

**8. ANADOLU İŞLETMECİLİK KONGRESİ**

# **BİLDİRİLER KİTABI**

**Düzenleyen**

**CELAL BAYAR ÜNİVERSİTESİ**

**7-9 Mayıs 2009**

**Manisa**

## 8. ANADOLU İŞLETMECİLİK KONGRESİ BİLİM KURULU

Prof. Dr. Erhan ADA	İzmir Ekonomi Üniversitesi
Prof. Dr. M. Şükrü AKDOĞAN	Nevşehir Üniversitesi
Prof. Dr. Asuman AKDOĞAN	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Ramazan AKTAŞ	TOBB Ekonomi Üniversitesi
Prof. Dr. Osman ALTUĞ	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Doğan Yaşar AYHAN	Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Dursun BİNGÖL	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Muzaffer BODUR	Boğaziçi Üniversitesi
Prof. Dr. Birol BUMİN	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Scrap ÇABUK	Çukurova Üniversitesi
Prof. Dr. İrfan ÇAĞLAR	Hitit Üniversitesi
Prof. Dr. Metin Kamil ERCAN	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Sahavet GÜRDAL	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Vasfi HAFTACI	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Mustafa Ömer İPÇİ	Hacettepe Üniversitesi
Prof. Dr. A. Hamdi İSLAMOĞLU	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Reşat KARCIOĞLU	Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Serdar KILIÇKAPLAN	Hitit Üniversitesi
Prof. Dr. Sevinç KÖSE	Celal Bayar Üniversitesi
Prof. Dr. Kemal KURTULUŞ	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Esin KÜHEYLAN	9 Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Güven MURAT	Zonguldak Karaelmas Üniversitesi
Prof. Dr. Tamer MÜFTÜOĞLU	Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Mahir NAKİP	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Yavuz ODABAŞI	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Şükrü ÖZEN	Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Ömür ÖZMEN	9 Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Mahmut PAKSOY	Kültür Üniversitesi
Prof. Dr. Gültekin RODOPLU	Kocaeli Üniversitesi
Prof. Dr. Halil SARIASLAN	Başkent Üniversitesi
Prof. Dr. Fulya SARVAN	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. Haluk SOYUER	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Yaşar SUCU	Trakya Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet ŞAHİN	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Şerif ŞİMŞEK	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Berna TANER	9 Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Rezan TATLIDİL	Ege Üniversitesi
Prof. Dr. Baybars TEK	9 Eylül Üniversitesi
Prof. Dr. Ömer TORLAK	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr. Hülya TÜTEK	Ekonomi Üniversitesi
Prof. Dr. Rifat YILDIZ	Erciyes Üniversitesi
Prof. Dr. Öznur YÜKSEL	Çankaya Üniversitesi
Prof. Dr. Uğur YOZGAT	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Rasih DEMİRCİ	TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi
Doç. Dr. Tülin DURUKAN	Kırıkkale Üniversitesi
Doç. Dr. Nevin YÖRÜK	Gazi Osman Paşa Üniversitesi
Doç. Dr. Başaran ÖZTÜRK	Niğde Üniversitesi

## REKABET KÜLTÜRÜ VE İŞLETMELER

Şaban Esen  
Bartın Üniversitesi  
Bartın Meslek Yüksekokulu  
Tel:0 378 228 17 10  
sabanesen@hotmail.com

### ÖZET

ABD gibi ekonomik anlamda gelişmiş ülkelerde rekabetle ilgili sorunlar çok daha önceden baş göstermiştir. Bunun sonucu olarak da, ilk antitröst yasası 1890 yılında bu ülkede kabul edilmiştir. Yasanın temel amacı tekelleşmeyi ve firmalar arasında rekabeti engelleyen işbirliğini ortadan kaldırmayı amaçlamaktaydı. Rekabet yasasının bir sonucu olarak gelişen rekabet kültürü ise işletmeler tarafından son derece önem arz eden bir konu olmuştur.

