

# KÜRESEL PAZARLAMADA HİPER-REKABETİN BOYUTLARI VE REKABET KANUNLARI

Doç. Dr. Ömer AKAT\*

## 1. GİRİŞ

2000 yılı önce Roma Hukuku'nda "*De minimus non curat praetor - Yar-gıç önemsiz şeyleri dikkate almaz*" gerçeği ortaya konmuştur<sup>1</sup>. Günümüzde ise, ülkemiz ekonomisinin belki de en önemli hukuk sorunu olan "*rekabet kanunları*" ne yazık ki Roma Hukuku'nun ortaya koymuş olduğu bu tartışıl-maz gerçeğin aksine, çok önemli olmasına rağmen, gerçekten uzun bir süre dikkate alınmamıştır.

İlk yasa tasarısı 1970'li yıllarda hazırlanan<sup>2</sup>, şimdiki adıyla Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun 24 yıl sonra TBMM'de onaylanarak, 13 Aralık 1994 tarihinde Resmi Gazete'de yayınlanmış bulunmaktadır<sup>3</sup>.

Rekabet Kanunlarının öneminin kavranabilmesi için Dünya ekonomi-sinde rekabetin boyutlarının ve Türkiye ekonomisi açısından rekabetin gerekliliğinin ortaya konması gerekmektedir. Bu çalışmanın amacı, genel olarak rekabet kavramının önemini belirtmek, dışa açılmada ve etkinlikteki yerini, pazarlama görüşü açısından ele alıp, ilgili yasal düzenlemeler üzerin-de bazı saptamalarda bulunmaktadır.

---

\* Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğretim Üyesi

1 Peter DRUCKER; Etkin Yöneticilik, Eti Kitapları, İstanbul, 1994, s.194.

2 Hanife ŞENYÜZ; "Bu Yasa Tasarısı Tam 14 Bakan Eskitti", Ekonomist Dergisi, Yıl:4, Sayı:33, Ağustos 1994, s.36.

3 İŞVEREN; "Rekabet Kanunlarının Ülke Ekonomisi İçerisindeki Yeri", TISK, Cilt:XXXIII, Sayı:3 Aralık 1994, s.28.

## 2. DÜNYA EKONOMİSİNDE REKABETİN BOYUTLARI

Firmalar arasında pazar payı, kâr, ciro v.b. kriterler üzerinde öne geçmek için verilen mücadele olarak tanımlanan rekabetin, günümüzde ulaşılmış olduğu boyut Hiper-Rekabet ortamlarıdır<sup>4</sup>.

*"Gelişmiş ekonomilerin yeni oluşan bir özelliği olan hiper rekabet ortamları Türkiye gündemine de girmektedir. Hiper rekabet ortamları kalite ve hız üstünlükleri arayışları yanında, sürekli ve süratli yenilik yapabilme üstünlüğünü gerekli kılmaktadır. Bu ortamlarda rekabet alanı, kuralları ve yöntemleri sürekli değişmekte ve korunabilen pazarlar yok olmaktadır."*

*Piyasadaki dinamizmi organizasyon içine taşıyabilen, alışıla gelmemişi düşünebilen ve uygulayabilen ve imkansız denileni başarabilen şirketler hiper rekabet ortamlarına uyum sağlayabileceklerdir"*<sup>5</sup>.

Çünkü, rekabetçi ürün ve hizmetler ortaya koyamayan firmalar yaşamını devam ettirme ve büyüme amaçlarını gerçekleştirememekte, uluslararası pazarlara yerleşmede ve pazar payını korumada yalnızca "rakiplerle mücadele etmek" yeterli olmamakta ve sonuç olarak etkin bir şekilde rekabet etmek de gerekmektedir<sup>6</sup>.

Bu noktadan hareketle rekabet kanunlarının firmalara yukarıda belirtilen "etkin bir şekilde rekabet etmeleri" için gerekli ortamı sağlamaya çalıştığını söylemek mümkündür. Türkiye'de Rekabetin Korunması adı altında düzenlenen kanun ABD ve bazı Avrupa ülkelerinde "anti-kartel, anti-tröst yasası" olarak adlandırılmıştır<sup>7</sup>.

