabetin (belki de) en çirkin yansımalarının aksettiği bir alandan (ucuz işgücü alanından, daha da ucuzlaştırmak için gün aşırı yoğun çabaların sarf edildiği alandan) bir örnekle konu kapatılacaktır. “Küresel Düşlerin” (Barnet-Cavanagh, 1995, 259) yazarlarına göre Nike firması Amerika spor malzemeleri piyasasının yüzde kırkını elinde bulundurmaktadır; bu firmanın büyük



çoğunluğu Endonezyalı olan işçilerinin yüzde 40'lık üretim için aldıkları toplam ücret, bu pazar elde edilsin diye firmanın 1992'de Michael Jordan'a ödediği reklam giderinin (20 milyon doların) beşte biri kadardır<sup>xv</sup>.

#### IV. Sonuç Yerine (Varsayılan bir örnek)

A ülkesinin en önemli on firmasının tamamı dikkate değer bir teknoloji olan süper-duper bilgisayar tüpleriyle ilgileniyorlar. Bu teknoloji, evleri temizleyen ve sahibine gerçek bir sesle iltifat eden, ona hayatın zor anlarında yardım eden, akıllı robotlar yapmasını sağlıyor. Aygıtı mükemmelleştirmek için, endüstri bununla ilgili olmayan birkaç teknolojiyi geliştirmek zorundadır ki, bunun maliyeti 1 milyar dolardır. 1'er milyar yatıran 10 firma projeye devam eder. Kısaca geliştirmenin endüstriye (aynı malı üreten firmalar topluluğuna) maliyeti 10 milyardır. Her firma diğerlerinin çabalarının aynısını gösterir. Yeryüzünde bu ürünü isteyen yaklaşık 1 milyar insan vardır; endüstrinin müşteri başına maliyeti 10 dolardır.

Bir başka kıtada, B ülkesinin teknolojik olarak ileri dört firması da aygıtla ilgilenmektedir; aygıtı geliştirmeye karar verirler. Ama yaklaşımları farklıdır (kıran kıran rekabete dayanmamaktadır). Çalışmalarını birleştirir ve düzenlerler. Dört firmanın bütün araştırmacıları bir araya gelir, işi bölüşürler ve sonra bütün bilgileri paylaşırlar. Endüstrinin katlandığı toplam maliyet 1 milyardır; firma başına 250 milyon dolar düşmektedir. Potansiyel pazar payları 1 milyar insandır ve aygıtın müşteri başına maliyeti 1 dolardır. A ülkesinin onda biri bir rakam. B ülkesi firmaları pazara 1.25 dolarlık fiyatla girerken A ülkesi firmalarının en azından 10 dolarlık bir fiyatla girmeleri gerekmektedir.

Sonuç olarak A ülkesi firmaları rekabet gücünden yoksundur. Aşırı rekabetten rekabet edemeyecek duruma düşmüşlerdir. Hükümete, yurt dışından gelen bu dört firmanın oluşturduğu çetenin fiyat politikalarını incelemesi için çağrıda bulunurlar. Daha başarılı metotları ve düşünceleri (dayanışma, yardımlaşma veya "ortaklaşa rekabet"<sup>xvi</sup>) benimsemek yerine B ülkesinden yolunu değiştirmesini isterler (Aguayo, 1994, 119-120).

#### Kaynaklar

- Aguayo, R. (1994), Dr. Deming Japon Mucizesinin Mimarı (çev. Y. Kaan Tunçbilek), Form Yayınları, İstanbul.
- Albert M.-Hahnel, R. (1994), Geleceğe Bakmak (çev. Osman Akınhay), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Barnet R. J- Cavanagh, J. (1995), Küresel Düşler (çev. Gülden Şen), Sabah Yayıncılık, İstanbul
- Baudrillard J. (2005), Şeytana Satılan Ruh , (çev. Oğuz Adanır), Doğu Batı Yayınları, Ankara
- Baudrillard, J. (1997), Tüketim Toplumu (çev. Hazal Deliceçaylı-Ferda Keskin), Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- Bocock, R. (1997), Tüketim (Çev. İrem Kutluk), Dost Kitabevi, Ankara.

