

HUKUKİ AÇIDAN REKABET ETİĞİ

Legal Aspect of Competition Ethics

Yrd. Doç. Dr. Gül EFEM¹²⁷

ÖZET

1990'lı yıllar batıda özellikle ABD'de etik sorunların gündeme geldiği, meslek etiği gibi konuların tartışılmaya başlandığı yıllar olmuştur. Giderek kar maksimizasyonu, sosyal sorumluluk, verimlilik, ahlak kuralları ve etik kurallar, hukuk kuralları ile etik kurallar arasındaki ilişkiler tartışılır olmuştur.

Etik kurallara ilişkin tartışmalar Türkiye gündeminde son yıllarda yer almaya başlamıştır. Konu başlığımız nedeniyle, çalışmada öncelikle etik kavramı üzerinde durulacak, etik- ahlak – hukuk kuralları ilişkisi; pazar ekonomileri içinde teşebbüslerin davranışları, rakipler ve tüketiciler açısından incelenecektir.

Sonuç bölümünde rekabet kültürünün gereği etik kuralların uygulamadaki yeri ve önemi vurgulanmaya çalışılmıştır.

SUMMARY

In 1990's ethical concept and ethical rules was the main debate in in societies especially in the USA.

Profit maximization, social liabilities, social duties, global responsibilities, and balancing them with legal rules are still the subject matter of this debate.

In Turkey these discussions about ethical matters has a very recent history. In the article, definition of ethics, difference between ethical codes and moral and legal rule correlations with both are given.

A society's ethical code constitutes the foundation on which it's law are built. In contrast to ethics, however, the law must be more definite and stable in order to be enforceable. Nevertheless, a society's evolving ethical code can serve as a blueprint for the future form it's law.

Anahtar Sözcükler- Keywords

Rekabet, Rekabet Etiği, İşletme Etiği - Competition- Competition Ethics - Business Ethics

GİRİŞ

Konu başlığımız rekabet etiği olduğu için öncelikle rekabet ve etik

¹²⁷ Çankaya Üniversitesi Hukuk Fakültesi Öğretim Üyesi.

kavramı incelenecektir. Etik kurallar ahlak ve hukuk kuralları ilişkisi, pazar ekonomileri içinde işletmelerin etik değerlere bakışı, sosyal sorumluluk, rekabet hukuku ve etik kurallar ilişkisi, yoğunlaşmış ekonomik güce sahip işletmelerin rakiplere ve tüketicilere sosyal sorumluluklar açısından bakışı üzerinde durularak sonuç bölümünde etik kurallara uygun davranışlar ve rekabet kültürü ilişkisi tartışılarak konuyla ilgili yasal düzenlemelere yer verilecektir.

Çağlar boyunca insanlar, toplumsal ilişkilerinde ahlak kurallarını yüceltmeye, özellikle ekonomik ilişkilerini dürüstlük ve iyi niyet esasına oturtmaya çabalamışlardır. Bazı başarılar elde edilmiş fakat hırsızlık, yolsuzluk, yağmacılık gibi davranışlar her toplumda ve tarihin her döneminde varlığını sürdürmüştür¹²⁸.

Son iki yüzyılda gelişen kapitalist piyasa ekonomisi temellerini etik kurallar üzerine oturtma ihtiyacı hissetmemiştir. Gerçekten artık günümüzde dayanışmanın değil-rekabetin, hizmetin değil-çıkarcılığın peşinde koşmanın, fedâkarlığın değil-alışverişin geçerli olduğunu biliyoruz.

Gelinen bu başarısız noktada; kapitalist sistem etik temellerden yoksun piyasa davranışlarını öncelikle sorgulamaya başlamış, sistemin temelini teşkil eden piyasa ilişkilerini sosyal dayanışma ve etik değerler üzerine inşa etmek için uğraşa girmiştir.