## 3. TÜRKİYE EKONOMİSİ GELİŞMESİ AÇISINDAN REKABETİN GEREKLİLİĞİ

1980'den sonra ihracata dayalı sanayileşme politikasının benimseyen Türkiye'nin<sup>8</sup> bugün Dünya ihracatı içerisindeki payı %0.5'tir<sup>9</sup>. Türkiye'nin

4 CAPITAL; "Capital Guide 3 : Yönetimde Çağdaş Akımlar", Yıl:1, Sayı:11, Kasım 1993, s.95.

5 Oğuz BABÜROĞLU; "Toplam Kalite Sonrası : Sıfır Hiyerarşi" Tüsiad Görüş Dergisi, Sayı: 12, Kasım 1993.

6 Alican, KAVAŞ/Mustafa, TANYERİ; Uluslararası Rekabet Gücünün Dinamikleri ve Globalleşme Eğilimleri, EGIAD, İzmir, 1992, s.7.

7 Hanife, ŞENYÜZ; a.g.m. s.36.

8 Lerzan, ÖZKALE; Türkiye'nin Uluslararası Rekabet Gücü ve AT Üyeliği Sorunu, Friedrich Ebert Vakfı, İstanbul Bürosu, İstanbul, 1992, s.1

9 Capital Dergisi; Capital Guide 7 : 300 Soruda Türkiye, Yıl:2, Sayı:3, Mart 1994, s.84.

bir yıllık ihracatını birçok Avrupa ülkesi bir ayda gerçekleştirmektedir. Bu açıdan bakıldığında Türkiye'nin kendi içerisinde dinamik bir ekonomi oluşturması ve bu ekonominin dünya pazarlarında etkin bir rekabet gücüne sahip olması gerekmektedir.

Bugün Türkiye'de tüm işletmeler içerisinde, işyeri sayısının %99.10'unu oluşturan, sanayideki istihdamın ise %52.83'ünü sağlayan küçük ve orta ölçekli işletmeler devletten gereken ilgiyi görmemektedir. Devlet ve diğer kurumlar, büyük sanayicilerin problemleri ile uğraşmakta, küçük sanayiye yatan potansiyeli ekonomiye tam anlamıyla kazandırmak için fazla çaba sarfetmemektedir. Hatta bazı hallerde küçük sanayiciler mal sattıkları büyük şirketler tarafından çok düşük fiyatlar ve para tahsilatında karşılaşılan güçlükler gibi konularda istismar edilmektedir<sup>10</sup>.

Bu açıdan bakıldığında, dış piyasalarda Türkiye'nin rekabet gücü açısından büyük ölçekli firmalara ihtiyacı vardır. Diğer yandan iç piyasanın dinamizmini sağlamak için, pazara yeni girecek firmaların faaliyetlerini ve performanslarını güçlendirecek, mevcut firmaların ise, ekonomik rekabetlerini engellemeyecek kuralları içeren sağlıklı bir rekabet ortamına gereksinim vardır.

"Özelleştirme sonrası devletin küçülerek eğitim, ulaştırma, savunma gibi temel görevlerine dönmesi, özel sektörün de değişen koşullar doğrultusunda yeniden yapılanma ihtiyacını beraberinde getirmektedir"<sup>11</sup>. Ancak, özelleştirme de sağlıklı olmalı, Et-Balık Kurumu teşebbüsündeki gibi hiç olmamalıdır.

Alman iktisat tarihçisi SOMBART'ın ulusları "*savaşçı uluslar*" ve "*ticaretçi uluslar*" şeklindeki ikili ayırımı dikkate alındığında<sup>12</sup>; Türkiye açısından rekabet kanunları "*ticaretçi ulus*" olma yolunda atılmış büyük bir adımdır<sup>13</sup>. Bunun yanında, AB'ye girmesinin de ön şartlarından birisidir<sup>14</sup>.

10 TÜGİAD; Global Rekabet Ortamında Yeni Bir Sanayileşme Modeli, Levent-İstanbul 1992, s.90-91.

11 İşveren; a.g.m., s.27.

12 BİAR; Pazar-Pazarlama-Pazarlama Araştırması, BİAR Eğitim Yayınları, Ankara, 1989, s.9.

13 Paul Kennedy'nin "Yüzyıla Hazırlık" adlı kitabında "Ulus Devletin" yerini "Finans Devletin" alacağı iddia edilmekte; ayrıca para akışını, yatırımların, dil, din, sınır farkı tanımadan gerçekleşeceği ve "küreselleşmenin" kaçınılmaz olduğu belirtilmektedir. Yeni Yüzyıl Gazetesi, Yıl:1, Sayı:81, 6 Mart 1995 Pazartesi.

