

EKONOMİK GÜÇ VE REKABET(*)

Prof. Dr. Helmut ARNDT.

Çeviri: Dr. Haşmet BAŞAR

I. GİRİŞ

Fızikte enerji nasıl temel bir kavramsa sosyal bilimlerde de güç öylesine vazgeçilmez bir olgudur(1). Bernard Russel'a ait olan bu cümle birçok iktisatçıdan belki de Russel'in kendisine olan inancından daha fazlasını açıklamaktadır(2). Marx'a karşılık Russell «birey'in kendi çıkarlarının sosyal bilimlerde temel itişim olmadığına güç elde edebilmek için ortaya çıkan eğilimin ve tutkunun sosyal olayların açıklamasını yapan önemli etmenler olduğuna» inanmaktadır.(3) Russel ve Marx'a karşılık bende güç'ün sosyal bilimlerde içinde karar verici temel nitelikteki bir motivasyon olayı olarak değil birey'in ekonomik yararlarını gerçekleştirmede araç olarak görmekte ve aynı zamanda mülkiyet dağılımından farklı bir biçimde uygulanacağı düşüncesindeyim.

(1) Bertnard Russel, Power-A new Social Analysis London 1948 s. 10.

(2) İbid.

(3) İbid.

(4) Helmut Arndt; Wirtschaftliche Macht. Tatsachen und Theorien München 1974, Tebliğ, Markets, Corporate Behaviour and the State (International Industrial Organisations).

Edited by: A. P. Jackquemin and H. W. de Jong, Martinus Nijhoff the Hague 1976. başlıklı kitapta yayınlanmıştır. pp. 35-51.

1) EKONOMİK TEORİNİN BİR SORUNU OLARAK EKONOMİK GÜÇ

Ekonomik güç, birey'in diğer bireylerin bilmedikleri, farkında olmadıkları çıkarlarından yararlanması ya da bil-seler bile kendilerini koruyacak önlemleri alamamaları so-nucu ortaya çıkar. (4) Başka bir deyimle yine ekonomik güç bireyin başkaları aleyhinde ekonomik yararlar elde ede-bilmesi için ortaya çıkan etmenleri kullanımıdır.

Klasik ve neoklasik iktisatçılar seçtikleri modellerdeki varsayımlar nedeniyle ekonomik gücü büyük ölçüde göz-önüne almamışlar ve sistem dışı bırakmışlardır. Şayet tüm bireyler ayrı düzeyde bilgiye sahip olsalardı hiç kimse kay-bettiğinin farkında olmayacaktı. Ancak bu tür içsel bilgi mevcut değildir. Bunun yanısıra ekonomik değerler «ya-rarlı» ya da «yararsız» olarak belirlenmiştir, doğal olarak birey başkalarını değişik işlemler yapmaya zorlayamaz. Kendisinin olumsuz sonuçlar olacağı ve zarar göreceği iş-lemlerin başkaları tarafından yapılmasını en azından iç-tenlikle isteyemez. Şayet bu tür geleneksel varsayımları bir kenara bırakırsak gücün yalnız monopol ya da oligopol ö-zelliklere sahip firmalara özgü bir durumda ortaya çıkma-masına karşın monopollerin toplumda Cournot'un ve onun fikrinde olanların düşündüklerinden çok daha etkin rol oy-nadığını görürüz. Klasik ve neoklasik varsayımları bir ke-nara bıraktıktan sonra dünyamızın yeni ekonomik koşul-ları içinde başarıları veya başarısızlıkları kararlaştıran çe-şitli etkinli ve ölçekteki ekonomik güçlere göz atmak isti-yoruz.

1 — Hemen belirtmek gerekirken bazı ekonomik güç-ler ekonomik rekabet koşullarıyla uyarlılık içindedir.

2 — Bazı ekonomik güçler ise rekabeti önlemekte ve-ya onun etkisini azaltmakla önem kazanmışlardır.

3 — Bir bölüm güçler ise kalitede değişiklik yaparak rekabet'in özelliğini değiştirmektedirler. Sözü edilen biçim-

deki rekabetin fazla olmasına karşın, kullanılan araçların farklılığı ve ortaya çıkardığı sonuçların değişikliği dikkat çekmektedir.

4 — Dördüncü olarak ekonomik koşulları değiştirici nitelikteki yasalar, devlet ve kamu idareleri tarafından belirlenen kararları gözönüne almak zorundayız. Rekabetçi firmalar için kurallar klasik iktisatçıların düşündüğü gibi doğal olarak ortaya çıkmamakta ya da Karl Marx'm ile sürdüğü koşullar içinde oluşmamakta buna karşın devlet'in çabalarına ve belki de bildiğimiz gibi firmaların etkinliğine ve onların lobby yapma özelliklerine bağlı kalmaktadır.

5 — Beşinci olarak Uluslararası şirketlerin, devlet yasalarını uluslararası ticaret planlarını kararlaştırıcı yöndeki özel güçlerine dikkat etmek gerekir.

6 — Son olarak mülkiyete sahip olmakla onu kontrol etmek arasındaki farklar nedeniyle beliren gücü tartışmak zorundayız. (5) Örneğin yöneticilerin (Managers) ya da aşırı zenginlerin belli pazarlardaki güçlerinin rekabetle ilişkisinin olmadığı varsayımı ile bu tür etmenler genellikle gözönüne alınmamaktadır. Ancak sözü edilen ekonomik güçler belli bir bölüme refah sağlarken ötekileri yoksulluğa itmesi nedeniyle üstünde önemle durulmalıdır. Yöneticilerin ya da aşırı zenginlerin denetimi en azından ekonomik rekabeti dolaylı da olsa etkilemekte ve konsantrasyon olayını artırmaktadır.

Sözü edilen altı tür ekonomik gücü açıklamadan önce «Ekonomik Güç'ün» ne olduğunu belirtmekte yarar vardır.

2. REKABET ÇEŞİTLERİ VE KAVRAMI

Bu tebliğdeki rekabete verilen anlamla neoklasik iktisatçıların tanımladığı «tam rekabet» veya pür rekabet koşulları arasında bir ilişki yoktur. Burada rekabet; zaman ve mekan ötesinde bir denge unsuru olarak ele alınmamış,

(5) Adolf A. Berle and Gordiner C. Means. The Modern Corporation and Private Property New York 1932 James Bumham The Managerial Revalution Newyork 1941.

verilmiş belirli miktardaki homojen malların ekonomik değerlerini ölçmeğe girişmemiş, (6) bilâkis zaman ve mekân içinde sürekli işlemler topluluğu olarak görülmüştür. (7) iki tür rekabet işlemi konuyla yakından ilgilidir.