Ülkemizde ise firmalar arasındaki rekabeti engelleyici anlaşma ve işbirlikleriyle ilgili olarak çalışmaların başlangıç tarihi 1971 yılına dayanır. Ancak 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun'un yasalaşması 1994 yılında gerçekleşmiş, kanunu uygulamaktan sorumlu rekabet Kurumu ise 1997 yılında çalışmalarına başlayabilmiştir. Bu açıdan bakıldığında ülkemiz ve teşebbüsler açısından rekabet hukuku ve rekabet kültürünün henüz başlangıç aşamasında olduğunu söyleyebiliriz.

Bu çalışmanın amacı, ülkemiz ve işletmelerimiz (teşebbüslerimiz) için henüz yeni bir kavram olan rekabet hukuku ve bunun piyasalara olan etkisi sonucu hayat bulan rekabet kültürünün işletmeler tarafından algılanmasını ve rekabet ihlallerinin hangi sektörlerde yoğunlaştığını ortaya koymaktır.

**Anahtar Kelimeler:** Rekabet Kültürü, Kurum/Örgüt Kültürü, Rekabet Hukuku, Rekabet Politikası, Rekabet Kurumu

### 1. GİRİŞ

Ülkemiz, 24 Ocak 1980 kararlarıyla piyasa ekonomisi modeline geçiş yönünde önemli bir adım atmıştır. Piyasa ekonomisi modelinin kabul edildiği ülkelerde, devlet esas olarak ekonomik faaliyet alanından çekilip düzenleyici bir role sahip olurken, mal ve hizmet üretimini özel teşebbüslere bırakmaktadır. Bu çerçevede, piyasa modelinin toplum açısından başarılı sonuçlar doğurması için mal ve hizmet piyasalarında teşebbüsler arası rekabet olmazsa olmaz bir koşul olarak değerlendirilmektedir. Bir başka ifadeyle rekabet, piyasa ekonomisi modelinin ana dayanağını oluşturmaktadır. Serbest piyasa veya piyasa ekonomisi modeli büyük balığın küçük balığı yuttuğu bir model olarak algılanmamalıdır. Bu piyasa modelinde büyükler kadar küçük teşebbüslere de fırsat eşitliği yaratılmaktadır. Ancak bu piyasa modelinde de bazı teşebbüslerin rekabet etmekten ise rekabetten kaçındıkları, aralarında anlaşarak piyasa paylaşımına gittikleri, hâkim durumdaki bazı teşebbüslerin hâkim durumlarını kötüye kullandıklarına şahit olunmaktadır. Rekabet kültürü, rekabetle karşılaşan teşebbüslerin, yasaların öngördüğü şartlarda rekabetle karşılık vermelerini ifade eder.

Çalışmanın özünü rekabet kavramı oluşturduğundan, öncelikle rekabet kavramı ve rekabet politikası ve rekabet hukuku üzerinde durulacaktır. Daha sonra ise kültür ve kurum/işletme kültürü kavramı açıklanacak ve kurum kültürünün rekabetle ilişkisi ortaya konmaya çalışılacaktır. Son bölümde ise, Rekabet Kurum kayıtlarından da yararlanarak, 1997-2007 Kurumu'na intikal etmiş rekabet ihlali soruşturmalarının, hangi sektörlerde yoğunlaştığını, ne tür rekabet ihlallerinin gerçekleştiği (hakim durumun kötüye kullanılması veya rekabeti sınırlayıcı anlaşmalar gibi) ortaya konarak, işletmelerin rekabet kültürünü ne ölçüde benimsedikleri ortaya konmaya çalışılacaktır.

### 2. REKABETİN TANIMI

İktisat biliminde rekabet kavramı üzerinde pek durulmamış günlük hayattaki kullanımına paralel olarak; iktisadi amaçlar için mücadele eden birimler arasındaki karşıtlık veya rakiplik durumunu ifade etmek amacıyla kullanılmıştır (Lipsey ve diğ., 1989:213).

Seyidođlu rekabeti; "mal ve faktör piyasalarında çok sayıda alıcının ve çok sayıda satıcının kendi aralarında görülen yarışma, çekişme" şeklinde tanımlamıştır (Seyidođlu, 2001: 89).