14 Hanife ŞENYÜZ; a.g.m., s.37.

AB'nin anti-damping ve sübvansiyonu önleyici 11. raporunda, bu önlemlerle en çok ilişkili olan ülkeler arasında Türkiye'nin dördüncü sırada yer alıyor olması, rekabet kanunlarının önemini daha da arttırmaktadır<sup>15</sup>.

#### 4. REKABET KANUNLARININ FONKSİYONLARI

Rekabet Kanunları, serbest piyasa ekonomisinin en etkin biçimde işle-  
mesini diğer bir ifadeyle rekabetin korunmasını amaçlar<sup>16</sup>.

Rekabet Kanunlarında işletmelerin;

- i. Anlaşmalarda
- ii. Birleşme ve Devirlerle
- iii. Pazar gücünü (hakim durumu) kötüye kullanmak suretiyle,  
rekabeti sınırlamaları yasaklanır<sup>17</sup>.

En eski rekabet yasasına sahip olan ABD'de yüz yıllık yasa Kongre'ye sunulurken şu mantıktan hareket edilmiştir:

*"Biz Amerika Toplumu olarak bütün politik gücü tek elde toplamış olan krala nasıl tahammül edemediysek, bütün ekonomik gücü tek elde toplayan işadamlarına da aynı biçimde tahammül etmemeliyiz. Çünkü ekonomik güç, eninde sonunda politik güce dönüşür"*<sup>18</sup>.

*"Rekabet Kanunlarıyla herşeyden önce kişilerin temel hak ve özgürlüklerinin bir parçası olan fırsat eşitliği ve girişim özgürlüğünün sağlanmasıyla birlikte sosyal bakımdan da tüketicinin korunması yönünde önemli bir gelişme kaydedilmiş olur. Çünkü rekabet, etkinliği sağlar, etkinliği ise tüketici isteklerinin en az maliyetle tatmini olarak tanımlamak mümkündür. Rekabet piyasasındaki fiyat mekanizması tüketicilerin daha ucuz ve daha kaliteli mallar bulabilmesini sağlar. Öte yandan rekabetin teknolojik yenileşmeyi kamçılayan bir yönü vardır. Rakip firmalar kendi ürünlerini daha fazla satabilmek için birim maliyetleri düşüren daha yeni teknolojilere gereksinim duyarlar"*.

15 EC News; "AT-Türkiye Ticareti : Anti - Damping Dosyası", Avrupa Toplulukları Komisyonu Türkiye Temsilciliği, Yıl:8, Sayı:21, 3 Aralık 1991.

16 İşveren; a.g.m., s.28.

17 İ. Yılmaz, ASLAN; Türk Rekabet Hukuku'nun Temel İlkeleri, Ezgi Kitabevi Yayınları, Bursa, Mayıs 1992, s.2.

18 Hanife ŞENYÜZ; a.g.m., s.37.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin aralarında işbirliği yapmaları rekabet kanunlarıyla teşvik edilerek daha etkin hale gelmeleri ve büyük işletmelerle rekabet edecek güce erişmeleri sağlanabilir. Ayrıca, geri kalmış ülkelerde rekabet kanunlarının getirdiği yasaklamaların daha yumuşak uygulamasını sağlayan düzenlemelerle rekabet politikası bölgesel kalkınma politikalarını düzenleyici, bütünlüycü bir araç olarak da kullanılabilir. Rekabet Kanunları bir çeşit "ekonomi anayasası" olarak görülmektedir<sup>19</sup>.

## 5. REKABET KURULU

Rekabetin korunması hakkındaki kanun Türk idari teşkilat yapısında reform sayılabilecek yeni bir kurula -Rekabet Kurulu'na- yer vermektedir.

*"Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'na bağlı olarak kurulacak olan Rekabet Kurulu, biri başkan olmak üzere 11 kişiden oluşmaktadır. İdari ve mali yapıyla tamamen özerk bir kurum olan Rekabet Kurulu, rekabeti bozan veya yasaya aykırı davranan firmalara idari nitelikte para cezası verilebilecektir."*

AB'de anti-kartel kurallarını çiğneyen şirketlere bir önceki yıl cirolarının %10'una varan cezalar verilebilmektedir<sup>21</sup>.

