

**ŐİŐLİ MESLEKİ EĞİTİM MERKEZİ**  
**2020 MAYIS 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 Ekonomik Yararlar</b>
<b>Konu Tarihi Aralığı</b>	<b>: 4-10 Mayıs 2020</b>
<b>Ders Öğretmenleri</b>	<b>: Özgüç YAĐCI</b>

**Mayıs 2020, İstanbul**

# **Tam Rekabetten Beklenen Ekonomik Yarar**

## **Genel Olarak**

Rekabet Hukukunun konusu ekonomik hayattaki rekabettir. Bundan dolayı da, Rekabet Hukuku politikası bakımından ekonomi bilimine göre rekabetin ne olduğu kadar, rekabetin ekonomik sonuçlarının belirlenmesi de gereklidir. Bu da, rekabetin düzenlenmesine neden olan etkenler ile, modern Rekabet Hukukunun gelişmesinde önemli katkıları olan ekonomi teorilerinin önemini artırır. Günümüz Rekabet Hukukunu, öncekilerden ayıran en önemli fark, ekonomi bilimi bulgularından ve kanunlarından daha fazla yararlanılmakta olmasıdır.

Ekonomi biliminin, Rekabet Hukukundaki etkilerinin artması ile birlikte, rekabetin ekonomik sonuçlarının tespiti daha da önem kazanmıştır. Adam Smith'den beri bütün liberal ekonomistler, rekabetin ekonomik verimliliğin temininde en etkili yöntem olduğunu kabul etmektedirler. Doğal olarak da, Rekabet Hukuku ile elde edilmesi hedeflenen amaçlar arasında ekonomik verimliliğin gerçekleştirilmesi yer alır. Ancak, ekonomik verimlilik, fen ve mühendislik bilimlerindeki verimlilik kavramından farklıdır. İkinci grup bilimlerde verimlilik sadece en az kaynak kullanımı ile üretime ilişkin iken, ekonomi biliminde bu, ayrıca neyin üretileceği sorununu da ilgilendirir.

Acaba, Rekabet Hukukunun amacı olarak tespit ettiğimiz verimlilikten ne anlamak gerekir? Bu sorunun cevabı, modern Rekabet Hukukunda iki karşıt kavram olarak kullanılmakta olan, rekabet ve tekeller piyasaları olgularının birlikte değerlendirilmesini gerektirir.

Rekabetin yararlarından, ya da tekellerin zararlarından söz edildiği zaman, gerçekte kast edilen, rekabetin sosyal yaşama olumlu etkisinden çok tekellerin sebep olduğu ekonomik değer kayıplarıdır. Rekabet piyasası gibi, tekellerde ekonomik olgulardır. Her ne kadar, Rekabet Hukuku kurallarının kabulünde, sosyal yönlerin, rekabetin ekonomik yanından daha etkili olduğu iddia edilmekteyse de, ekonomi bilgilerin Rekabet Hukuku ile elde edilmek istenen ekonomik sonuçlar bakımından önemi yadsınamaz.

## **Üretimde Verimlilik**

Rekabetin en önemli ekonomik yararlarından biri de, üretimde verimliliğin teminidir. Rekabet, teşebbüsleri daha ucuza üretim yapmağa, yani daha az kaynak kullanımı ile üretim yapmağa zorlar. Rekabet piyasasında, fiyatın piyasadaki toplam arz ve talebe göre belirlenmesi ve bu piyasada faaliyet gösteren firmaların piyasada oluşan fiyatı etkilemek gücünden yoksun olması sebebi ile teşebbüslerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri ya da daha fazla kazanç elde edebilmeleri, daha düşük ortalama toplam maliyete sahip olmalarına bağlıdır. Ekonomik verimliliğin elde edilmesinde, rekabet tekeller piyasasına göre üstünlük arz eder. Teşebbüslerin daha az kaynak tüketimine yönelmeleri, rekabetin sonucudur.

Kaynak kullanımında verimlilik ile üretimde verimliliğin sağlanmasında tekellerci firma, rekabetin yokluğu sebebi ile herhangi bir gayret göstermez. Oysa, tam rekabet piyasasında, maliyetini piyasa

fiyatının altına düşüremeyen firmalar, piyasadan çekilmek zorunda kalırlar. Üretimde verimlilik ticari faaliyete devam edebilmek için şarttır.