Sözlük anlamında rekabet; "iki firmayı kapsayan, her firmanın, insanların rakip firmaların değil de kendi ürünlerini satın alması için çabalaması uğraşısı" olarak tanımlanmıştır.<sup>1</sup>

Demsetz, (1989:226) rekabetin, "önceden beri satıcılar arasında müşteri kazanmak için yapılan yarış; alıcılar açısından da satıcılar tarafından sunulan malları almak için yapılan mücadeleyi" karşıladığını ifade etmektedir.

Türkkan, rekabeti "nispeten adil bir yarışma ortamında, birden çok benzer konumdaki katılımcının, yarışma kurallarına bağlı kalarak, eş anlı olarak kıt bir şeyi veya istenilir bir konumu kazanma amacıyla, yaptıkları çabalar" olarak tanımlamaktadır (Türkkan, 2001: 69).

### 3. REKABET POLİTİKASI VE REKABET POLİTİKASININ KAPSAMI

Sözlük anlamıyla politika, "bugünkü ve gelecekteki kararlara bir yön verebilmek için bir çok alternatif arasından seçilen belirli bir yol veya davranış tarzı" veya "genel amaçlar veya kabul edilebilir yöntemleri kapsayan uzun süreli genel bir plan" şeklinde tanımlanmaktadır (Dinçer, 1998:20). Kamu yönetimi anlamında ise, politika; "halka ait bir işi gözeterek, belirli yol ve usule göre yürütme anlamında kullanılmaktadır" (Doğan, 1982:700).

Ulusal rekabet politikası ise; hükümetler tarafından oluşturulan ve uygulanan, firmaların kendi aralarında yaptıkları rekabeti sınırlayan veya hâkim gücün kötüye kullanımını amaçlayan anlaşmalarla ilgili kurallar ve disiplinler olarak tanımlanmaktadır. Rekabet politikasının temel amacı; açık ve rekabetçi bir yapı sağlanması yoluyla mevcut kaynakların dengeli ve etkin bir şekilde dağıtımını ve kullanımını sağlamak ve bu şekilde ulusal refahı en üst düzeye çıkarmaktır (Demir,1998:1).

Rekabet politikalarının genel hatlarıyla amacı; rekabetçi bir piyasa yapısına ulaşmak, bunu da sağlamak için rekabetin olduğu piyasaları korumak; rekabetin olmadığı piyasalarda da rekabet koşullarını yaratmaktır. Rekabetçi piyasalar, belirli koşullar altında kaynakların etkin biçimde dağıtımını sağlar. Etkin kaynak dağılımı, bir başka deyişle kıt/sınırlı olan kaynakların maksimum etkinlikte kullanılması ise, toplumsal refahı maksimize edecektir (Ege, 2000:67; Atiyas, 2000:42-43; Esen, 2003:44).

### 4. REKABET HUKUKU VE REKABET HUKUK SİSTEMLERİ

Rekabetin sağlıklı bir şekilde oluşmasının en temel koşulu, bozulmayacak bir rekabet düzenini sağlayacak olan hukuki alt yapıyı oluşturmaktır. Ancak Rekabet Hukuku devletin rekabet politikasının tamamını ifade etmez. Rekabet Hukuku yanında patent yasası, tüketicinin korunması, teşvikler gibi diğer bazı unsurları da kapsamaktadır. Kısacası Rekabet Hukuku, genel ekonomi politikasının ve rekabet politikasının sadece bir parçasını oluşturmaktadır (Ersin, 1994 : 26).

Rekabet yasalarının çıkarılması ve rekabet yarışını düzenleyici kurumsal örgütlenmelerinin oluşturulması devletin görevidir. Diğer yandan rekabet yasasında rekabetin işleyişini denetlemekle görevli bir organ vardır. Devlet, Rekabet Hukuku alanındaki yürütme görevini bu organ aracılığı ile yerine getirmektedir. Rekabet süreci dinamik bir yapıya sahiptir. Bu dinamik süreç zaman içinde yeni yapılanmaları gerektirmektedir. İşte Rekabet Hukuku ile ilgili yasal ve örgütsel düzenlemeler, devletin değişen koşullara uyum sağlamayı kolaylaştırıcı yönde, yönlendirici ve düzenleyici işlevini yerine getirmesini gerektirmektedir. Genel olarak dünyada rekabeti koruyucu hukuk sistemlerini (antitröst hukuku) üç başlık altında incelemek mümkündür. Bu sistemler; yasaklayıcı, kötüye kullanmayı yasaklayıcı ve karma sistemden oluşmaktadır (Topçuoğlu, 2001:94).

