

REKABET HUKUKUNUN PİYASALARA YANSIMASI

Meral GEZGİN

İktisadi Kalkınma Vakfı Eski Başkanı, Sanayici-Yönetici

•••

Sayın Başkan, Rekabet Kurulunun değerli üyeleri bugün burada olmaktan büyük onur duyduğumu ve mutluluk duyduğumu ifade ederek sözlerime başlamak istiyorum. Ben 1992 yılından itibaren İktisadi Kalkınma Vakfı'nda görev yaptığım süre içerisinde Türkiye, Avrupa Birliği uyum politikası doğrultusunda Rekabet Mevzuatının oluşturulması ve de bu mevzuat doğrultusunda Kurumun hayatiyet kazanması önemli gündem maddelerinden biri olmuştur. Bu bakımdan burada bu kurumda tekrar bir kez daha bulunmak ve sizlere hitap etmek fırsatına sahip olduğum için çok mutluyum. Ama bu mutluluğumu daha çok artıran Sayın Başkan'ın varlığı sayın Başkan ile uzun zamandır yine Türkiye meseleleri konusundaki çalışmalarımız dolayısıyla yakın mesaimiz olmuştur. Bir kere daha böyle bir çalışmayı gerçekleştirme fırsatı olduğu için gerçekten çok mutluyum.

Çok değerli Başkanın daveti üzerine bugün bu toplantıda sizlere hitap etme daveti aldığım zaman, kendi kendime düşündüm. Anlatılacak o kadar çok şey var ve o kadar da kavramlar var, o kadar birbiriyle ilintili kavramlar var ki acaba nerden başlamak lazım? Şuna karar verdim. Önce bir tanımlama yapmak lazım. Biz Rekabet Hukuku derken, Rekabet Hukukunun piyasalara yansımaları ele alırken aslında işin özü itibarıyla neyi konuşmak durumundayız, bunu netleştirmek lazım diye düşündüm. Hem kendi birikimim hem de yaptığım araştırmalar ile şöyle bir sunum uygulaması yapmak ve sizlerle fikir alışverişi yapmak doğru olacak diye düşündüm. Önce Rekabet Hukuku nedir? Rekabet Hukuku serbest piyasa ekonomisinin çalışması için gerekli en temel unsurlardan biriyse, o zaman serbest piyasa ekonomisi dediğimiz şey nedir? Serbest piyasa ekonomisi içerisinde Rekabet nedir? Rekabet kavramından ne anlıyoruz? Rekabet koşullarının korunması için güvence altına alınması için oluşturulmuş olan Rekabet Kanunlarının esasında özünde hedefleri amaçları nedir?

Biz, bu çerçevede iş dünyası olarak ben bir sanayiciyim, iş kadınıyım. Biz, bu oluşturulan çerçevede iş dünyası olarak kendimize nasıl bir rekabet

stratejisi oluşturuyoruz ve biraz daha küreselleşme çerçevesinde de konuya nasıl yaklaşmak lazım? Böyle bir çerçeve içerisinde böyle bir sıralama içerisinde sanıyorum günlük konuların detaylarından daha global, daha konuya yukarıdan bakacak bir bakış açısı doğru olur. Baktığımız zaman şu tespiti yapmak çok kolay. Rekabet Hukuku dediğimiz şey serbest piyasa ekonomisinde rekabet sisteminin dengeli ve yeknesak biçimde uygulanmasını sağlayan düzenlemeler. Bu kurumun kuruluşunun temelini de atan Rekabet Mevzuatı Rekabet Kanunu'nun birinci maddesi de zaten bunu aynen böyle tarif ediyor ve diyor ki Rekabet Hukukunun amacı mal ve hizmet piyasalarındaki rekabeti engelleyici bozucu veya kısıtlayıcı anlaşma, karar ve uygulamaları ve piyasaya hâkim olan teşebbüslerin bu hakimiyetlerini kötüye kullanmalarını önlemek, bunun için gerekli düzenleme ve denetlemeleri yaparak rekabetin korunmasını sağlamak. Bunu niçin yapıyor? Piyasadaki dengeleri muhafaza edebilmek için. Serbest piyasa ekonomisi nedir? Serbest piyasa ekonomisi ekonomik faaliyetlerin tam rekabet şartları içinde serbestçe yapılabildiği ekonomik sorunların çözümünün devletin ekonomiye müdahalesiyle değil fiyat mekanizması aracılığı ile gerçekleştirildiği ekonomik yapı. Yani rekabet, serbest piyasa ekonomisi rekabetin korunması, rekabet koşullarının korunması görüldüğü gibi birbiriyle iç içe kavramlar. Serbest piyasa ekonomisinde arz ve talebin temel belirleyici olduğu kabul edilmiştir. Fiyat mekanizmasının iyi işleyebilmesi de zorunludur.. Serbest piyasa ekonomisinden bahsetmek istiyorsak. İdeal serbest piyasa ekonomisinde üreticilerin ve tüketicilerin pazarda aynı şartlar altında bulunduğu varsayılır. Pazara giriş ve çıkışlar sınırlandırılmamıştır. Günümüzde yapılan ekonomik faaliyetlerin insanlar için en makul biçimi olarak serbest piyasa ekonomisini kabul etmek, sanıyorum yanıltıcı değildir. Bir toplumun kalkınabilmesi için piyasa ekonomisi olmazsa olmaz olarak telakki edilmelidir.