I- ETİK TANIMI AHLAK VE HUKUK KURALLARI İLİŞKİSİ

1990'lı yıllar, batıda, özellikle ABD'de etik soruların giderek gündeme geldiği, özellikle işletme etiğinin tartışılmaya başlandığı yıllar olmuştur. Giderek, kâr maksimizasyonu, sosyal sorumluluk, verimlilik, hukuk kuralları, ahlak kuralları ve etik kurallar arasındaki ilişki önem kazanmıştır. Bu tartışmaların Türkiye'de yeni yeni gündeme geldiğini belirtmekte yarar var.

Harvey'in 1994 yılında yayınlanan bir yazısında belirttiği gibi" genellikle ve anlaşıldığı biçimde etik, bir uygulamanın ve hatta bu uygulamanın yansımalarının ifadesidir.

Etik bir uygulama olarak ele alındığında bireylerin kendilerinde ve başkalarında olması gereken normlar ve değerlere bilinçli bir biçimde başvurmaları olarak tanımlanabilir.¹²⁹

Bir disiplin olarak etik normatif bilim içinde yer almaktadır. Normatif bilimde üzerinde durulan durumun ne olduğu, mevcut durumun nasıl oluştuğu ve nasıl etkilenebileceği değil; neyin yapılması ya da yapılmamasının gerekli olduğudur. Tıpkı hukuk ve siyaset biliminde olduğu

¹²⁸ **ERTUNA. Ö:** *Ekonominin Etik Temelleri* 6/2/2001 Radikal Gazetesi.

¹²⁹ **ERGENELİ A.:** *İşletme Etiği: Geleceğin Potansiyel Yöneticilerinin Etik Düşünme Profiline İlişkin Bir Çalışma* Ankara 1996 basılmamış Doçentlik Tezi.

gibi etikde de nasıl davranılması yada hangi davranışlarda kaçınılması gereğini gösteren normatif belirlemeler bulunmaktadır.

Etik, davranışlara yol gösteren doğru ve yanlışın ahlak formüllerini içermektedir. Etik davranışları belirleyen prensipler içinde yer olan normlar, ahlaki bir kanaate dayanmaktadır.¹³⁰

Bu durumda ahlak ile etiğin farklılığından söz etmek gerekir. Ahlak, bireyin başkalarıyla ilişkilerinde ortaya koyduğu davranışın standardını belirlemede, etik ise davranışın belli ahlak standardını haklı çıkaran inançlar sistemini ifade etmektedir.¹³¹

Buna göre, ahlaki davranışlar niyet, sonuçlar ya da hukukilik bakımından yargılanabilirken, etik; kültür, uyum ve faaliyet alanı itibariyle değerlendirilmektedir.

Etik, felsefenin bir dalı olup; ahlak felsefesi yada ahlakla ilgili sorunlar, yargılar konusunda felsefi düşünmedir.¹³² Ahlak bireyin nasıl davranması gerektiğine ilişkin bir yol göstericidir. Etik bu anlamda bir tür davranış kodudur.¹³³ Yıllar itibariyle araştırmacılar bazı etik felsefe sınıflandırmaları geliştirmişlerdir. Ancak bunların çoğu birbiriyle çelişen fikirleri kuralları ve yorumları içermektedir. Gerçekte bu yöntemler şu beş felsefe içinde özetlenebilir¹³⁴.

- Deontoloji
- Faydacılık (Utilitarianism)
- Bencillik (Egoizm)
- Görelilik (Relativism)
- Adalet (Justice)

Hukuk kurallarının toplum yapısını düzenleyici yaptırım gücü olan normlar bütünü olduğu bilinir. Acaba etik değerler hukuki yapıyı nereye kadar etkiler?

Toplumun sahip olduğu etik kodlar kaynağını yine o toplum yapısının düzenleyici hukuk kurallarında bulur. Hukuk kuralları değişen sosyal yapı ve gereksinimler doğrultusunda düzenleyicilik görevi üstlenmiştir.

Tıpkı hukuk kuralları gibi etik kodlar da zamana ve toplumsal yapının değişim ve gereksinimlerine göre farklılık göstermektedir. Örneğin,

¹³⁰ Business Week 1985 October 24.