### 5. 4054 SAYILI REKABET KANUNUNDA REKABET İHLALLERİYLE İLGİLİ DÜZENLEMELER

4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun'un birinci maddesinde kanunun amacı, "mal ve hizmet piyasalarındaki rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı anlaşma, karar ve uygulamaları ve piyasaya hakim olan teşebbüslerin bu hâkimiyetlerini kötüye kullanmalarını önlemek, bunun için gerekli düzenleme ve denetlemeleri yaparak rekabetin korunmasını sağlamaktır" denilmektedir. Yasanın temel hükümleri, rekabeti sınırlayıcı anlaşma, uyumlu eylem ve kararlar (md 4), hakim durumun kötüye kullanılması (md 6) ve birleşme ve devralmaları düzenleyen (md 7) maddelerde toplanmışlardır. Buna göre;

<sup>1</sup> Collins Cobuild, English Language Dictionary, The University of Birmingham,1990, s.283. Ayrıca rekabet kelimesi karşılığı olarak kullanılan İngilizce, Rivalry; hasım taraflar arasında pek de hoş olmayan kıyasıya mücadeleyi, Emulation kelimesi ise, biriyle aynı seviyeye gelmek veya ondan üstün olabilmek için imrenilecek derecedeki gayreti belirtir. Webster's New World Dictionary, Third College Edition, Cleveland&New York, 1988

**a) Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar (md 4)**

Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır.

**b) Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması (md 6)**

Bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününe ya da bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hâkim durumunu tek başına yahut başkaları ile yapacağı anlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanması hukuka aykırı ve yasaktır.

**c) Birleşme veya Devralma (md 7)**

Bir ya da birden fazla teşebbüsün hâkim durum yaratmaya veya hâkim durumlarını daha da güçlendirmeye yönelik olarak, ülkenin bütünü yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak şekilde birleşmeleri veya herhangi bir teşebbüsün ya da kişinin diğer bir teşebbüsün mal varlığını yahut ortaklık paylarının tümünü veya bir kısmını ya da kendisine yönetimde hak sahibi olma yetkisi veren araçları, miras yoluyla iktisap durumu hariç olmak üzere, devralması hukuka aykırı ve yasaktır.

Rekabet hukuku ve rekabet hukukunda yasaklanan eylemler hakkında verilen bu bilgilerden sonra, çalışmanın ikinci kısmını oluşturan kurum kültürü kavramına geçilebilir. Ancak kurum kültürü kavramına geçmeden önce bir üst kavram olan kültür kavramının incelenmesi daha uygun bir yaklaşım olacaktır.

## 6. KÜLTÜR KAVRAMI VE KURUMSAL/İŞLETME KÜLTÜRÜ

Kültür kavramı Fransızca kökenli bir kelimedir ve özetle, "bir toplumu diğer toplumlardan ayıran yaşam şekli" şeklinde tanımlanabilir. Bu konuda pek çok tanım mevcuttur. Türk Dil Kurumu sözlüğündeki bazı tanımlar şunlardır:

Kültür; "Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü, hars, ekin", "Bir topluma veya halk topluluğuna özgü düşünce ve sanat eserlerinin bütünü", "Muhakeme, zevk ve eleştirme yeteneklerinin öğrenim ve yaşantılar yoluyla geliştirilmiş olan biçimi" ve "Bireyin kazandığı bilgi", şeklinde tanımlanmaktadır. Çok doğal olarak farklı toplumbilimciler tarafından geliştirilmiş tanımlar da mevcuttur ve bu tanımlar da özü itibarı ile yukarıda verilen tanımlarla paralellik arz etmektedir.

