

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

<b>Alan/Dal Adı</b>	<b>: Kantine 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>: Tam Rekabette Beklenen Yarar</b>
<b>Konu Tarihi Aralığı</b>	<b>: 27-30 Nisan 2020</b>
<b>Ders Öğretmenleri</b>	<b>: Özgüç YAĐCI</b>

## **Tam Rekabetten Beklenen Yarar**

Ekonomik hayatın düzenlenmesinde rekabetin önemli bir yeri vardır. Rekabeti ihlal eden davranışları yasaklayıcı düzenlemelere tarihin her devrinde rastlanmıştır. Rekabetin ekonomik bir olay olması nedeniyle Rekabet Hukuku da öncelikle rekabetin ekonomik sonuçlarını düzenli bir şekilde elde etmeğe yöneliktir. Ancak, Rekabet Hukuku ile elde edilmek istenen yarar, rekabetin ekonomik sonuçları ile sınırlı değildir. Rekabetin ekonomik sonuçları XX. yüzyılda anlaşılmaya başlanmışsa da, Rekabet Hukuku daha uzun bir geçmişe sahiptir. Bunun doğal sonucu da, Rekabet Hukukunun kabulünde ekonomik gerçeklerin yanı sıra, sosyal ve ahlaki değerlerin etkili ve hatta Rekabet Hukukunun kabulünde bunların ekonomik gerekçelerden de daha etkili olduğu da görülür. Ahlaki ve sosyal ihtiyaçları karşılamak için kabul edilmiş olan Rekabet Hukuku kuralları, ancak XX. yüzyılda ekonomi bilimindeki gelişmelerle yeni bir boyut kazanmıştır.

Rekabet Hukukunun kabulünde ve gelişmesinde etkili olan düşünceler üç genel başlık altında toplanabilir: Hakkaniyet düşüncesinden kaynaklanan ve toplumun ve özellikle tüketicinin korunmasına ilişkin düşünceler, ekonomik yararı temine yönelik düşünceler ve rekabetten beklenen sosyal yarardır.



## **Tam Rekabette Tüketicilerin Korunması**

Rekabeti gerçekleştirmeğe ve korumağa yönelik her Rekabet Hukuku kuralının temelinde tüketicinin korunması düşüncesi vardır. Rekabetin, üretim verimliliği ve teknik gelişmeleri teşvik ederek ve kâr hadlerine sınırlamalar getirerek, tüketicilerin daha az para ödemelerini temine yönelik olduğu ileri sürülmektedir. Kaynak kullanımında etkinlik de dâhil olmak üzere rekabetin ekonomik sonuçlarının tüketiciler üzerindeki bütün etkileri, tüketiciler yararınadır. Bu sebepten, günlük hayatta Rekabet Hukukundan söz edildiğinde, bununla tüketicileri korumağa yönelik bir dizi kurallar kast edilmektedir. Tarih boyunca da, tüketicilerin korunmaları ile rekabet şartlarına uyulma bir bütün olarak, birlikte düşünülmüştür. Bunun en belirgin kanıtı da, kanun koyucuların Rekabet Hukuku'na

ilişkin ilk düzenlemelerinde, yiyecek, giyecek gibi, tüketicilerin temel ihtiyaç maddeleri piyasalarında rekabetin teminini sağlamağa yönelmiş olmalarıdır. Bütün bu düzenlemelerde hedeflenen amaç, tüketiciye belli bir mal için piyasa fiyatı üzerinde bir bedel ödetilerek zarar verilmesine engel olmaktadır. Tüketicilerin korunmasına ilişkin düşünceler günümüzde de geçerliliğini korumaktadır.