¹³¹ **HOSMER, L.T.** “*The Ethics of Management*” Illinois 1987 s 92.

¹³² **FRANKENA, W.K.:** *Ethics*, 2nd ed.1973 Englewood Clifts. N.T. Prentice Holl inc. S.5 Ayrıca Bkz. **MACINTYRE**, Alasdair: *Etik'in Kısa Tarihi*. Paradigma Yayınları, İstanbul 2001.

¹³³ **ANDERSON, FOX, TWOMY**, *Busiess Law*. Ohio USA 1992 s. 25.

¹³⁴ **FERRELL-GREHAM:** “*A Contingency Framework Understanding Ethical Desicion Making in Marketing*,” *Journal of Marketing*,1985, s.87-96.

Ispartalıların, yeterince güçlü olmayan yeni doğanları ölüme terketmeleri şeklindeki davranış biçimi, toplumun sağlıklı yapısını korumak ve kaynakları heba etmemek için herkesçe onaylanan bir kuraldı. Pazar ekonomisi içinde önceleri “tüketici müşteri gözünü açsın” (Let the buyer beware) kuralı hakimken, modern hukuk uygulamasında bu görüş önemini yitirmiş ve artık hukuki düzenlemelere yol gösteren düşünce “satıcılar gözünü açsın” (Let the seller beware) şekline dönüşmüştür.

Etik kuralları açısından problem iyi ve kötünün değerler sistemi içindeki yerinin saptanmasındaki zorluktur. Fakat her durumda kabul edilebilir gerçek sosyal yapının değişim ve gelişiminin etik kavramını (concept) etkilediği, bu kavramdaki değişikliklerinde hukuk kurallarının düzenlenmesine kaynak teşkil ettiğiidir.

→ Social Forces → Ethics → Law → Solid Environment¹³⁵
(Toplumdaki Yapısal Değişiklikler-Etik Değerler-Hukuk Kuralları- Hukuki Yapı)

Şüphe yok ki, hukuk kuralları belirgin dengeli (stable) ve somut olmak zorundadır. Aksi takdirde yaptırım gücünden söz edemeyiz.

Etik kurallar ve davranış kodları doğal olarak, hukuk kuralları özelliklerine sahip değildir. Fakat yine de ; Devletin korunması, kişilerin korunması, toplum sağlığının gözetilmesi, güvenlik, özel mülkiyetin korunması, kişisel hak ve özgürlükler gibi konuların da hukuk kurallarına kaynak teşkil ettiği tartışılmaz. Pazar ekonomileri içinde işletme davranışlarını etik ahlak hukuk kuralları ilişkisi içinde değerlendirirken sosyal anlaşma ve sosyal sorumluluk kavramlarını da açıklamakta yarar vardır.

II-SOSYAL ANLAŞMA VE SOSYAL SORUMLULUK

Sosyal anlaşma gerçekte yazılı olmayan metafizik bir soyutlamadır. Sosyal anlaşma felsefede geleneksel olarak tartışılan devlet ve halk arasındaki ilişkiler hakkındadır. Bir anlamda, devleti tanımlama ve onun varlığını haklı çıkarma yöntemidir.¹³⁶

Bu görüşe göre, bireylerin mülk sahibi olmak, özgür olmak, rekabet etmek gibi doğal hakları vardır. Bireyler haklarını korumak ve anlaşmazlıklarını bir hakem aracılığı ile çözmek için bir otoriteye ihtiyaç duyarlar; bu da sosyal anlaşmanın temelini teşkil eder.

Donaldson, devlet ile bireyler arasında düşünülen sosyal anlaşmanın ekonomik kurumlara da uyarlanabileceğini öne sürmektedir.Yazar, özellikle sosyal devler diye tanımlayabileceğimiz büyük üretim organizasyonlarının

¹³⁵ ANDERSON/FOX/TWOMEY: Age s.27.