Kültür kavramını tanımladıktan sonra bir alt kavram olan ve yazında, kurum kültürü, örgüt kültürü veya işletme kültürü olarak da adlandırılan ve bu çalışmada işletme kültürü olarak kullanılacak olan kavramın açıklamasına geçilebilir. İşletme kültürü kavramını tanımlamadan önce işletmenin tanımlanması gerekir. İşletmeyle ilgili çok sayıda tanım mevcuttur.

Alpugan (1998:18) işletmeyi, belirli bir amaca ulaşmak için mal ve hizmet üreten, bu çalışmalarını yerine getirirken de beşeri ve fiziksel öğeleri bünyesinde bulunduran birim olarak tanımlamaktadır.

Aktepe (2006:30-31) ise, işletme teriminin, Türkçede çalışmak anlamına gelen işletmek fiilinden bunun da iş kökünden geldiğini, işletme teriminin üç anlamı kapsadığını ifade etmektedir. Bunlar;

-Bir araç, makine ve bu gibi üretim öğelerini çalıştırmak, yani ona iş gördürmek,

-Çeşitli iş ve faaliyetlerin görüldüğü yer, işyeri,

-Maddi ve beşeri öğelerden ( teknik sermaye ve personel) oluşan bir üretim birimidir. İşletme kültürü ise, işletme içindeki bireyler ve gruplar tarafından paylaşılan ve uyulan değerler olarak tanımlanmaktadır (Sabuncuoğlu, 2001: 33).

Bir başka tanımda işletme kültürü, işletmeyi/örgütü karakterize eden gelenekselleşmiş, düşünme, hissetme ve tepki verme yollarını ifade etmekte ve üyeleri bir arada tutan soysa bir yapıştırıcı vazifesi görmektedir (Serpa, 1985:426).

İşletme kültürü, kurallar, politikalar, adet ve gelenekler gibi resmi yapı ve kişiler arasındaki ilişkilerde açıklık, güven, kabul etme ve grup süreçlerine katılma gibi bir takım değer ve tutumlardan meydana gelir. Kültür işletme içindeki güçleri birbirine bağlayan, tanımlayan ve güçlendirmeye yardım eden ve hiyerarşideki rolleri tutan, aşağılara uzanmış, yaygın bir manyetik alan gibidir.

## 7. REKABET KÜLTÜRÜ

Kültür ve işletme kültürüyle ilgili net tanımlar ortaya koyabiliyor iken, rekabet kültürü denildiğinde ne anlamamız gerektiği konusunda ne yazık ki net tanımlar ortaya koyulamamaktadır. Belki de bunun en önemli nedeni hala bu kavramın içselleştirilememiş olmasıdır. Ancak yine de bazı tanım denemeleri yapılmıştır.

Erkan (1999:36-37), rekabetçi bir piyasa için öncelikle bir rekabet yasasının var olması gerektiğini, sonra bu yasadaki beklenen yararların elde edilebilmesi için kültür ortamının olması gerektiğini ve buna da "rekabet kültürü" denildiğini ifade etmektedir.

Yakupoglu (2001:124), rekabet kültürünü, "saldırganlığımızın sisteme zarar vermeyecek şekilde ölçülü kullanımı" şeklinde tanımlamaktadır.

Rekabet Kurumu danışmanlarından Türkkan, Rekabet kültürünü, insanlar arasında statü ve zenginlik farklılıklarının, adil bir yarışma sonucunda gösterilen performans üstünlüğüne göre belirlenmesini sağlayan tüm kurumlar, kurallar ve davranışlar bütünü olarak tanımlanabileceğini ifade etmektedir (www.rekabet.gov.tr). Rekabet kültürü bilincinin yaygınlaşması için Rekabet Kurumu son yıllarda yoğun bir bilinçlendirme çalışmasına girişmiştir<sup>2</sup>.