1. İşletmenin yeni malları yaratımı yoluyla yeni pazarlar açması ya da mevcut mallarını daha üstün araç gereç kullanarak üretim maliyetini düşürüp, ucuza satarak piyasadaki etkinliğini (payını) artırmasıdır. Bu tür işlemler yeni buluşlara yol açmaktadır.

2. İşletmelerin alıcı ve satıcıların ortaya çıkışı ile aniden kâr ya da zarara geçmesidir. Bu tür olaylarda arz ve talebin nicel ve nitel açılardan uyuşum içinde olması gerekir. Örneğin tüketim mallar talebinin artışı ile ortaya çıkan darlığa son verebilmek için arz miktarında yapılacak artış zorunludur. Öte yandan halkın gelir düzeyinin yükselmesi sonucu daha kaliteli mallar talep edileceğinden bu yönde de bir girişimde bulunulmalıdır. Bu işleme «Uyuşum İşlemleri» denebilir.

Bu tür işlemlerin fiyat, ücret, kâr zarar yoluyla aşağı yukarı nasıl hareket ettiklerini tanımlamaya gerek yoktur (8). Ancak hemen üstünde durarak belirtmek istediğim nokta sözü edilen girişimlerin doğal olarak ortaya çıkmadığı, çahşabilirliğin ise (devlet yasaları ve mahkemeler) oyunun kurallarının ve hakemlerinin garantili bir biçimde belirlenmesine bağlıdır.

- (6) Jack Downie de rekabeti işlem yönünden analiz etmiştir. Jack Downie, *The competitive Process*, London 1958. Bildiğim kadarıyla bu konuda ilk deneme benim tebliğimde yapılmıştır. «Konkurrenz und Monopol in Wirklichkeit» (Competetion and Monopoly in Reality) *Jahrbücher für National ökonomie und statistik*. Bd. 161 (1949) pp. 222-296 yine Helmut Arndt. *Schöpferischer Wettbewerb und Klassenlose Gessellschaft* (Creative Competetion and the classes Society) Berlin 1952. Bazı bölümlerin yeniden yazımı Klaus Herdzina *Wettbewerbtheorie* Köln 1975 ele alınmıştır.
- (7) Helmut Arndt. *Markt und Macht*, Tübingen 1974 pp. 26 aynı zamanda Ernst Heuss; *Allgemeine Markttheorie* Tübingen 1965.
- (8) Fiyatların, ücretlerin kâr ve zararların rekabet koşullarına terk edilmediği Sovyet ve benzeri ekonomik sistemlerde tüketim malları endüstrisi ile ilgili teknik gelişmeler oldukça yavaştır.

Çeşitli tipteki ekonomik güçlere buna bağlı rekabete dönmeden önce yapılacak analizlerin endüstriyel malların üretimi ile ilgili olduğunu belirtmek isterim. Tarımsal ürünlerin yanısıra taşınmaz mal piyasalarıyla ilgili olarak yapılacak analizler de endüstriyel mallar için yapılacak işlemlerle aynı doğrultuda olmadığı ayrı bir gerçektir.(9)

II. REKABETTE EKONOMİK GÜÇ.

Ekonomik güç, ancak belirli ölçülerde rekabetle uyum içinde olmasına karşın daha önce sözünü ettiğimiz işlemlerin geçerliliği için vazgeçilmez bir etmen niteliğindedir. Böylesine bir açıklama «gelişim ve uyum» işlemlerinin yanısıra alıcı ya da satıcı piyasalarının ortadan kalkması halinde de geçerlidir.

a) «Gelişim İşlemleri» Sonucu Doğan Güç

Sözümüze gelişim işlemleriyle başlayalım. Firmalar birbirleriyle rekabet ettikleri süreç içinde ortaya yeni ve daha iyi mallar çıkacaktır.

Firma tam anlamıyla yeni bir mal satmakla yeni bir pazar oluşturacak, böylece monopol ortamı yaratabilecektir. Böylece rekabetin ekonomik güçle bir paralelin içinde olduğu görülmektedir. Şayet rekabet işlemleri sürekli ise, bu tür monopolleşme geçicidir. Kısa bir süre sonra başka firmaların da aynı tür mallar üretmeye başlamasıyla monopol güç parçalanacaktır. Bu tür monopolün Cournot'ın tanımladığı sürekli monopol tipinden farklı olduğu görülmektedir.(10)

(9) Endüstriyel malların rekabet piyasası işlemleriyle ilgili olmasının üç nedeni vardır.

- 1) Endüstriyel malların üretimi genellikle artırılabilir.
- 2) Endüstriyel firmaların yetkileri genellikle kâra yöneliktirler.
- 3) İnsanoğlu ekmeksiz, etsiz, patatessiz ya da başını bir çatının altına koymaksızın yaşayamaz ama araba, çamaşır makinası almak için bekleyebilir.

(10) Her iki tür monopolün davranışları da farklıdır. Geçici mono-

Aynı tür etki belli bir pazardan, belli bir firmanın üretimi daha etkin üretim yöntemleri kullanarak maliyeti düşürmesiyle de gerçekleştirilebilir. Sözü edilen firma yeni bir pazar yaratmamış, ancak aynı malı rakiplerinden daha ucuza mal ederek ekonomik güç oluşturmuştur. Rakipler aynı tekniği uygulamadıkça onunla fiyat rekabetine giremeyeceklerdir. Bu tür güçte diğer firmaların eninde sonunda, aynı tür üretim yöntemlerini kullanmalarıyla ortadan kalkacaktır.

b) «Uyuşum İşlemlerinde» Güç

Ekonomik güçle ilgili elementler uyuşum işlemlerinde de ortaya çıkabilir. Satıcıların hakim olduğu bir pazarda satıcı firmaların alıcılardan daha güçlü olmaları nedeniyle onları daha yüksek bir fiyat ödemeye mecbur edebilirler. Bu tür fiyatlar maliyetlere bağlı değildir. Geçici darlık nedeniyle müşterilere karşın elde edilmiş güçle ilgilidir. Şayet piyasada etkin rekabet koşulları varsa sözü edilen tipdeki güç geçicidir ve oldukça kısa bir süre içinde ortadan kaybolur: Böylece «Piyasadaki mal darlığı nedeniyle elde edilen kârlar» ya da Keynes'in tanımladığı gibi rüzgârın getirdiği kârlar arz artışına neden olmakta ve belli bir süre sonra, satıcıların hakim olduğu pazar koşullarını ortadan kaldırmaktadır.