¹³⁶ DONALTON T.: *Corporations and Morality*, Englewoodclifts 1982 s.18-35.

(Microsoft, General Motors) milyonlarca insanın yaşamını etkilediğini vurgulamaktadır.¹³⁷

Bu tür işletmelerin sürekli toplumla işbirliği içinde olduklarını, iş gücünü toplumdan sağladıklarını, ürettiklerini topluma sattıklarını, sahip oldukları statüyü toplum dolayısıyla elde ettiklerini dikkate aldığımızda, başka bir deyiş ile, eğer işletmeler var olmak için gereken koşulların sağlanmasında topluma ihtiyaç duyarlarsa toplumun da işletmelerden beklediği bazı sorumluluklar olmalıdır.

Bir diğer görüş, işletmelerin sosyal sorumluluklarının kar yapılarının artırmak olduğunu savunurken konuya pay sahipleri açısından bakmaktadır. Pay sahiplerinin tek isteği kar etmek olduğuna göre, itimat edilen işletmelere düşen görev, kar arayışı ile pay sahiplerinin menfatını birleştirmektir. Pay sahiplerinin parası başka amaçla kullanılamaz.¹³⁸

İşletmeyi mal ve hizmet üretilmesi için insanların işbirliği içinde oldukları organizasyonlar olarak tanımladığımızda, rakipler, müşteriler ve çalışanlar sözleşmenin önemli unsurları olarak önümüze çıkmaktadır. Toplum açısından işletmelerin fonksiyonları : müşterilerin ve çalışanların çıkarlarını tatmin suretiyle ve hakkaniyet sınırları içinde kalınarak refahı sağlamak olmalıdır. İşletmeler bu beklentileri karşılayamadıkları zaman kendileri ile toplum arasındaki kuramsal anlaşmaya uymamış olacaktadırlar.

Sosyal sorumluluk, toplum yapısını oluşturan sosyal zorunluluklara ve anlaşmalara katılmaktır. Etik ise bu sorumlulukları içinde barındıran kurallar ile ilgilidir.

III-REKABET VE ETİK

Rekabet ve etik ilişkisi ele alındığında öncelikle kapitalizmin serbest piyasa rekabetine dayanan bir sistem olduğunu vurgulamak gerekir. İşletmelerin müşteri potansiyelini ve karlarını artırmak için rekabet etmeleri sonucunda, hem tüketici isteklerini daha iyi karşılayacakları hem verimlilik ve yaratıcılık sağlayacakları varsayılmaktadır.¹³⁹ Fakat sonuç itibariyle, kapitalist sistem, adil olmayan refah dağılımı ile kendi çıkarını maksimize etme çabasıdır.

Bu gün geldiğimiz noktada, kapitalist ekonomilerin, savunulduğu kadar başarılı olmadığı açıktır. Kapitalizmin etik temellerden yoksun olmasının bu başarısızlıkta önemli rolü olduğu kabul edilerek şöyle sorular ortaya atılmaktadır.

¹³⁷ **ERGENELİ A.:** Age s.28

¹³⁸ **FRİDMAN M.:** *Social Responsibility of Business is to Increase Profits*
Donaldson P.H.: Werhane (Eds), *Ethical Issues in Business: A Philosophical Approach*, 1988, 32-33.

¹³⁹ **WHITE, I.:** *Business Ethics: A philosophical Reader* New York: Macmillan Pub Co. 1993 p12.

(i) Kapitalizmin özünde rekabet vardır. Rekabet düşmanca ya da sosyal olmayan tutumları beslemekte midir? Bireylerin birlikte iş yapan arkadaşlar olmaları mı; yoksa bir birleriyle savaşıyor düşman taraflar olmalarına mı sebep olmaktadır?

(ii). Kapitalizm piyasaya dayalı olduğundan, büyük olasılıkla işletmeler başarılarının toplumun en düşük ortak paydasının zevklerini tatmin ederek artırma yolunu seçeceklerdir. Ancak bu durum bir tür kalite düşüklüğünü artışına neden olmayacak mıdır? (Ör: Kalitesiz TV programları) Bu durumda, bunun uzun dönem sonuçları nelerdir?