Kurul ayrıca kanunun uygulanması ile ilgili tebliğler çıkarabileceği gibi, rekabet hukuku ile ilgili mevzuatta yapılması gerekli değişiklikler konusunda doğrudan veya Bakanlığın talebi üzerine görüş bildirebilecektir.

Kanuna göre, taraflar Rekabet Kurulunun karar alma mekanizmasına doğrudan katılabilmekte ve kararı etkileyebilecek her türlü bilgi ve delili kurula sunabilmektedir.

Rekabet Kurulu, soruşturmaları en geç 6 ay içinde tamamlayacak, bu süre gerekli görüldüğü hallerde bir defaya mahsus olmak üzere Kurul tarafından 6 aya kadar uzatılabilecektir.

Diğer yandan, Kurulun nihai kararlarına, tedbir kararlarına ve para cezalarına karşı, taraflara Danıştay'a başvurabilme imkanı da tanınmakta, süresi içinde Danıştay'a başvurulmadığı takdirde karar kesinleşmektedir<sup>22</sup>.

19 I.Yılmaz ASLAN; a.g.e., s.23.

20 İşveren; a.g.m., s.28.

21 EC News; "Anti - Kartel Cezalarının Yükseltilmesi Bekleniyor", Avrupa Toplulukları Komisyonu Türkiye Temsilciliği, Yıl:5, Sayı:2, Ankara, 4 Ekim 1991.

22 İşveren; a.g.m., s.28.

Sanayi ve Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanan Rekabetin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı'nın Madde Gereçeklerinin 43.'nde belirtildiği gibi, Kurul üyelerinin hukukçu ve iktisatçı olması spesifik olarak hükme bağlanmıştır<sup>23</sup>.

Oysa kurulun oluşmasında siyasi baskı ve ağırlıklar ön plana geçirilmeğe çalışılmıştır. Bu ve benzeri yanlış tutum ve uygulamalardan bir an önce vazgeçilmesi gerekmektedir.

## SONUÇ

Küreselleşme (Globalleşme) eğiliminin giderek arttığı günümüz ekonomi dünyasında artık "*Roma'dayken Roma'lı gibi davranmayı*" (Do what the Romans do when you are in Rome) öğrenmek zorundayız.

2000'li yıllarda ülkemizin hakettiği konuma gelebilmesi, uluslararası rekabetçi güç kazanabilmesine bağlıdır. Uluslararası rekabetçi güç kazanmanın yolu ise önce kendi ulusal pazarlarımızda "*etkin bir rekabet ortamı*" oluşturmamızdan geçmektedir.

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun, böyle bir ortam oluşturmada gerçekten önemli bir rol üstlenecektir. Eksiklikleri olmasına rağmen, son yıllarda sağlanmaya çalışılan bu rekabet ortamı korunmalı, eksiklikleri giderilerek geliştirilmeli ve evrensel boyutlara ulaşması yolunda devamlı bir şekilde gözden geçirilerek kapısı yeniliklere ve gelişmelere açık tutulmalıdır. Durdurun Dünya'yı Türkiye incek diyemeyiz. Diğer taraftan "*Rekabet Yasası topluma bir refahlık getirecektir. Çünkü rekabet firmalara davranış özgürlüğü sağladığından ekonomiye de demokratik bir rejim getirecektir*"<sup>24</sup>.

Ancak şu da unutulmamalıdır ki, rekabet ortamı rekabet stratejilerini de gerekli kılar. Bu noktadan hareketle, Türkiye'deki firmaların rekabet ortamına hazırlıklı ve rekabet stratejisi belirleyerek girmeleri kaçınılmaz olacaktır. Rekabet stratejilerini ise üç ana başlık altında sınıflandırmak mümkündür<sup>25</sup>.

23 Sanayi ve Ticaret Bakanlığı, Rekabetin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı, Ankara, Temmuz 1992, s.15-16.

24 Hurşit, GÜNEŞ; "Perspektif - Ekonomide Yeni Bir Yapılanmaya Doğru : Rekabet Yasası", Yeni Yüzyıl Gazetesi, Yıl:1, sayı:20, Çarşamba, 4 Ocak 1995, s.17.