- Brandenburger, A. M-Nalebuff, B.J. (1998), Ortaklaşa Rekabet (çev. Levent Cinemre), Scala Yayıncılık, İstanbul.
- Cevizci, A. (2000), Felsefe Terimleri Sözlüğü, Paradigma Yayınları, İstanbul.
- Drucker, P. (2003), Geleceğin Toplumunda Yönetim (çev. Mehmet Zaman), Hayat Yayınları, İstanbul.
- Fromm, E. (1990), Sahip Olmak ya da Olmak (çev. Aydın Arıtan), Arıtan Yayınları, İstanbul.
- Hamitoğulları, B. (1984), İktisadi Sistemlerin Temelleri, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları:539, Ankara.
- İllich, I. (2000), Tüketim Köleliği, Pınar Yayınları, İstanbul.
- Morita, A.(1994), Bir Japon Mucizesi Sony (çev. Yakut Güneri), Rota Yayınları, İstanbul
- Ohno, T. (1996), Toyota Ruhü (Çev. Canan Feyyat), Scala Yayıncılık, İstanbul.
- Özel, M. (1994), Birey, Burjuva ve Zengin, İz yayıncılık, İstanbul.
- Özel, M. (1995), Piyasa Düşmanı Kapitalizm, İz yayıncılık, İstanbul.
- Özel, M. (1998), Küresel Rekabet, İz Yayıncılık, İstanbul.
- Özkazanç Ö. ve diğ. (2003), İktisat Teorisi, AÖF Yayını:773, Eskişehir.
- Popper, K. R. (1985), Tarihselciliğin Sefaleti (çev. Sabri Orman), İnsan Yayınları, İstanbul
- Porter, M. E. (2000), Rekabet Stratejisi (Gülen Ulubilgen), Sistem Yayıncılık, İstanbul
- Thurow, L. C. (1994), Kıran Kırana, Afa Yayıncılık, İstanbul.
- Thurow, L. C. (1997), Kapitalizmin Geleceği, Sabah Yayıncılık, İstanbul.
- Üstünel, B. (2003), Ekonominin Temelleri, Dünya Yayıncılık, İstanbul.
- Weaver, C. N. (1997), Toplam Kalite Yönetiminin Dört Aşaması (Çev.Tuncay Birkan-Osman Akınhay), Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Womack J. P-Jones, D. T. (1998), Yalın Düşünce (çev. Nesime Acar), Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Barber, W. J. (1991), İktisadi Düşünce Tarihi, (çev. İhsan Durdu), Çıdam Yayınları, İstanbul.
- Braudel, F. (1991), Maddi Medeniyet ve Kapitalizm (çev. Mustafa Özel), Ağaç Yayınları, İstanbul
- Chossudovsky, M. (1999), Yoksulluğun Küreselleşmesi (çev. Neşenur Domaniç), Çiviyazıları Yayınları, İstanbul.
- Erol, Ü. (1997), Eleştirel Bir Gözle Serbest Piyasa, Bağlam Yayıncılık, İstanbul.
- Gibson, R. (1997), Geleceği Yeniden Düşünmek (çev. Sinem Gül), Sabah Yayıncılık, İstanbul.
- Gorz, A. (1995), İktisadi Aklın Eleştirisi (çev. Işık Ergüden), Ayrıntı Yayınları, İstanbul
- Hamel G.-Prahalad, C.K. (1995) Geleceği Kazanmak (çev. Zülfü Dicleli), İnkilap Kitabevi, İstanbul.

- Henry, J. (1989), Bir Felsefe Sistemi Olarak Reklamcılık, (çev. Burçak Dağıstanlı), Çıdam Yayınları, İstanbul.
- Hirst P.-Thompson, G. (1996), Küreselleşme Sorgulanıyor (çev. Çağla Erdem-Elif Yücel), Dost Kitabevi, Ankara.
- İnsel, A. (1993), İktisat İdeolojisinin Eleştirisi, Birikim Yayınları, İstanbul.
- Milner, R. (1999), Charles Darwin (çev. Ayşen Tekşen Kapkın), Evrim Yayınları, İstanbul.
- O'Neill, J. (2001), Piyasa (çev. Şen Suer Kaya), Ayrıntı Yayınları, İstanbul.
- Özel, M. (1997), Ticaret Savaşları, Kitabevi Yayınları, İstanbul.
- Pfeffer, J. (1995), Rekabette Üstünlüğün Sırrı: İnsan, (Çev: Sinem GÜL), Sabah Yayınları, İstanbul.
- Prendergast R.-Stewart F. (Editörler), (1995), Piyasa Güçleri ve Küresel Kalkınma (çev. İdil Eser), Yapı Kredi Yayınları, İstanbul.

---

## Notlar

<sup>i</sup> Michael Albert-Robin Hahnel, 1994, Geleceğe Bakmak, s. 126

<sup>ii</sup> “A priori bir önerme, doğru ya da yanlış olduğu deneyime başvurmadan, deneyimden önce ya da tecrübeden bağımsız olarak bilinen önermedir” (Cevizci, 2000, 29).

<sup>iii</sup> Marksizmle özdeşleştirilen “ekonomi hayatı belirler” tezi, Marksizmi benimseyen ekonomik sistemler tarafından değilse de Kapitalist ekonomik sistem tarafından doğrulanmış bulunmaktadır.

<sup>iv</sup> İktisatçı Besim Üstünel ‘Ekonominin Temelleri’ başlıklı kitabının son baskılarına “Rekabetçi Ekonomik Yapı ve Dinamik Etkinlik” (Üstünel, 2003, 377) başlığını taşıyan bir konu ilave ederken adeta yukarıdaki cümlenin şu şekilde kurulmasını ihsas etmektedir: İktisat kitapları kıtlık kavramı ile başlayıp rekabet kavramı ile bitmektedirler.