(iii) Kapitalizm, bireyin kendi çıkarını maksimize etmesi temeline dayanmaktadır. Ancak bu ahlak bakımından kabul edilebilir mi? Ya da kapitalizm bireyleri, bencillik, başkalarını umursamazlık sınırını aşmaya cesaretlendirmekte midir?¹⁴⁰

(iv) Yasal düzene ve koşullara uygun yapılan üretim, satım, dağıtım benzeri işletme davranışları acaba yeterince etik değerlere hakkaniyet ölçüsüne uygun olabiliyor mu? Örneğin (A) ülkesi çevre sağlık standardına uygun olmadığı için satışı ülke içinde yasaklanan ürünler, aynı kanuni düzenlemelere sahip olmayan ülkelere ihraç edilebilir mi?

Sorular ve bunlara bağlı örnekler çoğaltılabilir, çalışmada özellikle bu sonuçlardan hareketle işletmelerin piyasa için davranışları rakipler, tüketiciler, yasal düzenlemeler ve bütün bunlara ait etik uyum ve aykırılıklar üzerinde durulacaktır.

IV- REKABET AÇISINDAN İŞLETME DAVRANIŞLARI VE ETİK

Prof. Dr. Erol Katırcıoğlu bir yazısında şöyle demektedir: “İktisadi alan steril bir alan değildir. Kimsenin kimseye değmediği, kuralların çıkarılardan üstün olduğu bir alan hiç değildir. İktisadi alan deyim yerindeyse bir cehennemdir. Rekabet yasalarıyla düzenlenmeye çalışılsa da herkesin kendi çıkarlarını korumak ve arttırmak için kıyasıya kapıştığı, blöfün, tehdidin ve her türlü ayak oyunlarının oynandığı bir alandır”¹⁴¹

Şimdi böyle bir alan içinde, herhangi bir pazardaki rekabet oyununun belirsizliği birden bire arttığını zaman, işletmeler neler yapıyor ona bakalım.

Bu durumda, işletmelerin, aşağıda örnekleri belirtilen, bir seri dengeleme davranışına girdiği görülmektedir.¹⁴²

(i). Birleşme veya tehlikeli rakibin elenmesi

¹⁴⁰ WHITE I.: Age 1993:12-13.

¹⁴¹ KATARCIOĞLU E İktisad ve Siyaset 21/04/2001, Radikal Gazetesi.

¹⁴² DUMEZ H./ JEUNEMAÎTRE A.: Avrupada Rekabet, Çeviren Mukadder Yakuboğlu, Mor Yayınları Ankara 1999 s.23-24.

Bir şirketin değerini devralması bazen yeni bir pazara girişin ve rekabeti artırmanın yolu olduğu gibi, saldırgan rakibin satın alınması da pazarı dengeleyebilir. Örneğin Tetra Pak dünyada içecek için karton ambalaj yapan ilk teşebbüstür. 1985 yılında karton kutuları sterilize eden makine pazarının %91.8'ini elinde tutmaktadır. O dönemde Liquipak grubu yeni bir sterilizasyon yöntemi bulur ve lisans alır. Tetrapak, pazar gücünü gözönüne aldığımızda çok dar olan belirsizlik alanının ani genişlemesi ile karşı karşıya gelir ve 1986 yılında Liquipak firmasını satın aldığını ilan eder.

(ii) Rakiple doğrudan işbirliği yapılması

1980'li yıllarda General Motors ciddi bir sıkıntı yaşıyordu. Petrol krizi nedeniyle İlgü büyük araçlardan küçük araçlara kaymış ve satışlar azalmıştı. Bu taleple Japonların araba pazarındaki payı giderek artıyordu. Japonlar çok kaliteki küçük arabaları çok uygun fiyatlara satıyordu. GM, Toyota bir firmasıyla eşit koşullarda bir Joint Venture anlaşması yaptı. Bu yeni şirket Toyota Corollanın modern bir türünü üretecek, yıllık üretim 200.000 otomobil olacak ve ürün GM markalarından biri olan Chevrolet ağı tarafından satılacaktı. Böylece, rekabet ortadan kaldırılarak yasalara uygun yeni bir ticari anlaşma ile rakip bu yeni strateji sayesinde pazardaki bağımsız gücünü kaybediyordu.