Rekabet nedir? Rekabet üstünlük sağlamak amacı ile rakiplere karşı yürütülen yarışma etkinliklerinin bütünüdür. Bu terim, rekabet terimi işletmecilik, iktisat, çevre, bilim, spor, sanat ve birçok dalı da içeren alanlarda sıkça kullanılır. Rekabet iki ya da daha çok kuruluş, işletme, sistem, birey ya da grup arasında yer alabilir. Ben rekabet kelimesinin kökenine baktım, sözlüklerde şöyle bir açıklama buldum. Rekabet kelimesi Arapçada denetim, kontrol, gözetmek, dikkat etmek, gözünü ayırmamak anlamlarındaki Rekabet kelimesinden türemiş. Yani kelimenin kökeni Arapçası, gözünü ayırmamak, dikkat etmekten türemiş. Ben şahsen bilmiyordum, o kadar rekabet kelimesini olağan bir biçimde kullanıyoruz ki kelimenin kökeninde gözetmek olduğu, gözünü ayırmamak olduğunu bilmiyordum Bu kelimenin Türkçede bugün modern anlamı birini yani rakibine gözetim altında tutma anlamında türemiş olmalıdır diye dil bilimciler açıklıyorlar.

Bir de şunu ilâve etmek lazım. Rekabet kavramında önemli olan kavram, kısıtlılıktır. Kısıtlılık rekabet nedenidir. Çünkü kısıtlılık olmasa rekabet etmek gerekliliği de ortada olmaz. Bir başka ifade ile rekabet, sosyal hayatta kimin daha iyi olduğunun bilinmediği durumlarda bunu belirlemenin yoludur. Ekonomik yaşamda olduğu gibi, sosyal yaşamın diğer bölümlerinde de rekabet bize belirli bir durumda kimin başarılı olduğunu gösterirken aynı zamanda kişiler üzerinde de en iyi ikinci olandan da başarılı olmak için daha çok gayret göstermek gibi, bir etki yapar. Rekabet kişilerin bilgi ve becerilerinin tümünü kullanmaya teşvikte bilinen en etkin yoldur. Kişilerin diğerlerinden daha başarılı olmak için tüm faydalı bilgi ve becerilerinden yararlanılması tabii ki toplumsal da bir kazançtır. En iyinin tespitinin yolu olan rekabet, en fazla yeni toplumsal değerlerin de ortaya çıkmasını sağlar. Piyasa sistemi rekabet süreci içerisinde gerçekleştiğinden piyasa sisteminin önemli ön koşullarından biri de rekabettir. Rekabet süreci içinde ekonomik birim piyasada oluşan koşulları anında değerlendirip bağımsız olarak kararlarını, kendi kendine bir üst bu otoriteden emir almadan verir. Bu işleyiş görünmez el olarak nitelendirilen, değerlendirilen yani rekabet ortamında kişilerin kendi tercihlerini herhangi bir etki altında kalmadan yapabilmeleri durumu ve bununla piyasaların dengesini bulması değerlendirmesi, görünmez el olarak nitelendirilen serbest piyasa sisteminin sürdürülebilmesinin temel koşuludur. Yani rekabete, rekabetin korunmasına, bu kurumun işlevine ya da bizim yaptığımız faaliyetlere baktığımız zaman işin özünde bunun sürdürülebilmesi, devam ettirilebilmesi için gerekli koşulların sağlanması söz konusudur. Sizler ki, çok iyi biliyorsunuz bu piyasanın görünmez elinin işlevini sürdürmeye devam edebilmesi için rekabetin rekabet koşullarının var olmaya, onların da sürdürülmeye ihtiyacı var ve bunun korunmaya ihtiyacı var. Bu amaçla ilk defa Amerika Birleşik Devletleri'nde malum 1890 ondan sonra da 1950'li yıllardan itibaren 2. Dünya Savaşı'ndan sonra Avrupa devletlerinde de Rekabet Kanunu, Rekabet Mevzuatı oluşturulması konusunda pek çok çalışma yapılıyor ve gerçekleşiyor. Bu yapılan çalışmalar, tartışmalar, (iktisatçılar arasında ciddi tartışmalar gerçekleştiriliyor.) bunlar Rekabet Hukuku'na yeni boyutlar kazandırmak için yapılan çalışmalar ve bu arayışlar serbest rekabetin alternatifini bulmayı amaçlamıyor. Tam tersine bazı rekabet sorunlarına değişik çözümler üretmeyi hedefliyor. Fakat, her halükarda 1950'lerden itibaren yapılan çalışmalar tartışmalar, arayışlar belli bazı anlaşmaların ve durumların rekabeti kısıtladığı ve bunların yasaklanması gerektiği konusundaki görüş birliğinden ediyor.