Yine rekabet koşullarının süreklilik göstermesi sonucu aynı tür gelişim alıcılar piyasasında da olabilir. Satıcılar ellerindeki malları yükümlü oldukları borçları faiz hadlerini ve ücretleri ödeyebilmek için maliyetin altında satabilirler. Yapılan zararlar sonucu olarak üretim faktörleri piyasadan çekilebilir. Belli bir süre sonra da pazarın iki yanı da dengeye gelebilir.

Böylece ekonomik gücün normal piyasa koşulları içinde gerçekleşmesi geçici bir özellik taşıırken piyasa dışında

poller zamanla pazarlarını rakiplerine kaptırmaktan korktukları için müşterilerine daha fazla ilgi gösterirler. Süreksiz (yaşsız) monopollerin ise herhangi birşeyden korkmasına gerek yoktur. (Helmut Arndt und Marcht opeit. 95)

yapılacak müdahaleler ya da sürekli baskılar değişik özellikler ortaya çıkarmaktadır.

Ekonomik güç ve rekabet arasında başka bir ilişki daha vardır. Bilindiği gibi Neoklasik okul rekabetin satıcı ve alıcıların sayısal özelliklerine bağlı olduğuna inanmaktadır: Şayet pazarda tek satıcı varsa monopol, birkaç satıcı için çoğunu görüyorsa oligopol ve çok sayıda satıcının yer alması ise tam rekabet piyasası koşullarını ortaya çıkarıyor, demektir. Bu teori rekabetin firmalar arasındaki spirital bağlılığa dayandığına aşırı önem verip rekabet edemeyenlerin yaşamayacaklarını savunurken (yine bu koşullar doğal olarak ortaya çıkmamaktadır.), çeşitli piyasalarda alıcıların veya satıcıların ekonomik güçlerinin farklı olacağı zayıfların kendilerinden daha güçlü olanlarla rekabet edemeyeceği fikrine önem vermemektedir. Şayet pazarda birçok zayıf satıcının yanısıra tek bir güçlü satıcı yer alıyorsa ve gerçekten satış önderliğini yapıyorsa rekabetin geçerliliğinden söz etme olanağı yoktur, monopol koşulları var demektir.(11) Böylece pazar lideri durumundaki firma fiyatı, kaliteyi, yıllık yatırım oranlarını belirleme gücüne sahipken diğerleri onu takip etmek zorunda kalmaktadır.

Bazı küçük rekabetçi firmaların birleşmesi (merge) halinde rekabetin yeniden değerlendirmesini yapmak gerekecektir. Ortaya çıkan yeni firma bağımsız fakat güçsüz birçok işletmeden daha iyi rekabet etme özelliğine sahip olacaktır. Aynı işlemler birkaç satıcının yer aldığı piyasalar içinde doğrudur. Bunlardan biri etkili olsa bile oligopol çıkmayacaktır. Aynı şekilde iki ya da üç firmanın birleşimi ile rekabet daha iyiye götürülebilir. Firma sayısı azalırken rekabet etme gücü artacaktır. Piyasaya hakim firmaların çözümleriyle daha iyi sonuçlar elde edilebilecekse de rekabetin yeni bir değerlendirmesini yapmak gerekecektir. Bu nedenle satıcıların ya da alıcıların rakiplerini kendilerini takip etmeye zorlayamayacakları güçte kalmaları çok önemlidir.

(11) Walter Eucken, Die Grundlagen der Nationalökonomie, Jena (1940, 1947 p. 152).

Bu bölümü bitirirken üç önemli sonuç çıkmaktadır.

1. Ekonomik güçte artış ve azalış olmadan rekabet işlemleri gerçekleşemez.
2. Rekabet ortamı içinde, verimlilik ya da koşullara uyum sağlama yoluyla elde edilecek ekonomik güç geçicidir.
3. Firmalar arasındaki güç dağılımını bilmeden piyasalardaki firmaların sayılarını ele alarak sonuç çıkartmak yetersizdir.

C. Ekonomik Güç ve Yeniden Değerlendirme.

Hangi tür güçlerin rekabetle uyuşmadığını belirtmeden önce çok kez malların yararlı ya da yararsız oluşundaki tahminlerin ekonomik değerlendirme ile yapıldığını belirtmek gerekir. Bu nedenle rekabet sürecinde yeniden değerlendirme sorunu ortaya çıkmaktadır.

Örneğin yeni bir mal bulunmuş ve o mal için pazar oluşturulmuşsa tüketicilerde de düşünce değişikliği olması ve bu değişikliğin de harcama düzeyine yansması gerekecektir. Bu durumun ise yeniden değerlendirilmesi zorunludur. Tüketim birimleri yeni mallara eskilerinden daha fazla önem verecektir. Otomobil piyasası geliştirildiği zaman at arabasına olan gereksinim hızla düşmüş ve sonradan bu işkolundaki birçok firma piyasayı terketmek zorunda kalmıştı.

Uyuşum sürecinde de yeniden değerlendirme ortaya çıkabilir. Şöyleki satıcıların hakim olduğu bir pazarda fiyatlar maliyeti değil kıtlık düzeyini yansıtabilir. «Kıt olan, daha fazla istenir» deyiminden alıcıların bu tür mallara gelirlerinin daha büyük bölümünü ayırırken diğerlerine (oransal olarak) daha az önem verdikleri anlamı çıkartılabilir. Nitekim zenginler kıt olan malları eskisinden daha büyük oranda alabilirler. Alıcıların hakim olduğu bir piyasada satıcıların yeniden değerlendirme yapma zorunluluğu vardır. Yine maliyetler belirlenen fiyatları yansıtmamaktadır. Paraya gereksinim duyuyorlarsa mallarını istedikleri fiyattan satabilirler. Bu tür olaylardan kurtulmayı

bekleyen işletme sahipleri aynı şekilde zararlara da katlanmayı gözönüne almalıdırlar

Değerlendirmenin uyuşum işlemlerinde olduğu gibi gelişme işlemlerinde de ortaya çıkması önemli bir sürpriz sayılmayacaktır. Geleneksel teorinin varsayımları ekonomik işlemlere göre değil, denge durumuna göre geliştirilmiştir. Ekonomik dengede değerlendirme ve fayda sabittir halbuki bunlar süreklilik içinde değişkendirler. Bu belirti konumuzun açıklanması yönünden çok önemlidir. Şayet değerler veri olarak kabul edilirse (ya da tüm etmenler bilinmekte ise) ekonomik gücün etkisi anlaşılabilir. Şayet güç var ise rekabetçi satıcılarla alıcıların değerlendirmeleri girişimlerin parametreleri olarak kabul edilebilir. Başka bir deyimle ekonomik güç bir çok şekilde bir firmanın kendi durumunu düzeltirken kendinden zayıfları yeniden değerlendirmeye zorlamasıdır.