(iii) Pazarın ortak yönlendirilmesi

Diğer bir işletme davranışı olarak önümüze çıkar. Pazar birden bire çok sayıda rakibi çekebilen ve sabırla kurulan dengeleri tehlikeye sokabilen güçlü bir gelişme ile karşı karşıya gelir ve çözülebilir. Örneğin, polipropilen hammaddesi alanında pazar, dört büyük kimya kuruluşunun %65 pazar payı ile elindeyken, bu alandaki karlılıktan dolayı yedi firmanın birden pazara girmesi ile, satış fiyatları maliyetin bile altına düşmüş iken, en büyük üç firma (ICI, Shell, Höchst) birleşerek, krizi ortak fiyat uygulamaları, pazar paylaşma anlaşmalarıyla, aslında Rekabet Kanunlarınınca yasaklanmış olan davranışlar ile aşmayı başarmışlardır. Türkiye uygulamasında da LPG davası benzer bir örnek teşkil etmektedir.¹⁴³

(iv) Hakim durumda olan firmanın kuralları koyması

İşletmeler, piyasadaki durumlarını koruyabilmek için paravan şirketler kurmak, tehdit veya etkili olabileceği alanda rakibi piyasadan tümüyle silecek koşullar uygulamak gibi yöntemler uygulamakta ustadırlar.¹⁴⁴

Şüphesiz bu örnekler çoğaltılabilir. Bunlar, sadece işletmelerin piyasada güçlerini sürdürebilme ve rakiplerinden öne geçebilmek için kullandıkları yöntemlerdir. Bunu etik kodlara uyum açısından irdelemek gerekir.

¹⁴³ LPG kararı için bkz. 27/05/1999 tarih 99-26/230-138 numaralı Rekabet Kurulu kararı.

¹⁴⁴ BİAK kararı 4/03/1999 tarih 99-13/99-40 numaralı Rekabet Kurulu kararı.

Rekabetin ve Rekabet Edebilirliğin korunması ancak iyi işleyen Rekabet Yasaları ile olabilir. Avrupa Birliği ve Amerika Birleşik Devletleri Antitröst Kuralları uygulamasında çok farklı değerlendirme ölçütleri uygulandığını görölmektedir. AB içinde üye devletler arası ticaretin akıcılığı, devlet ekonomilerinin bütünleştirilmesi, ortak değerler oluşturulması ölçüttür. Hem AB hem ABD' de alınan kararlar, çoğunlukla söz konusu sektörün durum ve özelliklerinin kabul edilmesine dayanan, durum ve koşullara bağlı değil, hukuk kurallarının ve ekonomik analizin desteklediği, referans oluşturan nitelikte kararlardır.¹⁴⁵

Fakat bu kurumları güçlü rekabet hukuku kurallarını ise böylesine etkili kılan, bir ikilem gibi göröse de, işletmelerin rekabet ile işgili düzenlemelere sahip çıkışıdır.

Ayrıca, kurumların kanunları uygulamadaki kararlılıkları, cezalar ve rekabet kanunu ihlallerini haklı çıkarmayan (etik değerleri ön planda tutan) inançlar sisteminin gelişmiş olması önemlidir.

Hangi boyutta olursa olsun, işletmeler, kanun korumasına başvurmaktan çekinmemektedir. İşletmelerin verilen kararlara uymakta gösterdiği özen de ayrıca kayda değerdir.