Ekonomi bilimine göre rekabet bilgi akışının, tam malın homojen ve hiçbir alıcı ve satıcının kendi başına fiyatı ve toplam arz miktarını etkileme gücüne sahip olmadığı ve giriş ve çıkışın serbest olduğu bir piyasa şekli olarak tanımlanıyor. Bu teorik bir tanımlama. Bunun tamamen gerçek hayat ile birebir örtüştüğü hiçbir

örnek yok. Buna mümkün olduğu kadar yakın olan örnekler var ama bu teorik tanımlamada söz konusu olan hedef, kavrama yaklaşmak. Bunun içinde Rekabet Hukukunun konusu rekabet koşullarının gerçekleştirilmesi için gerekli tedbirlerin alınması ile, bu koşullardan gerçekleşmediği piyasalarda faaliyet gösteren teşebbüslere rekabet piyasasında faaliyet gösteriyormuş gibi davranmalarını sağlamak. Bir başka ifadeyle teşebbüslerin rekabet şartlarını bozmaya yönelik faaliyetleri kadar rekabet şartlarının gerçekleşmediği piyasalarda piyasayı kontrole yönelik faaliyetlerde Rekabet Hukuku'nun kapsamına girer. Genel konsept, anlayış bu. Rekabet Kanunları piyasaların kendi doğal oluşumları şunlar için de gelişmesine, temine ve piyasaların her türlü müdahalede ki bu özel kişilerin müdahalesi olabileceği gibi devletin de müdahalesi olabilir, korumaya yönelik hükümleri içerir. Rekabet Mevzuatında, Rekabet Kanununda yada rekabete ilişkin kurallardan bahsedildiği vakit, herhalde sizler sıkça karşılaşıyorsunuz. Herkesin ilk aklına gelen şey şirketlerin arasındaki rekabet koşullarının dengelenmesine sağlamak, oysa Rekabet Kanunlarının rekabete ilişkin mevzuatın öngörmesi gereken tek şey bu değildir, bu olmamalıdır. Aksi takdirde rekabet koşullarını tam anlamı ile sağlamak mümkün olmaz. Sonuçta Rekabet Hukukunun oluşturduğu ortamdan en çok tüketiciler yararlanır. Ben bir şirket sahibi olarak tüketicinin kullandığı bir ürünü üretirken eğer Rekabet Kanunu olmasaydı sizler burada olmasaydınız ve varsayalım rakiplerimle oturup masada anlaşıp ürettiğim ürünün fiyatını belirleme imkanına sahip olsaydım ve bundan dolayı da herhangi bir cezalandırmaya tabi olmam gerekmeseydi, o zaman muhtemelen üretmekte ve satmakta olduğum ürünü şu anda sattığımız fiyattan daha yüksek bir fiyata satmam söz konusu olacaktı. Oysa Rekabet Mevzuatının varlığı ve bu Kurumun varlığı benim bunu yapmamı engelliyor. Dolayısıyla bundan yararlanan benim ürettiğim ürünü tüketen tüketiciler oluyor. Fakat şunu vurgulamak lazım. Rekabet Kanunları tüketiciyi koruma kanunları değildir. Hepinizin çok yakından bildiği gibi tüketici korumanın başka yasal mevzuatı vardır. Rekabet Mevzuatının amacı tüketiciyi korumak değildir. Rekabet Hukuku ile amaçlanan piyasaların kendi doğal şartları içinde gelişmesini sağlamaktır.