## 8. REKABET İHLALLERİ

Rekabet Kurumu'nun faaliyete başladığı 1997 yılı ile 2007 yılları arasında rekabet ihlalleriyle ilgili olarak kurum kayıtlarına intikal eden ve ilk inceleme veya ön araştırma/soruşturma sonucunda nihai karara bağlanan sektörlerden en fazla soruşturma yapılan sektörler aşağıda Tablo 1'de sunulmuştur. Diğer sektörler için bu çalışmanın versiyonuna müracaat edilebilir.

Tablo 1:1997-2007 Yılları arasında ilk inceleme veya ön araştırma/soruşturma sonucunda nihai karara bağlanan sektörlerdeki toplam soruşturma sayısı

SIRALAMA	SEKTÖR	TOPLAM
1	Gıda Ürünleri ve İçecekler	154
2	Ulaştırma	122
3	Telekomünikasyon, Posta	59
4	Basın ve Yayın, Plak, Kaset çoğaltılması	57
5	Kimya ve Kimyasal Ürünler (HTM'ye konu olanlar hariç), Beşeri İlaç	50
6	Eğitim, Spor, Serbest Meslek ve Diğer Hizmetler	47
7	İnşaat, Çimento ve Diğer İnşaat Malzemeleri	39
8	Kara, Hava, Deniz ve Demiryolu Taşıtları	37
9	Petrol, Petrokimya ve Petrol Ürünleri	34
10	Büro Makineleri ve Bilgisayar	29
11	Finansal Hizmetler (bankacılık, sigortacılık ve diğer mali kuruluşlar)	29

Yukarıdaki tablo incelendiğinde, rekabet ihlallerinin, gıda ürünleri ve içecekler, ulaştırma, telekomünikasyon-posta, eğitim, spor, serbest meslek ve diğer hizmetler, sağlık ve tıbbi ürünler ve büro makineleri ve bilgisayar sektörlerinde yoğunlaştığı görülmektedir. Söz konusu sektör grupları bakımından telekomünikasyon ve posta sektörü müstesna, tümünün görece rekabetçi piyasa olarak adlandırılmalarına olanak verecek yoğunlaşma oranlarına sahip olmalarıdır.

Teşebbüslerin rekabet ihlalleri analiz edildiğinde, hâkim durumun kötüye kullanılması ve rekabeti sınırlayıcı anlaşmaların yoğun olarak ihlal edildiği görülmektedir. Bu da rekabet kültürünün ülkemizdeki teşebbüsler açısından henüz yeterli seviyede algılanmadığını göstermektedir.

<sup>2</sup> Rekabet kültürünün yaygınlaştırılması, rekabet konusundaki farkındalığın artırılması amacıyla hazırlanan ve kamuoyunun çok geniş bir bölümüne ulaşması hedeflenen "2009 Rekabet Mektubu", Rekabet Kurumu Başkanı Prof. Dr. Nurettin Kaldırımca imzasıyla on binin üzerinde adrese gönderildi. Mektup, içinde bulunduğumuz dönem itibarıyla, rekabetçi açıdan önemli görülen genel bir değerlendirmeyi ve bazı hatırlatmaları kapsıyor.

Rekabet Kurulu Başkanı Prof. Dr. Nurettin Kaldırımca, çeşitli toplum kesimlerine ulaşması planlanan Mektupta küresel kriz konusuna da değiniyor ve yaşamın krizin, kuralsız serbestliğin nelere mal olacağına yanı sıra hukuk, ahlak ve sorumluluk temelli rekabet etmenin ise ne kadar önemli olduğunu gösterdiğini vurguluyor.