Piyasaların düzenlenmesi ile ilgili kararların uygulanmasında, Devlet tarafından bir düzenleme yapılacağı zaman ilgililerin katılacağı tartışmalar düzenlenmesi, tartışmaların ve kararların aleniliği önemli bir hususdur. Örneğin: Fransız sisteminin çok az kullanılmasına rağmen, belki de en ilginç özelliği, otoritenin rekabeti etkileyebilecek bir yasa tasarısı üzerinde görüş almak üzere Rekabet Kurulunu görevlendirilmesidir. ABD' de Adalet Bakanlığı ve kararları almakla yükümlü kuruluş tarafından karar almayı yönlendiren düşünce sisteminin temellerini açıklamaya yönelik rehber hazırlanır.¹⁴⁶

V- ETİK VE HUKUKİ DÜZENLEMELER AÇISINDAN TÜRKİYE

A) Sistem İçindeki Mevcut Yasal Düzenlemeler

Sistem içindeki mevcut yasal düzenlemelere baktığımızda öncelikle Medeni Kanunumuzun, dürüstlük kuralı ve hakkın kötüye kullanılması yasağını düzenleyen¹⁴⁷ 2. maddesini görmekteyiz.

Dürüstlük kuralı, hakların kullanılması ve borçların ifasında, toplumda genellikle benimsenen ahlak anlayışına, örf ve adet kurallarına ve doğruluk ilkelerine uygun davranma, kullanılan hakla ilgili olan diğer hak sahiplerine veya borç ilişkisininin taraflarında bulunması olağan güven duygusunu zedelemeyi ön gören kural olarak nitelendirilebilir.

¹⁴⁵ DUMES age 1999, s 150.

¹⁴⁶ DUMES: age s.211.

¹⁴⁷ AKİPEK J.: Türk Medeni Hukuku, Cİt 1. Ankara ,1973, s. 164 vd.

MK. Ad. 2/2 de ise hakkın kötüye kullanılması yasağı düzenlenmiştir.¹⁴⁸

Borçlar Kanunumuz da yer alan md. 19/II ve Md. 20/1, Akidin konusunu ve butlanını düzenlerken hukuka aykırılık ve butlan sebepleri arasında kanuna, ahlaka, adaba ve şahsi haklara aykırılığı vurgulamıştır.¹⁴⁹

BK Md. 161/son fıkrası sözleşmede yer alan taraflardan birinin ekonomik hürriyetini aşırı derecede sınırlayan veya ortadan kaldıran onun ekonomik faaliyetini yok edecek şekilde tehlike yaratan bir cezai şartın hakim tarafından ahlaka aykırı sayılabileceğini belirtmektedir. Bu arada Türk Ticaret Kanunu hükümlerince tacir sayılan işletmelerin BK. Md. 161/son fıkrasından yararlanıp yararlanmayacakları kuşkuludur. Çünkü yine TTK. Md. 24 hükümlerine göre tacir sıfatına sahip borçlu fahiş olduğu iddiasıyla ücret ve cezanın indirilmesini mahkemeden isteyemez.

Medeni Kanunda veya Borçlar Kanunumuzda doğrudan düzenlenmeyen bir konu da, etik değerlere uyulmamasının sözleşmenin akıbetine olan etkisidir.

TTK. Md. 56 da Haksız Rekabetle aldatıcı hareket veya hüsniniyet kaidelerine aykırı sair suretle iktisadi rekabetin her türlü suistimalinden söz edilmektedir.

TTK md. 57/10 Hükmü ise Rakipler hakkında cari olan kanun, nizamname, mukavele yahut mesleki veya mahalli adetlere uygun tayin edilmiş bulunan iş hayatı şartlarına riayet etmemek¹⁵⁰ biçiminde düzenlemeler getirmektedir.