III. EKONOMİK GÜÇ KARŞISINDA REKABET.

Tebliğin ikinci yarısında ekonomik gücün rekabetten farklı olan yanları tartışılacaktır. Bu amaçla aşağıda sıralanan belli başlı beş konu ele alınacaktır.

1. Rekabeti önleyici güç.
2. Rekabetin özelliğini ve yapısını değiştiren nitelikteki güç.
3. Rekabet koşullarını değiştiren nitelikteki güç (devlet ve halk yönetimleri tarafından çıkartılan yasalar yönetmelikler v.b.)
4. Uluslararası şirketlerin özel güçleri ve bu alanda yaptıkları çalışmalar.
5. Rekabetin ötesinde mülkiyete sahip olmakla onu yönetmek arasında ortaya çıkan farklılıktan doğan güç; yöneticilerin gücü, büyük hissedarların gücü ve multimilyonerlerin gücü.

1. Rekabet'i Önleyici Etmenler :

Elde edilen gücün rekabeti azaltıcı veya önleyici yönde ortaya çıkarttığı sorunlar genellikle bilinmektedir. Bu

nedenle, biz daha çok genel teori dışında kalan noktalara temas etmek istiyoruz.

Piyasadaki lider firmalar, karteller yalnız fiyatları ve miktarları belirleme gücüne değil aynı zamanda birçok durumda monopol özelliklerden yararlanarak ellerindeki malların dayanıklılık sürelerini, dağıtım durumunu, ödeme koşullarını, yatırım oranlarını, kapasitelerini üretim yöntemlerini değiştirerek farklılık yaratmakta ve rakiplerini, ortaya çıkan yeni koşullarda yeniden değerlendirme yapmaya zorlamaktadırlar.(12)

Cournot'un ele aldığı monopolist firma bir satıcı (ya da alıcı) değildir. Talep ve maliyet eğrileri ona verilmiştir. Gerçekte monopolist yalnız satıcı olmayabilir; o, aynı zamanda üretici, mali destekleyici, tüccar, yatırımcı, kumarbaz zaman zaman da soyguncu özelliklerini de taşıyabilir. Böylece ne talep ne de maliyet eğrileri onun için değiştirilmez veri özelliği taşımaktadır.

Şayet kaliteyi düşürüp malda farklılaştırma yaparsa maliyet eğrisinde düşüş sağlayacaktır. Ürettiği malların ömrünü kısaltıcı yöne gitmekle, talep eğrisini sağa kaydırıp uluslararası elektrik ampülü karteli kurabilecektir, müşterilerinin durumun yeniden değerlendirilmesini yapmaya zorlamasıyla talep eğrisini sağa kaydıracaktır. Malın kalitesini ya da farklılaşmasını Q_1 den Q_2 ye indirgemekle monopolist üretim maliyetinde düşme sağhyacaktır.(13) (Eğride Q_1 kalite ya da farklılaştırma ölçüsü olarak alınmıştır.)

(12) Neoklasik denge teorisi, şayet fiyat verilmiş ve miktarlar homojen ise olayı tam rekabet olarak göstermektedir. Ancak gerçekte şayet arz da yapılacak farklılaştırmanın talepte de yapılacak farklılaştırmaya eşit olması halinde tam rekabet olabilir.

(13) Eğrilerdeki değişimle ilgili olarak Fleeming Jenkin Graphic Representation of the Laws of Supply and Demand and their Application to Cobour. Recess Studies, Edinburg 1870 yeni basım Fleeming Jenkin Papers Literary, Scientific etc London Vol 2 pp 76 üçüncü boyut'un anlamı için Helmut Arndt Morkt und Macht, pp 47-55 bakınız.

Şekil 1'de maliyetin ac_1 ac_2 düştüğü düşürmekle satışı artırdığı, (şekil 2 de), müşterilerini yeniden değerlendirme yapmaya zorlamakla ürettiği her birim malı daha yüksek fiyata satabildiğini nitekim değerlendirmenin V_1 den V_2 ye yükselmesinin talep eğrisinde d_1 den d_2 ye doğru kaymağa neden olduğu (şekil. 3 te) görülmektedir.

Her olayda Cournot noktası değişim göstermektedir. Kalite düşüşünün sonuçları şekil 4'ten izlenebilir. Ortalama ac eğrisi ve marjinal maliyet eğrisi mc aşağı kayarken Cournot noktası U_1 den U_2 inmiştir. Şekil 5'te müşterilerin kalitesiz malları daha yüksek fiyat ödeyerek almak zorunda kaldıkları izlenmektedir. Son şekilde ise monopolist firmanın müşterilerini, kendisinin ürettiği malı almaktan başka çözüm yolu kalmadığına inandırarak aynı malın değerlendirmesini yeniden yaptırmaya zorladığını ve onları daha yüksek fiyat ödemeye ittiğini açıklamaya çalışmaktadır.

Nitekim görüldüğü gibi talep eğrisi d_1 den d_2 ye Cournot noktası U_1 den U_2 ye kaymakta ve daha az mal için daha yüksek fiyat ödenmektedir.

En azından, bazı durumlarda monopol gücü sağlamış bir firmayı sözü edilen etmenleri sürekli kullanımdan hiçbirşey engelleyemez. Bu durum Cournot'un varsayımlarının kabul edilmemesi halinde monopolün çok daha tehlikeli olacağı ve müşterilerini istismar edeceği anlamına gelir.

Ancak önemini kaybetmeyen sorun rekabet işlemlerinin (uyuşum ve gelişiminin) monopol gücünü ne denli etkilediğidir.

Sayet monopol çıktısını kısmakla yetinmeyip, kapasitesi ile de etkin rol oynarsa satış piyasasını sürekli olarak elinde tutabilecek ve alıcıların piyasa oluşturmasını önleyecektir. Birinci durumda rekabetin işlemleri çalışmazken ikinci durumda gereksiz kalacaktır. Her iki sonuçta da bazı iktisatçılar aksi görüşü savunsalar bile arzın monopol

haline dönüşmesiyle piyasa mekanizmasının işlemediği ya da en azından halk yararına çalışmadığı kanıtlanmaktadır.