Tekelci firma bakımından da, üretimde verimlilik ilkesi geçerli olmakla beraber, bu aynı derecede önemli değildir. Tekelci firmanın piyasadaki fiyatı kendi marjinal giderinin üzerinde tespit etmesi sebebi ile üretimde az kaynak tüketimi tekolci firma bakımından bir var olma sorunu değildir. Bu sebepten de, tekol piyasasında üretimde verimlilik ilkesi nadiren gözetilir.

Üretimde verimlilik ilkesi, Rekabet Hukuku ile Patent Hukuku çatışmasında daha da önem kazanır ve belirleyici rol oynar. Patent hakkı sahibi ve lisans alanın, aynı buluştan ayrı ayrı yararlandığı durumlarda, üretim verimliliğini gerçekleştiren lisans alanının ekonomiye olumlu katkısı özellikle korunmuştur.

### **Kaynak Dağılımında Verimlilik**

Kaynak dağılımında verimlilik ilkesi, belirli bir malın ne miktar üretileceği, toplumsal değerlerin ne şekilde tahsis edileceği ile ilgilidir. Toplumdaki ekonomik kaynaklar sınırlıdır. Örneğin, toplumda bütün kaynaklar kullanıldığı zaman, her bir maldan ancak belirli bir miktar üretilebilir. Herhangi bir malın üretimi artırıldığı zaman, başka bir malın üretiminin düşürülmesi gerekir, çünkü ham madde, iş gücü, sermaye gibi toplumsal kaynaklar sonsuz miktarlarda değildirler. Rekabet, kaynak dağılımında verimliliğin temininde en etkili yöntemdir ve kaynakların, tüketicilerin her bir malı elde etmek arzusu ve o mala verdiği ekonomik değere göre dağılımını sağlayarak, genel mutluluk ve refahın artmasını gerçekleştirir.

Kaynak dağılımında verimlilik, bütün piyasalarda fiyatın marjinal gidere eşit olması ile gerçekleşir. Her bir firmanın üretim miktarı, piyasanın tümünü etkileyecek kadar küçüktür ve her bir firma üretim miktarını piyasa fiyatı ile son ürettiği malın marjinal gidere eşit olacak şekilde belirler. Bu, rekabet piyasasında faaliyet gösteren firmaların marjinal gelirlerinin fiyata eşit olmasının sonucudur. Oysa, tekolci firma bakımından durum farklıdır. Tekolci firmanın bir fazla mal satması hâlinde elde edeceği marjinal gelir satış fiyatına eşit değildir, çünkü fazladan arz edilen her bir mal, fiyatın düşmesine yol açar.

Tekolci firma üretim miktarını talebe göre değil, marjinal giderini, marjinal gelirine eşit olacak şekilde belirler ki, bu da üretim miktarının azalmasına ve toplumsal kaynakların tahsisinde tüketicilerin etkilerinin ortadan kalkmasına yol açar. Bu oportünite gideri kavramının yardımı ile açıklanabilir.

Her bir malın üretimi için ham madde, iş gücü gibi çeşitli piyasa giderlerine ihtiyaç vardır. Mantiken, bunlardan herhangi birinin belirli bir iş için kullanılması, başka bir malın üretiminde bunların kullanılamayacağı sonucunu ortaya çıkarır. Örneğin, ayakkabı imalatında çalışan bir işçi, o işte çalışmasa idi çanta ya da başka bir şeyin imalatında çalışıyor olacaktı. Ayakkabı imalatında çalıştığı süre boyunca, çanta imalatında çalışmaması ekonomik bir kayıptır. Diğer taraftan, ürettiği ayakkabılar

da iş gücünün yarattığı yeni bir değerdir ve amaç ekonomik kayıp ve kazançların dengelenmesidir. Bu sebepten, üretilen ayakkabının gerçek bedeli, üretilmeyen çantanın bedeline eşittir. Aynı mantık çerçevesinde,

bir fabrikanın üretimi ile o fabrikanın üzerinde bulunduğu araziden elde edilebilecek tarımsal ürünler ya da çamaşır makinesi ile kurutma makinesinde üretiminde kullanılacak ham madde harcamaları karşılaştırılarak ekonomik bir kaybın mı, yoksa kazancın mı olduğu araştırılabilir. Bir şeyin üretilmemesinden doğan kayba ekonomi biliminde oportünite gideri denilmektedir. Bir malın marjinal gideri oportünite giderine eşittir.