Önemli olduğunu düşündüğüm bir hususu ifade etmek istiyorum. Bir piyasa sisteminin varlık ve etkinliği için hiçbir başka unsur rekabet kadar stratejik öneme sahip değildir. Piyasa sistemini var kılan unsur piyasalar değil rekabettir. Çünkü piyasalar her yerde, her zaman ve her koşulda vardır. Ama piyasaların olduğu ortama bir sisteme dönüştüren rekabettir. Ancak rekabet var ise o piyasanın bir sistem olduğunu rekabetin piyasa koordinasyonu görevi gördüğünü unutmamak lazım.

Rekabet Mevzuatının, Rekabet Kanununun, Rekabet Kurumu'nun işlevi biraz önce de belirttiğim gibi tam bu noktada devreye girmektedir. Piyasaların

düzenlenişi ve işleyişi, ancak rekabet sürecin de olabileceğinden rekabet sisteminin de ancak, bu koşulda etkin olabileceğinden rekabet koşullarını koruyacak sisteme oturtmuş olmamız son derece önemlidir.

Rekabet Kanunu, rekabet konusunda bir mevzuatın ve bir kurumun varlığı, beraberinde birçok olumlu etki yaratır. Kuşkusuz bir tanesi. Rekabetin varlığı etkinliğin ve verimliliğin artırılmasıdır. Çünkü ekonomik alandaki başarının temel özelliği tarafların başarıya bir haksız nedene veya karşı tarafa kural dışı davranmaya değil, çalışma, o çaba ve yeteneğe dayandırması hâlinde elde edilmesi öngörülmüştür. Rekabetin korunduğu ortamlarda dolayısıyla, bu anlamda başarı rekabetin ekonomik açıdan yöneltildiği alan yenilikler, etkinlik ve verimlilik olmak durumundadır. Piyasaların bulunduğu bir ortamda rekabet sürecinin bir sisteme dönüştürülmesi rekabetin biraz öncede değindiğim gibi koordinasyon fonksiyonundan kaynaklanmaktadır. Rekabet Hukuku ile hedeflenen amaçlar arasında söylediğim gibi ekonomik verimliliğin gerçekleştirilmesi var. Tüketicinin korunması gibi bir doğal sonucu var. Aynı zamanda rekabetin korunması, sosyal bakımdan da önemli bir etkiyi beraberinde getiriyor. Seçme ve fırsat özgürlüğü. Bütün ülkelerde bizim ülkemizde de ekonomik yapılanmayla sosyal yapılanmanın hatta siyasi yapılanmanın birbiriyle iç içe geçmiş olduğunu unutmamak gerekir. Dolayısıyla rekabetin korunmasının yarattığı bu seçme ve fırsat ve özgürlüğünün karşılanmasında son derece önemli unsur olarak göz ardı edilmemesi gerektiğini düşünüyorum.. Malum rekabetin korunması için yapılan temelde şudur. Tekelleşmenin olmamasını sağlamak tekelleşme değil ama firmalar arası anlaşmalar vs olmamasını sağlamak. Birde firmaların sektörler içerisinde güçlerini birleştirmek için oluşturdukları birleşmelerin yani anlaşmalarda hukuki kimliğini muhafaza edip anlaşan ile birleşmelerde hukuki kimliğini de bir çatı altında toplayan yapılanmalarda bu yapılanmaların rekabet üzerindeki olumsuz etkilerinin ortadan kaldırılması hedefleniyor. Tabi son değindiğim, özellikle son dönemde son yıllarda hem Türkiye'de hem dünyada çok önem arz ediyor. Çünkü temel hedef ekonomik ölçeği yakalamak. Aynı ülkenin içinde bazen farklı ülkelerde faaliyet gösteren farklı büyüklüklerdeki şirketler birleşme yolu ile sahip oldukları avantajları sadece sayısal avantajları değil örneğin, bir ülkenin kültürüne daha yakın olmak gibi ya da bir başka ülkede daha iyi dağıtım ağına sahip olmuş olmak gibi birtakım avantajları ve bununla birlikte, bir ölçek ekonomisini gerçekleştirmek için bir araya geliyorlar. Güçlerini birleştiriyorlar. Burada şu soruyu sormak lazım. Çizgiyi nerede çizmek lazımdır? Yasal düzenleme çizginin nerede çizilmesi gerektiğine ilişkin bize bir şey işaret ediyor. Fakat globalleşme çerçevesinde bu birleşmelerin yarattığı ölçek ekonomisinin de bunun yarattığı ekonomik verimliliğin göz ardı edilmesi de söz konusu olmaması gerekir. Belki bu konuda hem mevcut mevzuatın hem ülkeler arası görüşmelerin tartışmaya

