

**ŐİŐLİ MESLEKİ EĞİTİM MERKEZİ**  
**2020 NİSAN UZAKTAN EĞİTİM DERS NOTLARI**

<b>Alan/Dal Adı</b>	<b>: Kantin İŐletmeciliĐi</b>
<b>Ders Adı</b>	<b>: Ürün Alım ve SatıŐı</b>
<b>Dersin Sınıf Düzeyi</b>	<b>: 12. Sınıf</b>
<b>Modül/Kazanım Adı</b>	<b>: Ürün Alımı</b>
<b>Konu</b>	<b>: Rekabet Koşulları</b>
<b>Konu Tarihi Aralığı</b>	<b>: 20-24 Nisan</b>
<b>Ders Öğretmenleri</b>	<b>: Özgüç YAĐCI</b>

## REKABET KOŞULLARI

Rekabet Hukukunun temelini, rekabet kavramı oluşturur. Bu da, rekabet ile neyin ifade edilmek istendiğini ve Rekabet Hukukunun esas aldığı rekabet kavramının, genel rekabet olgusu içindeki yerinin belirlenmesini gerektirir.

Rekabet, sosyal hayatta kimin daha iyi olduğunun bilinmediği durumlarda, bunu belirleme yoludur. Ekonomik yaşamda olduğu gibi, sosyal yaşamın diğer bölümlerinde de, rekabet bize belirli bir durumda kimin başarılı olduğunu gösterirken, kişiler üzerinde de, en iyi ikinci olandan da başarılı olmak için daha çok gayret göstermek gibi bir etki yapar. Rekabet kişileri, bilgi ve becerilerinin tümünü kullanmaya teşvikte, bilinen en etkin yoldur. Kişilerin, diğerlerinden daha başarılı olmak için tüm faydalı bilgi ve becerilerinden yararlanması da toplumsal bir kazançtır ve en iyinin tespiti usulü olan rekabet, en fazla yeni toplumsal değer de ortaya çıkmasını sağlar.

Rekabet Hukukunun temelini oluşturan ekonomik rekabet olgusu da, sosyal yaşamda karşılaşılan rekabetten, genelde nitelik bakımından farklı değilse de, ekonomik rekabetin daha dar bir sahaya ilişkin olması, içerik bakımından farklılaşmaya neden olmuştur.



Ekonomi biliminde, rekabetin biri, alıcı ve satıcıların davranışları, diğeri de alıcı ve satıcıların faaliyet gösterdikleri piyasa yapısı ile ilgili iki farklı anlamı vardır. Rekabet kavramı, klasik ekonomi teorisi bakımından çok önemli ise de, klasik ekonomi teorisi içinde rekabet kavramı üzerinde durulmamış ve bunun sonucu olarak da rekabet, varlığı sezgi yolu ile algılanan bir kavram olarak kalmıştır. Başlangıçta, ekonomi biliminde de bu kavram, günlük dilde kullanıldığı şekli ile yer almış ve iki ve daha fazla kişi arasındaki hasım (düşman) olma durumunu ifade etmek için kullanılmıştır.

Liberal ekonominin kurucularından Adam Smith, rekabeti bir yarışmadaki hasımların davranışlarına benzetmiş ve bunun mal miktarının sınırlı olmasından kaynaklandığını ileri sürmüştür. Smith rekabeti, firmaların piyasadaki değişikliğe uyum sağlama faaliyeti olarak görür. Smith'e göre rekabet, teşebbüslerin kâr elde etmek için, diğerlerinin faaliyetlerini zorlaştırma olarak tanımlanabilir. Smith'in rekabet için yaptığı kendi çıkarları uğruna ve diğerlerinin aleyhine davranmak şeklindeki

tanımı, günümüzde terkedilmiş olmakla beraber, Smith'in bazı gözlemleri modern ekonomi biliminin gelişmesine önemli katkıda bulunmuştur. Smith, rekabetin piyasaya ilişkin bilgilerin herkese açık olduğu ve piyasaya girişin serbest olduğu bir ortamda, gerçekleşebileceğini ifade etmektedir.

Ekonomi biliminde, XIX. yüzyıldan bu yana, matematiksel düşüncenin uygulanmaya başlaması, rekabet sözcüğüne farklı bir içerik kazandırmıştır. Modern ekonomi teorisinde rekabet ile kastedilen, malın fiyatının arz ve talebe göre belirlendiği ve faaliyet gösterenlerin kişiliklerinden bağımsız bir piyasa şeklindedir. Stigler rekabeti, "her bir alıcının sonsuz miktarda talep ile karşılaştığı piyasa", şeklinde tanımlamıştır. Stigler'e göre, rekabet piyasasından ya da sadece rekabetten söz edebilmek için, çok sayıda alıcı ve satıcıların bulunması, ilgili herkesin piyasa hakkında bilgi sahibi olması ve malın bölünebilir ve homojen olması gerekir. Modern ekonomi teorilerinin rekabete verdiği bu anlam, rekabetin günlük yaşamda kullanıldığı şekilden daha sınırlıdır.