Endüstri bir bütün olarak ele alındığında, üretilen son maldan elde edilen marjinal faydayı, fiyat gösterir. Son malı satın alan tüketici bakımından o mal yerine bir başka şey satın almak arasında fark kalmamıştır ve bu tüketici açısından fiyat marjinal faydaya eşittir. Fiyatın daha yüksek olması hâlinde ise, tüketici tercihini başka bir mal satın alarak gösterir. Kaynak dağılımında verimliliğin gözetildiği bir sistemde, marjinal gider fiyata eşittir ve genel ekonomi içinde değişik malların üretim miktarını, oportünite gider, marjinal fayda, marjinal gider ve fiyat arasındaki dengenin kurulması belirleyecektir.

Rekabet Hukuku ile elde edilmek istenen fiyat ve marjinal gider arasındaki dengenin korunması, arz miktarının tüketicilerin değişik mallara verdikleri değere göre belirlenmesidir. Rekabet piyasasında faaliyet gösteren tek bir firma ele alındığında, fiyatın marjinal gidere eşit olduğu görülür.

Firmanın satış fiyatını, firmanın ortalama toplam giderinin minimum olduğu nokta belirler. Eğer bu F1 (birinci fiyat)'in üzerinde ise, piyasa fiyatının üzerinde fiyattan mal satamayacağı için piyasayı terk edecek, F1'in altında ise, piyasadaki yüksek kârlılık, yeni firmaları piyasaya girmeğe sevk edecek ve arzın artması sonucunda da F1 azalarak denge noktasına ulaşılmış olacaktır. Görüldüğü gibi, kaynak kullanımında verimlilik, alıcıların elde edecekleri marjinal faydaya göre gerçekleşmektedir.

Rekabetin kısıtlanması durumunda ise, üretim miktarı tüketicilerin talebine ve tekeli firmanın kârını maksimize etmek durumuna göre ayarlanmakta ve arz miktarı düşerken, fiyat artmaktadır. Bunun doğal sonucu da, bazı tüketicilerin taleplerinin karşılanamaması,

diğerlerinin ise daha yüksek bir bedel ödemek zorunda kalmalarıdır. Tüketicilerden bazılarının fazla bedel ödemek zorunda kalmaları, bu fazlalık kadar kısmın piyasadan çekilmesine ve başka değerlerin yaratılmasına katkıda bulunmamasına yol açar ve kaynak dağılımında verimliliğin bozulması, tüketicilerin arzularının daha az tatmin edilmesi ile sonuçlanır. Bu rekabetin kısıtlanmasının toplumsal bedeli ya da başka bir ifade ile, rekabetin kısıtlanmasından toplumun görmüş olduğu zarardır. Rekabetin kısıtlanması sonucunda fiyat tekel fiyatına yükselir.

Kaynak dağılımında verimlilik ilkesi, matematiğin ekonomi bilimine uygulanmaya başlanması ile ortaya çıkmıştır. Bu sebepten, XX. yüzyıl öncesi gözlenen rekabeti kısıtlayıcı faaliyetleri düzenleyen kanun ve emirnamelerde bu ilkenin etkilerine rastlanmaz. Örneğin, Roma Hukukunda rekabeti kısıtlayıcı faaliyetleri yasaklayan Lex Julia de Annona ve Kral Zeno Emirnamesinde kaynak dağılımında

verimliliğin korunması amaçlanmamış ve rekabet sadece belirli piyasalar bakımından düzenlenmiştir. Verimlilik ilkesinin ortaya çıkışı ve rekabetin bunu gerçekleştirmede en etkili yöntem olarak kabulü XX. yüzyıldaki bilimsel faaliyetler sonucudur. Günümüzde ise, rekabetin en önemli ekonomik sonucunun kaynak kullanım verimliliğinin gerçekleştirilmesi olduğunda görüş birliği vardır.

Talep piyasalarda, belirli bir mal ve hizmete yönelen, belirli bir satın alma gücüyle desteklenmiş, satın alma isteğidir. Kuşkusuz pek çok mal ve hizmet, pek çok kullanıcı tarafından talep edilmektedir. Ancak bu isteğin piyasada talep hâline dönüşebilmesi için yeterli satın alma gücüyle desteklenmesi gerekir, aksi takdirde sadece kişisel bir niyet olarak kalır, ekonomi üzerinde herhangi bir etkisi olmaz.