açılmasında göz önünde bulundurulması yarar olabilir. Bununla tekelleşmeye yönelik birleşmelerin veya tekelleşme sonucu verecek birleşmelerin oluşmasına teşvik etmek ya da buna göz yummak lazım en azından demek istemiyorum. Ama biraz önce dedik ki rekabet serbest piyasa ekonomisinin işleyişinin en önemli mekanizmasıdır, varlık sebebidir ve bu sayede de ekonomik verimlilik sağlanır. Öbür taraftan birçok iktisatçı bu kadar yaygın rekabet ortamında ekonomik verimliliğin sağlanabilirliği konusunu da tartışmaya açmıştır. Bizlerinde böyle bir fikir jimnastiği yapmamızda kuşkusuz yarar var. Bu bugün birleşmeler konusu olabilir yarın Rekabet Mevzuatı çerçevesinde düzenlenen başka konular içinde gündeme gelebilir. Zaten hiçbir konuyu belirli bir statik anlayış içerisinde incelememek gerektiği herhalde hepimizin hemfikir olduğu konudur. Peki biz iş dünyasında bu koşullarda ne yapıyoruz. Rekabet Mevzuatı bize diyor ki sakın ha herhangi bir biçimde anlaşma yada anlaşma izlenimi verecek bir şey yapmayın. Birleşmeler yaparken ekonomik ölçeği oluşturmak için birleşirken bir takım kurallarla birtakım sınırlara çok riayet edin. Peki biz o zaman rekabet ortamında ayakta kalma mücadelemizi yürütmeye ve başarılı olmaya gayret edelim.

Bildiğiniz gibi rekabet konusunda en çok yazan çizen, bütün dünyada da yazdıkları en çok itibar gören araştırmacılardan bilim adamlarından biri Michael Porter'dir. Michael Porter'da yine bildiğiniz gibi rekabeti belirleyen kişilerin kuruluşların grupların bu rekabet koşullarında kendi stratejilerini oluşturmak açısından göz önünde bulundurmaları gereken beş temel rekabet unsuruna değinir. Bir, mevcut rakipler. İki, potansiyel rakipler yani o sektöre girmesi söz konusu olabilecek yeni rakipler. Üç, müşteriler. Çünkü müşteriler rekabette çok önemli bir unsur. Eğer müşteri sayısı az ise milyonlarca tüketicinin tükettiği bir ürünü değil de diyelim ki üç tüketicinin beş tüketicinin büyük şirketlerin, büyük grupların tükettiği kullandığı bir ürünü üretiyorsanız müşteri önemli bir pazarlık gücüne sahiptir. Dolayısıyla rekabet unsuruna sahiptir. Tedarikçiler aynı şekilde ciddi bir pazarlık ürünle sahip olabilir eğer az sayıda tedarikçinin faaliyet gösterdiği bir alan da siz tedariginizi yapıyorsanız burada ciddi bir bağımlılığınız ya da rekabet zaafınız var demektir. Bir de ikame malların oluşturduğu tehdit. Kuşkusuz son derece önemli bir rekabet unsurudur. Bu beş madde gerçekten de hayatın gerçeğidir. Yani genel de araştırmacıların bilim adamlarının tespitleri hayatın gerçeğinden biraz daha idealize edilmiş koşulları yansıtır. Fakat rekabete ilişkin bu tespitler birebir hayatın gerçeğinin yansımasıdır. Gerçektende hepimizin bildiği gibi çok önemli. Piyasada mevcut olan rakipler arasında savaş bu hepimizin bildiği savaş.