Posta ve elektronik posta yoluyla 30 Ocak 2009 Cuma günü gönderilmeye başlanan Mektup, ilk etapta Türkiye Odalar ve Borsalar Birliği aracılığıyla tüm oda ve borsalar ile yaklaşık on bin tüzel kişiliğe, Türkiye Esnaf ve Sanatkarları Konfederasyonu üyesi tüm esnaf ve sanatkar odalarına gönderildi. İş dünyası temsilcilerince kurulmuş yaklaşık bin dernek de Rekabet Mektubunu gönderildiği kesim içinde bulunuyor. Rekabet Mektubu, içeriği ve gönderildiği kesim konusunda bilgi vermek amacıyla Cumhurbaşkanı, TBMM Başkanı, Başbakan, Bakanlar, Milletvekilleri ile kamu yöneticilerine de gönderiliyor.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Çalışmanın başında da ifade edildiği üzere, Rekabet Hukuku uygulamaları ülkemiz için yeni sayılır. Ancak Rekabet Kurumu yaptığı çalışmalarla AB Rekabet Otoritelerinin takdirini toplama başarısını göstermiştir. Ülkemizde rekabet uygulamalarının ve rekabet kültürünün yerleşmesi için zamana ihtiyaç vardır. Türkkan'ın da ifade ettiği üzere aşağıdaki önlemlerin alınması suretiyle, bu rekabet kültürünün yaygınlaşması anlamında çok daha hızlı yol alınabilecektir. Bu tedbirler;

Rekabet kültürünün gelişmesinin ilk ve olmazsa olmaz koşulu, her alanda özgürlüklerin, başkalarının aynı özgürlüklerden yararlanmasını sağlama dışında hiçbir sınırlama getirilmeksizin sağlanması ve garanti altına alınmasıdır. Rekabet kültürünün gelişmesi sadece girişim, mülkiyet, akit özgürlüğü gibi ekonomik özgürlüklerin değil, düşünce ve ifade özgürlüğü, örgütlenme özgürlüğü, basın özgürlüğü, seçme ve seçilme özgürlüğü gibi bireyin zihni ve fikri gelişimini, her türlü mal, hizmet ve fikir üretimini ve sunumunu etkileyen diğer temel özgürlüklerin de varlığını gerektirir. Burada önemli olan husus, bireyin kendisini bir nesne değil özne gibi hissetmesidir.

Rekabet kültürünün gelişmesinin bir başka olmazsa olmazı, hem siyasi, hem ekonomik, hem de sosyal arenada dengelenemeyecek, denetlenemeyecek ve kontrol edilemeyecek hâkim güçlerin oluşumuna geçit vermeyen, hiçbir hâkim gücün kötüye kullanımına imkân vermeyen, insan haklarına ve hukukun üstünlüğüne dayalı demokratik bir yapının varlığıdır.

Rekabet kültürünün gelişmesinin bir başka koşulu, adil bir rekabetin gerçekleşmesi için gerekli olan her türlü kurala uyumu sağlamayı ve uyumsuzluğu cezalandırmayı hedefleyen etkin bir toplumsal gözetim, denetim ve yaptırım altyapısının oluşmasıdır.

Rekabet kültürünün gelişebilmesinin diğer önemli bir koşulu, insanoğlunun sahip olduğu tüm farklı yeteneklerin kullanılabilmesi, sıranabileceği ve yarışabileceği farklı yarışma alanlarının oluşması ve gelişmesi için yasal, idari, kültürel veya ekonomik engellerin olmamasıdır. Rekabet kültürünün gelişmesi, herkesin yarış atı gibi aynı pistte koşturulması ile sağlanamaz. İyi bir rekabet ortamında herkesin yarışın en ön saflarında olmasını sağlayacak milyonlarca yarışma pisti vardır. Önemli olan herkesin en iyi yarışabileceği konuda yarışa girmesine imkân veren bir ortamın varlığıdır. Böyle bir ortamın yaratılmadığı durumlarda rekabet süreçlerinin oluşturulması mutlaka önemli dirençlerle karşılaşacaktır.

Rekabet kültürünün gelişmesinin bir başka koşulu, baskın kültürel yapının insanların statü ve refah arttırma çabalarına ve bundan doğacak statü ve zenginlik farklılaşmasına onay hatta destek vermesidir. Bu koşul her ülkede ve toplumda kolayca sağlanabilmiş değildir. Bazı toplumlarda yerleşmiş inançlar, gelenekler ve yasalar toplumsal düzeyde statü ve zenginlik farklılaşmasının belli bir seviyenin üzerine çıkmasına izin vermez. Rekabete ancak sınırlı alanlarda vize verilir. Bunların dışında rekabetin gelişmesine destek verilmediği gibi ciddi bir direnç gösterilir.