Monopol firma yatırım oranını indirgemekle üretimin daha yeni teknikle ve araç gereçle yapımını da büyük ölçüde önlemektedir. Bir firma normal koşullarda rekabet sonucu eski modası geçmiş araç gereç yerine daha üretken makinaları kullanmaya zorlanırken monopolcu firmanın bu tür gelişimden kuşkulananmasına gerek kalmamakta, üretimini elindeki makinaların (araç gereçlerin) iyiden iyiye modası geçinceye dek kullanmaya devam etmekte, geleneksel yöntemlerle üretimi sürdürmekte herhangi bir sıkınca görmemektedir.

Böylece monopolcü firma üretim yöntemini belirlemekle kalmayıp kaliteyi ve dizaynı da kararlaştırmaktadır. Kuşkusuz müşterilerinin yararına olacak ve maliyeti indirebilecek gelişimlerin sağlanması onun için rasyonel bir hareket olmayacaktır. Nitekim devletin etkin kontrol kurumlarını oluşturamadığı dönemde Amerikan Telefon ve Telgraf Şirketi rekabet yetersizliğinden yararlanarak yıllar boyu aynı türde modası geçmiş malları geleneksel biçimde üretmeye devam etmişti. Başka bir deyimle rekabetin ortadan kalkması, üretim yöntemlerinin gelişimini de engellediği söylenebilir. (14) Bir monopol firma yeni ya da daha iyi mal üretimini sağlamasına veya yeni üretim yöntemlerini kullanımına ilişkin kararları büyük gereksinim duyduğu zaman alır. Bu durumun ise devletin tüm ekonomiyi monopolleştirdiği Rus sisteminden büyük ölçüde farklı olduğu görülür.

Bu bölümü kişisel entegrasyonlarında rekabeti kısıtlayıcı bir araç olarak kullanılabileceğini belirtmeden bitirmeyeceğiz. Yöneticilik (management) — «Vorstand ile

(14) Ancak Walter Eucken'in Verkehrswirtschaft olarak tanımlanan teorisine göre monopol dahil her çeşit piyasa türü oluşabilir. Walter Eucken Die Grundlagen der National Ökonomie Jena 1940, 1947 pp. 140.

Aufsichtsrat (kurul)» kavramlarının birbiri içine kilitlendiği Batı Alman Federal Cumhuriyetinde üç banka Deutsche Bank, Dresdner Bank and Commerzbank kendi aralarında rekabet eden firmaların kurullarında temsil edilmektedirler.

Deutsche Bank'ın yöneticileri, Klöckner, Rheinstahl gibi çelik üreten firmaların Hoech'm ya da kimya endüstrisindeki Bayer'in BASF'ın yönetim kurullarında yer almaktadırlar. Dresdner Bank'ın yöneticileri ise Krupp'un, Demag'm Rhemstahl'm yönetim kurullarında görev yapmaktadırlar. İki büyük bankanın yetkilileri yine Korstad, Kaufhof, Horten gibi büyük mağazaların yetkili kurullarında yer kaplamışlardır. Böylece kilit noktalarındaki müdürlerin durumu çok kez önemsenmese de gerçekte yasaların boşluklarından yararlanılarak bir çeşit kartel yaratmada araç olarak kullanılabilirler. Böylece anlaşma ve birleşme ile olmasa bile kişisel entegrasyon yolu ile rekabet'in kısıtlanabileceği görülmektedir.

2. Gücün Dağılımı ve Rekabete Etkisi :

Şimdi, ekonomik gücün adil olmayan bir biçimde dağılımının rekabeti, nasıl değiştirdiğini ya da yozlaştırdığını araştırmak ve ilgili soruları yükseltmek gerekecektir. Rekabet'in niteliği rakipler arasındaki gücün adil bir biçimde dağılıp dağılmadığına göre değişiklik gösterecektir. Ekonomik gücün eşit olmayan bir biçimde dağılımının farklı nedenleri varsa da ikisini özellikle belirtmekte yarar vardır. Bunlar a) Çimento, demirçelik v.b. gibi endüstri kolları, geçen yüzyıl içindeki ekonomik dalgalanmalardan ya da «uyuşum işlemlerinden» müşterilerine oranla daha büyük ölçüde olumsuz yönde etkilenerek zayıf duruma düşmüşlerdir. Ancak zamanla Birleşik Devletlerde ve Batı Almanya'da bu tür maddeleri ve yatırım mallarını üreten firmalar bir çeşit pazar önderliği ya da karteller oluşturarak durumlarını değiştirmişlerdir. Zaman zaman da üst düzeyde etkinliklerini belli etmektedirler. Ancak sorun bazı az gelişmiş ülkelerde kartel oluşturamadan hammadde

üreten firmalar için geçerliliğini halâ sürdürmektedir. b) Birleşime gitmiş olsun olmasın alıcı ve satıcı firmalar aynı tür değişikliğe uğramamışlardır. Bu durum ise fiyatta, kalitede, ödemede ve dağılımda farklılığa neden olmaktadır. Şayet bir piyasada alıcı ve satıcılar arasındaki güçler farklı olarak dağılmışsa fiyatlar ve kalite de değişik olacaktır. Örneğin büyük mağazalar ya da çok şubeli perakendeciler aynı malı ya da daha iyisini rakiplerine oranla %20, %30 veya %40 daha ucuza almakta bu tür işlemleri kendilerine pahalıya mal eden güçsüz alıcıları safdışı bırakmakta, rekabet'in kendi kendini yok etmesi olasılığını yaratmaktadır(15). Aynı (varsayım) büyüklerin biraraya gelmesi ve ve kendilerine ham ya da yarı mamul madde satan firmaları küçük firmalardan daha uygun fiyat vermeye zorlamaları halinde de geçerlidir. Tüm bu olaylarda yararlı rekabetin işlerlik kazanmasında (ve birleşim işlemlerinin yönünü belirlemede) önemli etmen olan değişim eşitliğinin var olmadığı görülmektedir.

Bunun nedeni ise bazı firmaların aynı işlemi gören diğer firmaları istismar edebilmesine karşılık bir kısmının bunda başarısız oluşudur. Çok kez başka firmaları etkisi ve kontrolü altına alan firmalar bu olasılıktan yararlanabilmektedir. Ben bu durumu «etkinlik-bağılılık ilişkisi» olarak tanımlamaktayım. Bu tür özel ekonomik ilişkileri; daha kuvvetli ve hükmetme durumunda olanla, zayıf ve bağımlı durumdaki firmalar arasında ortaya çıkmaktadır. Ancak sözü edilen olayları monopol teorisinin işlediği konulardan üç nedenle ayırmak gerekecektir.