Ama müşteriler de önemli bir rekabet unsurudur. Şöyle bir örnek vereyim Türkiye'de ciddi bir otomotiv sanayi var. Hepimizde övünüyoruz otomotiv ihracatı ile. Fakat baktığınız zaman otomotiv sanayiini temsil eden kuruluş sayısı,

firma sayısı son derece sınırlı, buna mukabil otomotiv sektörünün yan sanayi pek çok sayıda firmadan oluşuyor. Binlerce firmadan oluşur. Şimdi otomobil yan sanayi için otomobil ana sanayi müşteri olan ana sanayi gerçekten çok ciddi bir rekabet gücüne sahiptir. Firmalar stratejileri ni yapar iken rekabet stratejilerini yapar iken bunu göz önünde bulundurmamak sorundadırlar. Yada üçü beşi onu yirmisi bir araya gelip güç birliği etmek istedikleri zaman otomotiv yan sanayinde faaliyet gösteren firmaların hepimizin göz önünde bulundurması onların müşterileri de zaten çok az sayıda.

Bir başka gene zaman zaman göz ardı ettiğimiz husus tedarikçilerin pazarlık gücünün çok yüksek olması keyfiyeti, petrol üreten ülkelerin yada petrol üreticilerinin yıllardır uyguladıkları bir pazarlık gücü ama bu birçok başka sektörde de var. Örneğin bundan peki 10 yıl 15 yıl öncesine kadar ama bugün hâl veya bazı sektörlerde geçerli olan birçok sektörün ana hammaddesini üreten kurumlar kamu İktisadi teşebbüsleriydi. PETKİM plastik ham maddesi üretir. Türkiye'de plastik hammaddesini kullanan binlerce firma vardır. Ama, bir tek PETKİM üretir., bunun yanında bir de devlet tarafından koruma ile, bu tek tedarikçiyi yada çok az sayıdaki tedarikçi konumunu güçlendirirseniz bütün rekabet stratejinizin plastik kullanan bir firma olarak bütün rekabet stratejinizi bu tedarikçinin pazarlık gücüne odaklayarak gerçekleştirmeniz lazım. İkame mal ve hizmetin rekabet gücünü tartışmaya gerek yok. Sizin ürettiğiniz ürünün hemen bir alternatifi yaratılabilir ve siz buna karşı kendinizi korumak zorundasınız. Biz, ne yapıyoruz. Bu beş temel rekabet unsuru ile baş etmek için. Yapabildiğimiz aslına bakarsanız temelde üç şey var. Bir fiyatlara odaklanıyoruz. Verimliliğimizi artırmak suretiyle kapasite kullanımlarınızı artırmak suretiyle mümkün olduğu kadar rakiplerimizden daha iyi maliyetlerle yapmak suretiyle fiyat mekanizmasını ya da maliyet mekanizmasının maliyetler konusunda lider olma arayışını gerçekleştirmeye çalışarak bu mücadeleyi başarmaya çalışıyoruz.. İkincisi farklılık yaratmaya çalışıyoruz, herkes aynı ürünü üretiyor herkes aynı kalem mi üretiyor ama ben daha özellikli bir kalem üretmek suretiyle bunu başarmaya çalışıyorum. Ya da belirli pazarlara belirli ürün gruplarına odaklanarak bunu yapmaya çalışıyorum. Tabi işletmelerin farklılaştırma farklı ürün geliştirmeleri son derece hayati bir rekabet çabası. Çünkü bu aynı zamanda kaliteye dayalı, sadece yeni ürün geliştirmek değil, aynı zamanda daha kaliteli ürün geliştirmeyi de kapsayan bir çaba. Bu çabayı gösteren işletmenin ürettiği mal ve hizmeti eşsiz ve ayrıcalıklı kılan bir durum. Günümüz koşulları düşünüldüğünde özellikle küreselleşmenin piyasalara getirdiği rekabetçi ortam içerisinde işletmelerin piyasadaki varlıklarını devam ettirebilmeleri için bu bahsettiğim stratejileri uygulamaları kaçınılmaz. Çünkü aksi takdirde ayakta kalmak mümkün değil. Tabi emeğin ucuz olduğu ülkelerde dolayısıyla maliyet avantajı sağlayan ülkelerde