Ancak, XIX. yüzyılın ikinci yarısından sonra, ekonomi biliminde gözlenen gelişmeler, Rekabet Hukukuna farklı bir nitelik kazandırmıştır. Ekonomi bilimine göre, her ne kadar, rekabetten yararlanacak olanlar tüketiciler ise de, bunların korunması Rekabet Hukukunun konusu değildir. Çünkü, rekabetle elde edilmek istenen, iktisadi verimlilik; yoksa tüketicilerin korunması değil. Ekonomi bilimine göre rekabet, tüketicinin ödemesi gerekenin üzerinde ödemedede bulunması, yani rekabeti kısıtlayan teşebbüslerin normal kârlarının üzerinde tekel kârları elde etmesi ile ilgili değildir. Tüketicilerin mal varlıklarının bir kısmı karşılıksız olarak, tekel kârı şeklinde, rekabeti kısıtlayan teşebbüslerin mal varlığına katılmıştır; ancak bu sadece toplumdaki servet dağılımına ilişkin bir sorundur. Bu iddialar şüphesiz, modern ekonomi biliminin rekabete sınırlı bir anlam vermesinden doğmaktadır.

Rekabet Hukuku'nun, tüketicileri de korumağa yönelik kurallarını, genel hukuk ilkelerinden ve hakkaniyet düşüncesinden kaynaklanmakta ve sosyal politika gereğince rekabetle tüketicilerin de korunması amaçlanmaktadır. Kanımızca da, rekabet ekonomik bir olay olmakla beraber, Rekabet Hukuku'nun koruma alanı, ekonomik yararın elde edilmesinden daha geniştir. Tüketicilerin, hakkaniyet gereği de olsa korunması, Rekabet Hukuku uygulamasının vazgeçilmez bir yanını oluşturur.



## **Tam Rekabetin Sosyal Amacı**

Rekabetin sosyal yaşamdaki gelişmeleri teşvik edici rol oynadığı ve bütün gelişmelerde önemli rolü olduğu şüphe götürmez bir gerçektir. Rekabet, Adam Smith'in anladığı şekilde basit bir hasımlık durumu olarak kabul edilse bile, bunun her zaman sosyal bir yanı mevcuttur. Tekelci firmalara karşı ileri sürülen eleştirilerin başında, bu firmaların gelişmeye olumsuz katkıları konusu gelmektedir. Piyasada tek satıcı durumunda olan tekelci firma, fiyat ve arz miktarını tespit edebileceği gibi, arz edilen malın kalitesini de kontrol eder. Kârını maksimize etmek isteyen tekelci firmanın, yeni araştırmalara para harcaması rasyonel bir davranış değildir, çünkü herhangi bir yenilik olmadan da, tekel kârını elde etmek olanağına sahiptir. Böyle bir firmanın yapacağı her harcama kendi kârının azalması anlamına geleceğinden, rekabetin kısıtlanmış olduğu piyasalarda, firmaların yeni buluşlara ve

daha iyi mal arzına yönelik faaliyette bulunmayacağı açıktır. Tam rekabet piyasasında faaliyet gösteren firmalar açısından ise, başarılı olmak yani diğerlerinden fazla kazanç elde etmek, farklılaşmaya, yani yeni bir buluşa, daha iyi ürüne, ya da diğerlerinden daha verimli faaliyet göstermeye bağlıdır. Bütün bunlar da tam rekabet piyasasında faaliyet gösteren teşebbüslerin araştırma ve geliştirme faaliyetlerinde bulunmaları sonucunda ortaya çıkar. Yenilikler, daha kaliteli ve ucuz mal tam rekabet piyasasının doğal sonucudur. Firmaları yeniliğe yöneltici gücün rekabet olduğu kabul edilmektedir.

Şüphesiz ki, tekелci firmaların da, topluma yenilikler getirerek katkıda bulunmaları mümkün olabilir, ancak buna tam rekabet piyasasındaki kadar sık rastlanmaz ve tekелci firmanın yenilikler için harcamada bulunması, tekelin gücü ile doğru orantılıdır. Kanımızca, tekелci firmanın faaliyet gösterdiği piyasaya yeni teşebbüslerin kolayca girmesi mümkün ise, tekелci firma durumunu korumak amacıyla, ya piyasaya girişi zorlaştırmak için yeni araştırmalara yönelecek, ya da fiyatını tekел fiyatının altında tespit ederek, diğerlerinin piyasaya olan ilgilerini azaltmağa çalışacaktır.