1. Bu ilişki Konsantrasyonunun eşit olmayan bir biçimde ortaya çıkışından ileri gelmekte ve genellikle uzun dönem içinde, zayıf olan alıcı ya da satıcı üretimini ya da iş politikasını güçlü olanların istekleri doğrultusunda kararlaştırmaktadır. (Bilindiği gibi geleneksel teorinin yanısıra Karl Marx da analizlerini «tek yönlü değişimler yasası»

(15) Schumpeter'in inandığı gibi her rekabet kendini yokedicilikte değildir. Joseph A. Schumpeter; *Capitalism, Socialism and Democracy* Newyork 1942.

çerçevesi içinde zaman ve mekândan soyutlayarak yapmıştı.)

2. Böylesine bir adaptasyonun sonucu olarak zayıf firma büyük zararlara katlanmayı hatta ekonomik yaşamını tehlikeye atmayı gözönüne almadan güçlü olanı bırakma seçeneğini benimseyemez. Şayet güçlü firma istismara neden oluyorsa zayıf firmanın ancak iki şeytandan birini seçme olasılığı vardır: ya güçlünün dilediği yönde hareket edecek ya da onu ve işini kaybetme riskini gözönüne alacaktır. (Bilindiği gibi Walras takipçilerine göre deyişimler her iki tarafında yararına işleyecektir. Biz görüşün gerçekte uyuşmadığı inancındayız.)

3. Güçlü ve güçsüz firmalar arasındaki «etkinlik bağımlılık» ilişkisini monopolle ya da «Pazar formasyonu» olarak adlandırılan olaylarla karıştırmamak gerekir. Sözü edilen olayların bağlı oldukları piyasalardaki rekabet koşullarıyla uyuşum içinde olmaları ayrı bir gerçektir. Nitekim büyük mağazalar yalnız kendi aralarında değil çok sayıdaki diğer perakendecilerle rekabet etmektedirler. Bunun yanısıra sözü edilen işletmelere mal veren birçok firma da aynı şekilde rekabet halindedir. (Bilindiği gibi Cournot'un ya da Amoroso'nun fikirlerini takip edenler monopol'ün (veya oligopolün) ötesinde bir ekonomik gücün bulunmayacağını ileri sürmüşlerdir. Biraz önce görüldüğü gibi bu varsayım da gerçekte bağdaşmamaktadır.)

Ekonomik gücün dengesiz bir biçimde dağıldığı tüm olaylarda rekabet mekanizmasının daha verimli işlemlerin gerçekleştirilmesi yerine güçlü firmaların yararına işlediği görülmektedir. Örneğin Batı Almanya'da büyük mağazalar ve çok şubeli perakendeci şirketler, küçük firmalarla rekabetlerini sürdürmekte ve toplam satışlardaki paylarını 1962-1972 döneminde %50 artışla %22.3'ten %33.3'e çıkarırken geriye kalanların payının ise %74.5 ten %63.8'e gerilediği görülmektedir. Yalnız 1970-72 döneminde büyük mağazaların artış oranı %13'ü, çok şubelilerininki %22'yi bulmuştur. Aynı şeyler bu ölçekte olmamakla beraber ima-

lat sanayindeki firmalar içinde söylenebilir. Olay küçük ve büyük firmaların verimli çalışıp çalışmadığı noktadan ele alınırsa konsantrasyon hızının tehlikeli boyutlara ulaştığı belirtilebilir. Ancak konsantrasyon olayı ile güdülen amaç en azından bazı ölçüler içinde dengesiz güç dağılımından yararlanmak ise (belirli kesimler için) bu tür politikaya yönelmek zorunlu bir hale gelmektedir.

3. Devlet'in Çıkardığı Yasaların ve Yaptığı Çalışmaların Güçe Etkisi .

Ekonomik yönden geçerli olan üçüncü tip güç devletin yasalar ya da çalışmalar yolu ile etkisidir. Geleneksel teori bu sorunu devlete, ait kurumları ve yasaların işadamlarını etkilemeyeceği ve herkesin rekabette eşit olduğu varsayımından hareket ederek, ele almamıştır. Böylesine bir varsayımda gerçekte farklı yönde işlemektedir. Şöyle ki Lobby yapma yoluyla firmalar devleti etkileyebilmekte uluslararası firma haline dönüşerek vergiden kaçabilmekte ,çıkartılacak yasaları ve devlet kuruluşlarının alacakları önlemleri değiştirebilmektedir. Lobby ekonomik rekabeti iki yönden etkilemektedir.

1. Devlet'in görevlerine genel etki; örneğin antitrust yasasının değiştirilmesi.
2. Özel yararlar sağlamak örneğin belli bir endüstri kolunu ya da firmayı geliştirecek nitelikteki gümrük muafiyeti veya vergi indirimi.

İş çevresinin devlet çalışmalarını genellikle etkilemesi, antitrust yasaların formüle edilmesi ve geliştirilmesi konusu ile ilgili olarak ünlü bir örnek vardır. Bu açıdan Alman Kartel Yasasının kökeninin ilginçliği ve tipikliği nedeniyle belirtilmeğe değerdir. Ludwig Erhard'ın iktisat bakanı olduğu sıralarda Almanya'nın ünlü liberal iktisatçılarından Profesör Müiler-Armack da aynı bakanlıkta geniş yetkilere sahip müsteşarlık görevini yapmakta idi. Sanayicilerin etkisiyle Ludwig Erhard'ın partisi Alman Hristiyan Demokrat Parti bu yasaya olumlu oy vermeyi reddetmişti. Bunun üzerine Erhard ve Armack için üst düzey-

deki bakanlık yetkilerinden oluşan bir heyeti Alman Sanayicilerinin Kölndeki merkezine gönderip bir çıkış yolu ara-maktan dolayı olarak Hıristiyan Demokrat Parti mebus-larının olumlu oy vermelerini sağlamaktan başka bir çö-züm yolu kalmamıştı(17).

Bu olayla Alman endüstrisi kendi yasasını kendisi ha-zırlamış, daha doğrusu istedikleri biçimde çıkartmışlar ve kendilerine dokunacak paragraf bırakmamışlardır. Böyle-ce çok kez ekonomik işlemlerin önemli yer oluşturduğu birçok girişimde kararı devlet otoritesinin değil, bizzat sa-nayicilerin verdiği sonucuna varmak kolaydır.