<sup>v</sup> İşletmecilik kitapları, ihtiyaç sahibi varlık olarak daha çok insanı öne çıkarırlar; oysa, çok iyi bilinmektedir ki, gelişmiş ülkelerin hayvanları için sayısız işletme üretimde bulunmaktadır. Gelişmiş ülkelerin hayvanları, pek çok fakir ülke vatandaşı insandan bu anlamda daha şanslıdır denilse, yanlış olmaz.

<sup>vi</sup> Hamitoğulları'nın ortaya koyduğu son iki faktör bu çalışmanın ilgi alanını oluşturmaktadır; dolayısıyla doğal kaynakların, özellikle yenilenemez doğal kaynakların doğasından kaynaklanan kıtlığın bu çalışma açısından fazla tartışılacak bir yönü yok. Oysa, iktisadi sistemlerden kaynaklanan kıtlık ile gelir dağılımından kaynaklanan kıtlık, bu çalışmanın yapılaş amacıyla çokça örtüştüğündendir ki önemsenmişlerdir.

<sup>vii</sup> Anadolu Üniversitesi AÖF için hazırlanan “İktisat Teorisi” başlıklı ders kitabında (2003) ‘Monopol’ ve ‘Oligopol’ piyasaları çözümlenirken yapılan eleştiriler de Hamitoğulları'nın ayırımına uygunluk arz etmektedir. Analize tabi tutulan Monopol (2003, 136) ve Oligopol Piyasaları (2003, 152) için şu üç temel eleştiri yöneltilmektedir: optimal kaynak dağılımını bozucu etkileri, toplumdaki gelir dağılımını bozucu etkileri ve toplum yönünden kaynak israfına (reklamlar aracılığıyla) yol açmaları.

<sup>viii</sup> Toplum felsefecisi Karl R. Popper, “Viyana Çevresi” adıyla anılan düşünürlerin, “felsefe, diğer bilimlerde olduğu gibi doğrulanabilir bir yapıda olmalıdır; doğrulanamayan bir yargı metafizik bir yargıdır ve anlamsızdır; doğrulanamayan bir şey son tahlilde bilimsel değildir” şeklindeki temel görüşlerinin karşısındadır. Ona göre bilimin özelliği, doğrulanabilir değil, ‘yanlışlanabilir (falsifiable) olmaktadır (Popper, 1985, 9).

<sup>ix</sup> Bocock’a paralel çözümlenmeleri Fransız düşünür Jean Baudrillard’da da (1997) görmek mümkün.

<sup>x</sup> Özel'in aktardığı şu bilgiler yeterince aktüel olmasalar da konu açısından ilginçlik arz etmektedirler: 1989 yılında pazarlama (reklam) harcamaları bütün dünyada 620 milyar dolar olup, dünyada yaşayan her kişi başına 120 dolara tekabül etmektedir (1994, 212).

<sup>xi</sup> Ünlü Fransız tarihçisi, F. Braudel'e göre, kapitalizm piyasa sisteminden hazzetmeyen, piyasa düşmanı bir sistemdir (Özel, 1995). En iyilerin, en güçlülerin yaşayabileceğine iman etmiş kıran rekabeti öneren "rekabet stratejileri"nin varacağı yer de son tahlilde "tekelci"lik değil midir?

<sup>xii</sup> Ohnoizm kavramı, Toyoto Üretim Sistemi veya Yalın Üretim olarak da adlandırılan (Womack-Jones, 1998) Japon Yönetim anlayışının adı olarak, Toyota Üretim Sisteminin geliştiricisi Taiichi Ohno'nun (1996) soyadından esinlenilerek, bu çalışmanın yazarı tarafından geliştirildi.

<sup>xiii</sup> Rekabet olgusunun negatif boyutunu görmek için yönetim düşünürlerinin kullandığı dile, savaş terminolojili dile, bakmak yeterlidir.

<sup>xiv</sup> Bu çalışmanın yazarı, yerküre ölçekli veya bölgesel savaşların, çatışmaların pek çok sebebinin olabileceğini kabul etmekle beraber, en güçlüsünün ve en önemlisinin bir "pazarlama (rekabet) stratejisi olarak savaş"ın öne çıkarılması gerektiğini düşünmektedir.

<sup>xv</sup> Ejder'in (Çin) yüzyılından hareketle yapılan çözümlenmelerden; rekabetin yol açtığı soykırımlardan, insan hakları ihlallerinden, ekolojik dengede meydana getirilen ve yerküreyi yaşanmazlığın eşiğine getiren çevre sorunlarından, Afrika'nın teneke mahallerinden, dokuz yüz Nepalli'ye eş bir enerjiyi tüketen ABD bireyinin dağılımdaki payından, Ortadoğu savaşının maliyetinden, yerküredeki silahlanmanın baliğ olduğu rakamlardan, yerküredeki bütün eğitimsizliğin ve sağlıksızlığın ne kadar küçük paralar gerektirdiğinden, "rekabetin negatif boyutları" bağlamında bahsetmek gerekmez mi?

<sup>xvi</sup> Darwinist rekabeti yumuşatmak için bir eser ortaya koyan Adam M. Brandenburger ve Barry J.Nalebuff'un Levent Cinemre tarafından Türkçeleştirilen kitaplarının başlığı "Ortaklaşa Rekabettir" (1998).