üretim yapılması ile maliyetler belli ölçüde düşürülebiliyor. Bu yüzden üretimlerini kendi ülkelerinden maliyetlerin daha ucuz olduğu, işçilik emek maliyetlerinin çok daha ucuz olduğu ülkelere kaydıran önce batıdan sonra hatta Türkiye'den bile pek çok girişimci pek çok işyeri söz konusu oldu. Fakat sonuçta sadece emeğin ucuz olması ile maliyetleri düşürerek rekabet edemeyeceği birçok sektörde hepsi için değil belki ama birçok sektörde ortaya çıktı. Dolayısıyla kalitenin artırılması, verimliliğin artırılması farklı taleplere farklı isteklere farklı ihtiyaçlara cevap verebilecek ürünleri üretebilmek ve buna odaklanmış bunu hedeflemiş bir rekabet stratejisi burada tercih edilir daha iyi sonuç alıp daha uzun süreli sürdürülebilir bir politika olarak ortaya çıktı. Firmaların rekabet güçlerini oluşturabilmeleri için ve rekabet stratejilerini oluştururken bunun yanında dünyanın değişimini izlemeleri ve değişen dünyanın gereklerine ayak uydurmaları çok çok önemli çok çok hayati. Çünkü biraz önce değindiğim gibi küresel ekonomide yaşıyoruz artık. Çünkü bu hizmetlerin, ürünlerin değişimini yakından izleme ama aynı zamanda şirketlerin kendi iş yapış biçimlerini yineleme stratejileri anlamına geliyor. Bu firmalar da inanılmaz önemli bir rakip sağlıyor.

İdeal bir Serbest Piyasa Ekonomisinden bahsettik. Bu ideal Serbest Piyasa Ekonomisinin var olabilmesi sürdürülebilmesi için rekabetin mutlaka korunması gerektiğini çünkü rekabetin piyasa ekonomisini var eden, en önemli unsuru olduğuna değindik. Rekabetin korunması içinde Rekabet Kanunlarının olması, Rekabet Kurumu'nun olması gerektiğine değindik. Bütün bunlar gerçekten rekabetin tam anlamı ile sağlanması için yeterli mi? Değil mi? Sorusuna cevap vermeden önce son olarak şunu da değinmek gerektiğini düşünüyorum. Rekabetin korunması sadece bir ülkede ya da birtakım ülke gruplarında, örneğin Avrupa Birliğinde olduğu gibi Rekabet Mevzuatının oluşturulması rekabeti gözeten kurumların oluşturulması ile maalesef bitmiyor. Çünkü rekabeti etkileyen dışsal etkiler var. Buna değinmeden rekabet konusunu tartışmayı tamamlamak büyük bir eksiklik addederim. Hepimizin bildiği gibi günümüzün globalleşen ekonomilerinde piyasa artık belirli bir ülke değil. Türk piyasası sadece Türklerin ya da Türkiye'de yerleşiklerin faaliyet gösterdiği bir piyasa değil. Avrupa Birliği böyle değil. Amerika Birleşik Devletleri öyle değil. Dünyanın birçok ülkesi artık böyle değil. Dolayısıyla piyasa nerdeyse hemen hemen tüm dünya. Bu durumda ne rekabete korumak için oluşturulmuş olan yasalar ve kurumlar ne de rekabet edebilmek için rekabet gücünü devam ettirebilmek için bizlerin şirketlerin oluşturduğu stratejiler tek başına sonuç vermeye yeterli olmuyor. Ulusal yönetimler her şeye rağmen ulusal yönetimler kendi ekonomik politikalarını farklı uygulayabiliyorlar. Rekabet mevzuatlarını farklı uygulayabiliyorlar. Mali politikalarını hatta parasal politikalarını farklı uygulayabiliyorlar ve buna bağlı olarak ta o tamamen farklı yasal bir ve ekonomik temeller oluşuyor. Bu birbirinden farklı yasal ve ekonomik temeller üzerinde aynı koşullarda, eşit koşullarda rekabet edilebilirliğinden