Öte yandan özel ayrıcalık sağlama işlemlerine ilişkin bir örnek de petrol endüstrisinden verilebilir. Şöyleki ABD'deki en büyük 22 petrol şirketi 1962'den 1966'ya dek gelir-lerinin yalnız %6'sını vergi olarak ödemişlerdir. Bunlardan dünyanın en büyük petrol şirketi ünvanına sahip STAN-DART OIL OF NEW JERSEY (EXXON) ise yalnız %3.8 ödeme yapmıştır. Bir süre önce Alman Maliye Bakanlığı petrol şirketlerinin ithal ettikleri petrol fiyatını her yıl so-nunda yine şirketlerin kendilerince belirlenmesine ilişkin bir karar almıştı. Maliye Bakanlığı uzmanlarının hatırla-madığı şey belki de bu firmaların Uluslararası şirketlerin Almanya'daki temsilcisi şeklinde çalışmalarını ve ithal ettik-leri petrolün fiyatının da ana firma tarafından üretici ülke-lerle yapılan pazarlık sonucu kararlaştırılmasıydı. Her ne şekilde olursa olsun uluslararası şirketlerin yıl sonunda, transfer fiyatlarına kendilerinin karar vermesine olanak sağlamakla Maliye Bakanlığı kârın Amerika'daki ana fir-maya ya da dilerlerse yabancı bir yan şirkete transferine yardımcı olmuştur. Bunun yanısıra uluslararası şirketlerin Almanya'daki yan dalları çok az kârla çalıştıklarını veya zarar ettiklerini ileri sürerek iktisat bakanlığından yardım istemişlerdi. Firmalar arası kararlaştırılan fiyat sonucu or-

(17) Fritz-Ulrich Fack, Entwicklungstendenzen des industriellen Lobbyismus in der Bundesrepublik in-interdependenzen von Po-litik und Wirtschaft, Festgabe für Gert Von Eyern Berlin s. 435.

taya çıkan kâr ya da zararın iç yüzünü bilmeyen uzmanlar için sorunu ancak onlara ithalatla vergi mufiyeti tanımakla veya özel vergi indirimi sağlamakla çözümlenebilecekti.

Rekabet sistemi içinde Lobbyism'in özellikle iki sakıncalı yanı vardır.

1. Lobbyism genellikle devletin görevlerine etki yapmakta, rekabeti canladırıcı önlemlerin alınmasını önlemekte ve hattâ yok edici yöne itmektir.

2. Lobbyism devlet faaliyetlerini belirli endüstri kolları ya da belirli firmalar yönünde etkileyerek rekabetin yapısını ve özelliklerini değiştirmektedir. Bu nedenle başarı veya başarısızlık firmaların ya da bir endüstri kolunun verimli çalışıp çalışmadığından çok devlete etkileme gücü ile ilgili etmene bağlıdır.

4. Çok Uluslu Şirketlerin Rekabete Etkisi :

Uluslararası düzeyde çalışımdan doğan özel güç ekonomik rekabeti birkaç yönden etkilemektedir(18).

a) Yasaların gerektirdiği uygulamadan kaçınmakla,

b) Uluslararası düzeyde planlama özellikleriyle,

a) Uluslararası şirketler firmalararası fiyat politikasını kararlaştırarak, kredi akımını oluşturarak, yine aynı ülkedeki yan kuruluşu çeşitli para birimlerinden döviz sağlayarak yasalardan kaçınabilmektedirler.

Söze aynı şirketin çeşitli ülkelerde çalışan dalları arasında oluşturulan ortak fiyat politikasının vergilere olan etkisiyle başlayalım. Çokuluslu şirketler birbirlerinden mal ve hizmet alıp satmaktadırlar. Bu işlemlere ödenen miktarlar devlet'e göre ihracat ithalat fiyatları ise de olay çokuluslu şirketler açısından değişiktir. Şöyle ki her iki halde de fiyat aynı ünitenin çeşitli dalları arasında belirli ölçülere göre kararlaştırılmış değerdir. Başka bir deyimle, fiyatlar piyasayda oluşmuş fiyatlar değildir, ana şirket tara-

(18) Aynı sympozyumda Ronald Müller'in tebliğinin yanısıra Helmut Arndt wirtschaftliche Macht op cit. pp. 47-64 ve 185-189 bakınız.

findan belirlenmektedir. Firmalararası fiyat politikasıyla kâr ya da zarar bir ülkeden diğerine kolayca aktarabilmekte ve kârdan elde edecekleri gelirleri istedikleri ülkede ödeyebilmektedirler. İç piyasada çalışan bu firma böylesine bir olanaktan yoksun böylece ulusal düzeyde çalışan bir firma ile çokuluslu firma arasında rekabet yönünden bir ayrıcalık doğmaktadır.

Bunun da ötesinde çokuluslu şirketler, iç piyasada çalışan firmalar gibi o ülkenin para politikasına da bağımlı değildirler. Firmalararası kredi politikası yoluyla ulusal para kısıtlamalarından kaçınabilmektedirler. Yan kuruluşlara kredi ile ya da ilerde ödenmek koşuluyla mal satabilirler. Ne Alman Bundesbank ne de Federal Rezerv Kurulu bu tür kredilerin ne zaman ödeneceği veya değeri ödenmiş malların dağıtımının ne zaman yapılacağı konusunda bir kontrol mekanizması kuramamışlardır. Çokuluslu şirketler kredi yaratma gücüne de sahiptirler. Hangi dövizle olursa olsun transfer yapabilirler. Merkez Bankaları bu tür kredilerin işalanma mı yoksa spekülasyona mı kaydırıldığını ya da likit halde mi tutulduğunu genellikle belirleyememişlerdir. Şayet havale tanınmış bir firma tarafından çıkartılmışsa hiçbir banka bunu ödememe yönüne gidemez. Aynı işlemler kayıt kredileri için de doğrudur. Böylece çokuluslu şirketlerle, iç piyasada çalışan şirketlerin farklı koşullarda işlem yaptıkları bir kez daha açıkça belli olmaktadır.

b — Çokuluslu şirketler uluslararası ticaret alanında merkezi plan yapma gücüne sahiptirler. Bu güç iki ayrı kaynaktan gelmektedir.