Herhangi bir mal ve hizmete yönelen bu piyasa talebini etkileyen pek çok unsur vardır, moda, kişisel tercihler ve kişisel gereksinimlerin şiddeti, ikame mal ve hizmetlerin koşulları vb. gibi. Ancak bunların hiçbiri, ölçülebilir, genellenebilir ve öngörülebilir olmadıkları için, ekonomik olayları açıklamakta kullanılabilecek bir model açısından hareket

noktası olarak alınamazlar. Ancak bir mal ya da hizmete yönelen talebin, fiyat değişimleri karşısında göstereceği tepki ölçülebilir, genellenebilir ve öngörülebilir bir tepkidir. Dolayısıyla ekonomi biliminde fiyatla talep arasında fonksiyonel bir ilişki olduğu kabul edilir ve bu kavram "Talep Fonksiyonu" olarak tanımlanır.

Kuşkusuz talep fonksiyonu, kişi ve kuruluşların belirli bir mal ya da hizmete yönelik taleplerinde fiyatın etkisini açıklamakta çoğu kez yetersiz kalacaktır. Ancak tüm ekonomi baz alındığında fiyatla talep arasında, negatif eğimli bir fonksiyon geçerlidir, fiyat yükseldikçe, talep düşecektir. Fiyatla talep arasındaki bu ilişkiye Talep Kanunu denir.

Belirli bir piyasada, belirli bir fiyat düzeyinde tüketicilerin almaya hazır oldukları mal miktarının, üreticilerin o fiyattan satmaya istekli oldukları miktardan daha fazla olması sonucu ortaya talep fazlası çıkar. Aşırı talep durumunda, diğer şartlarda bir değişme olmamak şartıyla, talep edilen mal miktarı ile arz edilen mal miktarı birbirine eşit oluncaya kadar arz ya da talep değişme gösterir. Ekonomi yeterince esnekliğe sahipse, arz artarak talebi karşılar. Ancak çoğu kez arz bu denli esnek değildir. Bu durumda fiyat, yükselme eğilimi içindedir. Talep, arz seviyesine düşene kadar fiyat artışları gerçekleşir. Aşırı talep, ülke ekonomisinde de toplam mal ve hizmet talebinin arzı aşan kısmını ifade etmektedir ve ülke ekonomisi üzerinde enflasyonist etki yaratır.

Arz ve talep teorisi, her fiyattaki ürün mevcudiyeti (arz) ve satın alma gücü ile oluşan isteğin (talep) ortaya çıkardığı denge sonucunda, ürün fiyatlarının nasıl değiştiğini tanımlamaktadır. Şekildeki grafik, talebin D1'den D2'ye çıkması sonucunda, fiyat ve miktarın artmasını ve böylece (S) eğrinin sağlanmasıyla, pazarda yeni bir arz-talep denge noktasının oluşmasını göstermektedir.

Arz, mal ve hizmetlerin belirli bir fiyat karşılığında müşteriye sunulması ve satılmak istenmesidir. Belirli bir piyasada, belirli bir zamanda satılmak istenilen miktar, arz miktarıdır. Firmalar, yükselen

fiyatlardan yararlanmak için arz ettikleri miktarları çoğaltmaya çalışırlar. Fiyatların düşmesi durumunda firmalar, arz miktarlarını azaltırlar. Düşük fiyatlar, geliri olumsuz etkiler. Bu durumda firma, fiyatların daha sonra yükseleceğini düşünerek arz miktarını kısar ya da fiyatı çok düşen bir malı üretmekten tamamen vazgeçebilir.

Bir ferdin belirli bir fiyattan arzı, muayyen bir piyasada ve belirli süre zarfında, satışa çıkarılan mal ve hizmet miktarıdır. Fiyatın teşekkülünde rol oynayan arz şedülü ise belirli bir dönemde çeşitli fiyatlarda muayyen bir piyasada üreticilerin satmak isteyecekleri mal ve hizmeti miktarları ve bunun seyridir. Arz için ele aldığımız piyasada belirli bir süre zarfında muhtelif fiyatlardan üreticilerin ürünü arz etmesidir.