bahsetmek zor. Benim temsil ettiğim yönetim kurulu başkanı olduğum şirketler, kurumlar, çok ciddi ölçüde ihracat yapan firmalar. Dünyanın pek çok ülkesine aşağı yukarı 25 ülkesine ihracat yapıyoruz. Birçok ülkede birbirinden farklı mevzuat ile karşılaşılıyor. Somut bir örnek vereyim Ortadoğu'da biri ülkeye uzun zamandır başarı ile ihracat yapıyoruz. Konumuzda bu ülkede ciddi bir pazar payına sahibiz. Bundan dolayı taklit ediliyor. Geçen sene ürünümüz öyle bir taklit edildi ki ayırt etmek neredeyse mümkün değil. Fakat söz konusu ülkede fikri sınai mülkiyet hakları konusunda bizim ülkemizde olduğu gibi bir düzenleme olmadığı için çok zorlu bir hukuki mücadele sonucunda ancak başarılı olabildik. Bizim başarılı olamamamız demek bizi taklit eden büyük ihtimalle bizim ürettiğimiz ürün özelliklerine dahi sahip olmayan bir ürünü üreten Türk yada dünyanın herhangi bir yerleşik firmanın ciddi bir haksız rekabet konumu elde etmiş olması. Çok güzel bizim ülkemizde hem rekabet konusunda iyi bir mevzuatımız var. Fikri sınai mülkiyet hakları konusunda da iyi bir mevzuatımız var. Burada çok ciddi bir kurum var. Rekabet Kurumu ayrıca başka kurumlarda rekabet koşullarının mevcudiyetini ve güvence altında olmasına gözetiyor. Ama biraz önce belirttiğim gibi artık bizim oyun alanını bizim pazarımız kendi ülkemiz değil çok daha farklı ülkeler farklı koşullar dolayısıyla rekabet edilebilirliğin güvence altına alınması teoride Rekabet Mevzuatını oluştururken ya da bu ve benzeri kurumları oluştururken düşünüldüğü kadar kolay olmayabiliyor. Bu örneği buna benzer birçok örnek de verebilirim. Şunun için sizlere aktardım. Yanlış anlamayın ne kadar iyi bir ürün üretiyoruz da taklit ediyoruz diye reklam yapmak için değil. Şunun için rekabeti koruyalım kollayalım diyoruz ama, kendi kendimize sorgulamamız lazım. Bizim yaptığımız rekabeti koruma kollama çabası gerçekten rekabeti koruma kollama için yeterli mi. Şunu söylemiyorum siz burada rekabeti korumak, kollamak için bu kadar çaba sarf ediyorsunuz ama rekabet global ekonomik koşullarda zaten sağlanamıyor. Siz bu çabayı hiç sarf etmeyin demiyoruz. Sizin bu sarf ettiğiniz çabanın bütün ülkelerde sarf edilmediği durumlarda, bu, her benzer yasal altyapının oluşturulmadığı durumlarda haksız rekabet kaçınılmaz. Ama, bir şey daha haksız rekabeti kaçınılmaz kılıyor. Biraz önce değindiğim gibi ulusal yönetimler farklı ekonomik mali ve parasal politikalar uyguluyorlar. Bugün Türkiye'de birçok ihracatçı Türk lirasının aşırı değerlendiğinden şikayet ediyor ve bunun rekabet güçlerini erittiğinden söz ediyor buna değiniyor. Böyle bir şikayeti dile getirecek değilim. Ama, Türk parasının doğru değerde olduğunu da ifade edecek değilim. Ama, şu gerçeği göz önünde bulundurmak lazım. Ülkelerin uyguladıkları ekonomik politikalar sonucu oluşan kendi ulusal para birimlerinin değeri çok önemli bir rekabet unsuru olmuştur artık. Eskiden tarifeler önemli bir rekabet unsuruydu ya da korumacılık unsuruydu daha doğru bir ifadeyle. Sonra Gümrük tarifeleri demode olmaya başladı. Serbest ticaretin globalleşmenin faydaları görüldü. Fakat, bir dönem halâ

da kısmen teknik engeller uygulanmaya başlandı. Şimdi teknik engeller de azalmaya başladı. Şimdi zaten teknik standartlarda birbirlerine çok yaklaşıp hale geldiler globalleşmenin sonucu. Baktığımız vakit Çin ekonomisinin rekabet gücünü sağlayan tek bir unsur Çin ekonomisindeki işçi emek gücü fiyatlarının maliyetlerinin düşüklüğü değil sadece. Aynı zamanda Çin parasının değeri karşılaştırmalı ciddi bir üstünlük sağlamakta. Bütün bu fikirleri rekabet konusunda sadece rekabeti nasıl koruyalım diye değil rekabetçiliği daha nasıl yaygınlaştıralım diye düşünmek istediğimizden emin olarak aktarmaya çalıştım. Sözlerimi burada toparlamak istiyorum., sizlerin sorularına seve seve cevap vermeye dikkat edeceğim. Çok teşekkür ediyorum.