Şüphesiz rekabet kültürünün gelişmesinin ve benimsenmesinin en temel ön koşulu rekabetin ve rekabet kültürünün doğru olarak algılanmasıdır. Rekabet kültürünün bir çatışma ve husumet kültürü olarak algılanması, bu kültürün gelişmesi önündeki en önemli engellerden birisini oluşturur. Rekabetin, her türlü zor kullanımını, genel anlamda hâkim gücün kötüye kullanımını dışlayan, husumete geçit vermeyen, ayrıcalıkları desteklemeyen, adil yarışmanın önemsendiği, refah, istikrar ve barış yaratan bir süreç olarak algılanması ise bu kültürün gelişmesini ve yaygınlaşması kolaylaştırıcı etkiler yaratacaktır.

## KAYNAKÇA

4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun

Aktepe, E. (2006). *Genel İşletme*, Metsek No. 55, Ankara

Alpugan, O. (1998), *İşletme Bilimine Giriş*, Per Yayınları, Trabzon.

Atiyas, İ. (2000), Rekabet Politikasının İktisadi Temelleri Üzerine Düşünceler, *Rekabet Dergisi*, 1(1): 25-47.

Demir, Ö. (1998), Dünya Ticaret Örgütünün Yeni Çalışma Konusu: Ticaret ve Rekabet Politikaları Arındaki İlişki, [www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/nisan98/dnyat.htm](http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/nisan98/dnyat.htm)

Demsetz, H. (1899) Efficiency, Competition and Policy, *The Organization of Economic Activity*, III :91-111.

Dinçer, Ö. (1998), *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş. İstanbul.

Doğan, D. M. (1982), *Büyük Türkçe Sözlük*, Birlik Yayınları, Ankara.

Ege, Yavuz (2000), Dünyadaki Uygulamalar Işığında Rekabet Politikası ve Özelleştirme, *Hazine Dergisi*, 13:120-128.

Erkan, H. (1999), Türk Toplumunda Kültür ve Rekabet, *Rekabet Kurumu Perşembe Konferansları*, 11: 112-125.

- Ersin, M. A. (1994), "Rekabet teorisi ve Rekabetin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı", *Demokrasi Gündemi*, s.24-26
- Esen, Ş.(2003), Türk Rekabet Politikası ve Rekabet Politikasından Beklentiler, *Çimento Müstahsilleri İşverenleri Sendikası Dergisi*, 17(4): 36-45.
- Sabuncuoğlu, Z. (2001). *İşletmelerde Halkla İlişkiler*. Bursa
- Serpa, R. (1985), Creating a Candid Corporate Culture, *Journal of Business Ethic*, 4(5): 120-128
- Topçuoğlu, Metin (2001). *Rekabeti Kısıtlayan Teşebbüsler Arası İşbirliği Davranışları ve Hukuki Sonuçları*, Rekabet Kurumu Lisansüstü Tez Serisi No:7, Ankara.
- Türkkan, E. (2001), *Rekabet Teorisi ve Endüstri İktisadı*, Turhan Kitabevi, Ankara.
- Yakupoğlu, M. (2001), Rekabet Kültürü ve Rekabet Hukuku, *Rekabet Kurumu Perşembe Konferansları*, 11: 121-146.
- Oberdorfer, G. H. (1971), *Common Market Cartel Law*, Chicago.
- Smith, A. H. (1963), *Economics For Our Times*, McGraw Hill.
- Petersmann, E. (1997) The Need for Integrating trade and Competition Rules in the WTO World Trade and Legal System, ( ss.1-43) *Symposium on Competition Policy, Economic Development and International Trade* içinde. WTO, Geneva 29 November.
- <http://www.rekabet.gov.tr/index.php?Sayfa=sayfahtml&Id=721> (Erişim Tarihi, 04.03.2009)
- <http://tdkterim.gov.tr/bts/?kategori=veritbn&kelimesec=213093> (Erişim tarihi, 04.03.2009)