Bu anlamda, işletme davranışlarına doğrudan yönelik hükümler içeren 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun ve 4077 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkındaki Kanunu, ayrıca Franchising ilişkilerine hakim olan etik kurallar (International Franchise Association: Code of principles and standards of Conduct, Washington 1998), konuyla ilgili Özel Düzenleyici kurallar getiren kaynaklar olarak zikredilmelidir.¹⁵¹

B) İşletmelerin İlişkilerin de Etik Değerlere Yaklaşımı

İşletmelerin, rakipler, tüketiciler ve ilgili devlet kurumları ile ilişkisinde ortaya koyduğu ahlakî davranış kodu (standartı) ve - Etik bu

¹⁴⁸ ZEVKLİLER / ACARBEY/ GÖKYAYLA: Medeni Hukuk, Ankara, 1997, s.139.

¹⁴⁹ ÖZTAN B.: Türk Medeni Kanunu Borçlar Kanunu, Ankara, 2000; EREN F. Borçlar Hukuku Genel Hükümler Ankara cilt 1 s. 119; ÖNEN T. Borçlar Hukuku, Ankara, 1999.

¹⁵⁰ KARAYALÇIN, Y.: Ticaret Hukuku I. Ticari İşletme, Ankara, 1968, s. 440 vd..

¹⁵¹ ÇELİKTEKİN, M: Rekabet Hukuku Mevzuatı, İstanbul,2001; KÖKSAL, M: Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun Şerhi, İstanbul,1995; Ulusal Franchising Derneği tarafından çıkarılan Franchising Anlaşmalarında Dürüstlük ve açıklık ilkeleri.

standartı haklı çıkararak inançlar sistemini ifade ettiğine göre, teşebbüslerin etik kurallara ne derece önem atfettiği en az rekabet mevzuatı kadar hayatiyet taşımaktadır.

Öyleyse, önemli olan Türkiye'deki işletmelerin, yasal düzenlemeler karşısında tutumu, rakiplerle, tüketicilerle (müşteri kitlesi) ve devletle ilişkilerinde ortaya koyduğu ahlakî standart ve bu ve bu standarda getirdiği (onu haklı kılan) etik uygulamadır.

Rekabetin Korunması Kanunu ilgili bir örnek konunun açıklık kazanmasını sağlayacaktır. İşletmeler 4054 s. Kanununun 1994 yılı sonu itibarıyla yürürlüğe girmesine, pek aldırmadılar. İki yıldan daha uzun bir süre sonra Kanunda belirtilen en etkili organ Rekabet Kurulunun göreve başlaması ile biraz ilgi ve merak uyandı.

Daha sonra ise, işletmelerin çoğu için öncelik, piyasadaki eski düzenlerini, yani eski rekabet düzenlerini nasıl koruyacaklarına verildi.

Kısacası, işletmeler Rekabet Kanunu karşısında oyunun kurallarını öğrenip ona göre organize olacak ve gereklerini yerine getirecekleri yerde; Kurulun verdiği cezalar karşısında dahi kar-zarar hesapları yapıp çoğu kez ceza ödemeyi göze alıp ihlalle devam etmek eğilimini gösterdiler. Hala da piyasada bunun pek çok örneği mevcuttur. Kuşkusuz bu davranışlar zaman içinde Kanunu ihlal etme fiilinden çok fazla zarar görüldüğü gerekçesi ile giderek azalacaktır. Çünkü artık pek çok işletme çevreye, insan sağlığına, çocuklara özen gösteren davranışları ile karlılığını arttırmaktadır.

SONUÇ

Düzenleyici kurallara uygun hareket ederek yeni bir düzen oluşturmak ve daha fazla kar etmek mümkündür. Fakat öncelikle Kanunu ihlal etme davranışını haklı gösteren inançlar sistemini değiştirmek hatta yıkmak ve yeni **etik kodlar** gerekir.

İşletmelerin, bağlayıcı hükümleri, kaçınılacak, ya da kar saiki ile ihlal edilebilecek kurallar olarak görmemeleri, tam tersine Kanunun doğru biçimde uygulanması ve etik değerlere sahip çıkılmasının piyasa içinde en etkin silah olduğunun bilincine varmaları gerekmektedir. Uygulamayı bu yönde geliştirmek çözümün başlangıcı olacaktır.