Rekabet piyasasının diğer bir önemli sonucu da, ekonomik gücün tek bir elde toplanmasını önleyerek, bu gücün toplumda yaygınlaştırılmasını temin etmesidir. Liberal devlet felsefesinin en eski ve temel düşüncelerinden biri, toplumda yaşayan kişilerin kendilerine ilişkin kararlarda yetkili olmaları, bu konuda devlet organlarının ve diğer kişilerin yetkilerinin sınırlandırılmasıdır. Rekabet, ekonomik konulardaki tercihlerin tüketiciler tarafından yapılmasını sağlar. Rekabetin kısıtlandığı piyasalarda ise, üretim miktarı ve fiyatın tespitinde arz edilen malın tüketiciler bakımından ne şekilde değerlendirildiği önemli değildir. Ekonomik tercihlerin tüketiciler yerine, tekелci firma ya da rekabeti kısıtlayan teşebbüsler tarafından yapılması, ekonomik güce sahip olanların siyasi hayatta egemen olmasını da sağlar. Özellikle bu husus, Amerikan Rekabet Hukuku Kanunlarının kabulü sırasında ileriye sürülmüş ve Senatör Shearman, ilk Rekabet Hukuku

Kanununu teklif ederken, bunun bir özgürlük bildirgesi olduğunu ifade etmiştir. Yüksek Mahkeme de rekabetin "demokratik, politik ve sosyal müesseselerin korunmasında" önemli bir rol oynadığını açıkça kabul etmiştir.

Tekel piyasasının, ekonomik diktatörlüğe yol açacak olmasına karşılık, rekabet ekonomik etkinliği topluma yaygınlaştırarak adil bir toplumun oluşmasına katkıda bulunur. Karar vermede ve sorumluluğun tek elde toplanmasına engel olmada en etkili yöntem tekellerin ve kartellerin faaliyetlerine son verilmesidir. Robert Pitofsky, ekonomik hayatın birkaç firmanın kontrolüne geçmesi durumunda, tüketiciler gibi devletin de ekonomik hayattaki etkinliğinin ortadan kalkacağını ileri sürmektedir.

Pitofsky, rekabet sistemi ile demokrasinin ayrılmaz iki kavram olduğunu, totaliter sistemlerde ise ekonomik hayatın tek elden yönetildiğini ve rekabet dışında bir sistemin liberal (özgürlükçü) demokratik sistem ile bağdaşmayacağını ifade etmektedir. Rekabetin, liberal demokratik sistemin

vazgeçilmez bir şartı olduğunda şüphe yoktur. Yüksek Mahkeme de, Rekabet Hukuku Kanunlarını, "Magna Carta" ve "Bill of Rights" ile karşılaştırmakta ve hiçbirinden vazgeçmenin mümkün olmadığını belirtmektedir.

Rekabetin, sosyal bakımdan diğer bir etkisi de, seçme ve fırsat özgürlüğünü tam olarak karşılamasıdır. Rekabetin kısıtlandığı piyasalar ile tekel piyasasında, tüketicilerin seçme özgürlükleri fiilen sınırlanır. Rekabet piyasasında, rakip firmaların arz ettiği mallar arasından dilediğini seçme ve dilediği firma ile sözleşme yapmak durumunda olan tüketiciler, tekel piyasasında bu olanaktan yoksundurlar. Rekabetin kısıtlanması, tüketicilerin seçme hakkını ortadan kaldırır.

Rekabet, piyasaya girişte hiç bir engelin bulunmadığı bir sistem öngörür. Yani, rekabet piyasasında, yeni teşebbüslerin piyasaya girmelerinde hiçbir sınır yoktur ve kişiler, kendi yetenek, beceri ve bilgileri çerçevesinde diledikleri faaliyeti yapabilirler. Rekabetin kısıtlandığı piyasalarda ise, piyasayı kontrol etmekte olan teşebbüsler, kendi ayrıcalıklı durumlarını başkaları ile paylaşmamak için reklam, mal farklılaştırması gibi yöntemler ile piyasaya giriş engellerini artırıp piyasaya girişi zorlaştırabilirler. Bu da, ticari hayatta fırsat eşitliğinin bozulmasına yol açarak, toplumun kişilerdeki teşebbüs ruhundan yoksun kalmasına neden olur. Rekabet, toplumdaki kişilerin faaliyetlerine serbestlik getirirken, toplumun bundan azami ölçüde yararlanmasını temin eder.