25 Selime, SEZGİN; Global Pazarlama (1) : Yönetim Esasları, Cep Üniversitesi, İletişim Yayınları, Ocak 1992, s.160.

1. Tam Maliyet Liderliği
2. Farklılaştırma
3. Odaklaştırma

Türkiye'deki firmaların yapısı dikkate alındığında yüksek maliyet ve yaratıcı gücün yeterli olmaması nedeni ile ilk iki stratejinin uygulanmaya konması oldukça güç olacaktır. Belirli bir pazar diliminde diğer rakiplerden daha etkin olmayı amaçlayan odaklaşma stratejisi ise günümüz koşullarında uygulanabilir gözükmemektedir. Diğer yandan, tam maliyet ve farklılaştırma stratejileri üçüncü stratejiyi destekleyici nitelikte olduklarından, bu stratejilerin de uygulanmaya çalışılması etkinliği artıracaktır. Etkinlik ise küreselleşmede atılacak adımlardan ilkinin değilse bile önemlilerinden birini oluşturmaktadır.

### YARARLANILAN KAYNAKLAR

- ASLAN, İ. Yılmaz; Türk Rekabet Hukuku'nun Temel İlkeleri, Ezgi Kitabevi Yayınları, Bursa, Mayıs 1992.
- BABÜROĞLU, Oğuz; "Toplam Kalite Sonrası : Sıfır Hiyerarşi" TÜSIAD Görüş Dergisi, Sayı: 12, Kasım 1993.
- BİAR; Pazar - Pazarlama - Pazarlama Araştırması, BİAR Eğitim Yayınları, Ankara, 1989.
- CAPITAL; "Capital Guide 3 : Yönetimde Çağdaş Akımlar", Yıl:1, Sayı:11, Kasım 1993.
- CAPITAL; "Capital Guide 7 : 300 Soruda Türkiye", Yıl:2, Sayı:3, Mart 1994.
- DRUCKER, Peter; Etkin Yöneticilik, Eti Kitapları, İstanbul, 1994.
- EC NEWS; "Anti - Kartel Cezalarının Yükseltilmesi Bekleniyor", Avrupa Toplulukları Komisyonu Türkiye Temsilciliği, Yıl:5, Sayı:2, Ankara, 4 Ekim 1991.
- EC NEWS; "AT - Türkiye Ticareti : Anti - Damping Dosyası", Avrupa Toplulukları Komisyonu Türkiye Temsilciliği, Yıl:8, Sayı:21, 3 Aralık 1993.
- GÜNEŞ, Hürşit; "Perspektif - Ekonomide Yeni Bir Yapılanmaya Doğru : Rekabet Yasası", Yeni Yüzyıl Gazetesi, Yıl:1, Sayı:20, Çarşamba, 4 Ocak 1995.
- İŞVEREN; "Rekabet Kanunlarının Ülke Ekonomisi İçerisindeki Yeri", TİSK, Cilt:XXXIII, Sayı:3, Aralık 1994.
- KAVAŞ, Alican ve TANYERİ, Mustafa; Uluslararası Rekabet Gücünün Dinamikleri ve Globalleşme Eğilimleri, EGİAD, İzmir, 1992.
- ÖZKALE, Lerzan; Türkiye'nin Uluslararası Rekabet Gücü ve AT Üyeliği Sorunu, Friedrich Ebert Vakfı, İstanbul İrtibat Bürosu, İstanbul, 1992.
- SANAYİ VE TİCARET BAŞKANLIĞI, Rekabetin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı, Ankara, Temmuz 1992.
- SEZGİN, Selime; Global Pazarlama (1) : Yönetim Esasları, Cep Üniversitesi, İletişim Yayınları, Ocak 1992.
- ŞENYÜZ, Hanife; "Bu Yasa Tasarısı Tam 14 Bakan Eskitti", Ekonomist Dergisi, Yıl:4, Sayı:33, 14 Ağustos 1994.
- TÜGİAD; "Global Rekabet Ortamında Yeni Bir Sanayileşme Modeli", Levent-İstanbul 1992.
- YENİYÜZYIL; Yıl:1, Sayı:81, 6 Mart 1995 Pazartesi.