Her ne kadar Hayek, Stigler'in bu görüşünü, gerçekleşmesi mümkün olamayacak faraziyelere dayandığı gerekçesi ile eleştirmiş ve rekabeti en iyinin tespiti usulü olarak tanımlamış ise de, liberal ekonomistler arasındaki baskın görüş, rekabetin, piyasa yapısına ilişkin bir niteleme olduğu yönündedir.

Rekabet sözcüğü, günlük hayatta hâlâ, kendi amacı doğrultusunda, diğer firmaların çıkarlarının aksine davranmak olarak, Smith'in tanımladığı şekilde kullanılmakta ise de, günümüzde ekonomi bilimi bakımından, farklı bir durumu ifade etmektedir. Kanımızca, günlük dilde rekabet olarak nitelendirilen durumu, "rakip olmak" şeklinde ifade ederek, rekabet kavramından farklılaştırmakta yarar bulunmaktadır. Örneğin, iki bağ sahibi arasında rekabet vardır, ancak birinin kendi çıkarı için diğerinin faaliyetlerini zorlaştırmağa yönelik herhangi bir davranışı yoktur, hatta birbirlerine yardım ederler. Her ikisinin üretim miktarları, piyasadaki arzı göre o kadar azdır ki, birinin davranışından diğerinin zarar görmesi söz konusu olmadığı için, birbirini rakip olarak kabul etmezler. Ancak çok sayıda bağcının yer aldığı üzüm piyasası rekabet şartlarını yerine getirmekte, her iki bağcı arasında, hasım durumu olmadan da, rekabet gerçekleşmektedir. Yani rekabet kavramı, sadece çok sayıda alıcı ve satıcının bulunduğu ve hiçbirinin tek başına piyasayı etkilemek gücüne sahip olmaması durumu ile ilgilidir. Modern ekonomi teorisine göre, bu şartın gerçekleşmediği durumlarda, örneğin Amerikan

otomobil endüstrisinde Ford, General Motors ve Chrysler şirketleri hasım olmakla beraber, bunlar arasında rekabetten söz edilemez. Bu, aynı piyasada faaliyet gösteren teşebbüslerin, örneğin satış fiyatını belirlemeleri, ya da üretim kotaları tespit etme durumları için de geçerlidir. Teşebbüsler anlaşarak rekabeti ortadan kaldırmışlardır, ancak rakip teşebbüs olma durumları değişmemiştir. Kendi çıkarlarını korumak için, diğerlerinin davranışlarını kontrol etmek zorunda olmalarının yanı sıra, aralarındaki sözleşme hükümlerine, fark edilmedikçe uymayarak daha fazla kazanç elde etmeğe çalışacaklardır. Aralarında herhangi bir anlaşmanın olmadığı hâllerde de durumun farklı olmadığı ve aralarındaki ekonomik bağımlılığın rekabeti ortadan kaldırdığı ileri sürülmüştür.



Ekonomi teorileri bakımından piyasa yapısı ile sınırlandırılmış olan rekabet kavramı, hasım olmak durumunu içermemekte ve firmaların hasım olmaları tam rekabet kavramının içinde yer almamaktadır. Ekonomi bilimine göre rekabet, bilgi akışının tam, malın homojen ve hiçbir alıcı ve satıcının kendi başına fiyatı ve toplam arz miktarını etkilemek gücüne sahip olmadığı bir piyasa şekli olarak tanımlanabilir. Rekabet Hukukunun konusu da, rekabet koşullarının gerçekleştirilmesi için gerekli tedbirlerin alınması ile bu koşulların gerçekleşmediği piyasalarda faaliyet gösteren teşebbüslerin, rekabet piyasasında faaliyet gösteriyormuş gibi davranmalarını sağlamaktır.

Bu sebepten de, teşebbüslerin rekabet şartlarını bozmağa yönelik faaliyetleri kadar rekabet şartlarının gerçekleşmediği piyasalarda, piyasayı kontrole yönelik faaliyetler de Rekabet Hukukunun kapsamına girer. Örneğin, oligopol piyasasında rakip teşebbüslerin birbirlerine üretime ve fiyata ilişkin bilgiler vermesini, Amerika Birleşik Devletler Yüksek Mahkemesi, rakip teşebbüslerin anlaşarak rekabeti ortadan kaldırması ve Rekabet Hukuku kurallarının ihlali olarak nitelendirmiştir. Oysa, saf ekonomi teorisi bakımından ele alındığında, oligopol piyasasında ekonomik bağımlılık sebebi ile rekabetin yok olduğu ve mevcut olmayan rekabetin kısıtlanmasının da mümkün olmayacağı şeklinde bir düşünce akla gelmekte ise de, hukuk politikası bakımından rekabet için gerekli olan sayıda alıcı ve satıcının bulunmadığı durumlarda da, rakip olan teşebbüslerin rekabet piyasasında faaliyet gösteriyormuş gibi davranmaları ve karar vermeleri beklenmektedir. Bu da bizi, Kanun koyucuların rekabet sistemini hangi sebeplerden dolayı vazgeçilmez kabul ettiklerini araştırmağa sevk eder.