1 — Piyasa fiyatlarının oluşmadığı ihracatçı ve ithalatçı ülkelerde firmalararası fiatı kararlaştırarak,

2 — Değişik ülkelerde merkezi üretim planlaması yaparak. Çok uluslu şirketler ihracat ve ithalat fiyatlarını kararlaştırarak ticaretteki dengesini etkileyebilirler. Şöyle ki bir ülke için ithalat fiyatlarını yükseltip ihracat fiyatlarını düşürerek değişim koşullarını o ülke aleyhine işlete-

bilirler. Çokuluslu şirket bu gücünü kullanırsa rekabet piyasasını iki yönde etkileyecektir.

a) Sözü edilen ülke (örneğin az gelişmiş ülkenin) çok ucuza mal satması ve pahalıya alması zorlanarak gelişimi engellenecektir. Böylece gelişimi gecikmiş bir ülkenin rekabet gücü de büyük ölçüde ortadan kaldırılmış olacaktır.

b) Böylesine bir ülkede çalışım gösteren bir firma hammadde veya yarımamul maddeye yüksek fiyat ödeyerek fiyat farklılaşmasından zarar görecektir. Yarımamul veya mamul malları içeren endüstri kollarının gelişimi özellikle engellenecektir. (Bu şirketlerin gerekli hammaddeyi dünya fiyatlarının altında elde edebilen çokuluslu şirketin ülke içindeki temsilcileriyle rekabete girişmesinden daha kötü sonuçlar çıkacaktır.)

2 — Planlama yoluyla çokuluslu şirketler yalnız malların akımını değil aynı zamanda rekabeti de etkilemektedirler. Şayet çokuluslu şirket bir ülkedeki yan kuruluşunu az üretime yönelterek, büyük oranda ithalat yapmaya zorlarsa o ülke ithalat için yüksek bir bedel öderken işsizlik sorunu ile de karşılaşacaktır. Böylece istihdam düzeyinin düşüşü satmalma gücünü azaltacak, bu durumda ülkedeki diğer endüstri kollarını olumsuz yönde etkileyecektir.

Çokuluslu şirketler, ülkelerin çıkardığı yasalara uyum göstermemekle, uluslararası düzeyde üretim planlaması yapmakla yalnız firmalar arasındaki değil aynı oranda ülkelerarasındaki rekabeti de etkilemektedir.

5. Rekabetin Ötesindeki Ekonomik Güç :

Yöneticilerin veya büyük hissedarların firma üzerindeki kontrollerini veya multimilyoner iş adamlarının güçlerini rekabet belirlememiştir. Hissedarları büyük ölçüde dağınıklık gösteren firmaların yöneticileri çok kez kontrol edilememektedir. Alman Şirketler Yasasına göre pay sahipleri genel kurulu yönetim kurulunu, bu kurulda kontrol mekanizmasını yürütecek yöneticileri seçer. Firmalar, şayet kendileriyle uyum içinde olan, baş kaldırmayan kişi-

lerin seçimini sağlarlarsa yasanın gerektirdiği koşulu göstermelik olarak yerine getirmekte konuyla ilgili kaçamak yolu bulabilmektedirler. Deutsche Bankın yönetimine karar veren oturumlarda bankanın kendi hissedarları 1968 yılında %55 1970 yılında %57 oranında temsil edilmiştir. Geriye kalan oyların büyük bir bölümü bankanın mevduatında söz sahibi müşterilerle, bankalar oluşturmuşlardır(19).

Bu yolla yöneticilerin tümüyle bağımsız hareket etme olasılığı ortaya çıkmıştır. Böylece kurullarda görev alacak üyeleri seçme ve kendilerini kendi adamlarına kontrol ettirme gücüne sahip olmuşlardır. Nitekim bir süre önce bu durum Almanya'da meydana gelmiş ve yönetim kurulu bir vesile ile müdürün daha firmadan ayrılmadan kendi yerine gelecek olan şahsı seçtiğini öğrenmiştir(20).

Alacaklıları ve hissedarları korumak amacıyla yapılan yasal işlemler bile kolayca aşılabilmektedir. Örneğin Almanya'da «Wirtschaftsprüfer» adıyla tanınan özel denetçiler örgütü vardır. Bu örgütler «Wirtschaftsprüfungsgesellschaften» olarak tanımlanan bağımsız şirketler oluşturabilirler. Ana şirket yan kuruluşlarından birini kendini denetleyici olarak seçemezse de yöneticilerin aynı olması ya da şirketin kontrolünü elinde bulundurması halleri kapsamın dışında kalmaktadır. Böylece bir firmanın yöneticisi «Wirtschaftsprüfungsgesellschaften» bulunabilecek ve kendi firmasına yol gösterip danışmanlık yapacaktır veya vize varsa

Alman yasaları çerçevesi içinde Bayerische Hypotheken ve Wechselbank A.G. şirketler Deutsche Allgemeine Treuhand AG (DATAG)'m %50'den Grüner-Bräu A.G. şirketinin %25'inden fazlasına sahipken DATAG'da G.Bräu

-
- (19) Amerika Birleşik Devletlerinde Bankalar böylesine bir güce sahip olmamakla beraber banka dışındaki şahıslarda «yerine oy kullanmak» hakkı ile benzer bir durum yaratmıştır.
- (20) Helmut Arndt, Wirtschaftliche Macht opcit. p. 24.
- (21) İbid, p. 34.

çe bağımlı bir şirketin diğer bağımlı bir şirket tarafından kontrolü olası hale gelmiştir.

Şayet yönetici gurup (management) kendi yönetim kurulunu kendisi atar, bunun da ötesinde denetçileri de seçerse (çok kez uygulamada, kendilerine bağımlı olan denetim şirketinden) ne devletin ne de rekabet koşullarının sorun çıkartıcı herhangi bir fonksiyonu kalmamış oluyor.

Yöneticilerin yanısıra şirketi kontrolleri altında tutan hissedarlarda firmaya zararlı fakat kendilerine yararlı kararlar verebilirler. Adolf A. Berle ve Gardiner C. Means, 1932 yılında «Gücü elinde tutan gurup yapılan kârları ceplerine indirebilirler» şeklinde yazmışlardı(22). Günümüzde de bir şirketin yalnız pay sahipleri yararına çalıştığını gösteren kanıtlar yetersizdir. Yöneticilerin ya da belirli hissedarların kendilerine ait az miktardaki paraya büyük ölçüde başkalarının finansal güçlerini veya taşınmazlarını ekleyip işleterek değerlendirmeleri onlara firmayı istismar etme, kendilerine büyük ekonomik imparatorluk kurma olanağını vermektedir.

Sigorta Şirketlerinde yatan paralarla diğer şirketlerin kontrolünü ele geçirecek oranda hisse senedi toplamak, guruba katılan yeni şirketlerin varlıklarıyla imparatorluğa daha yenilerini eklemek olasıdır. Yalnız Mr. Cornfield veya Mr. Vesco bu konuda uzmanlaşmış şahıslar değillerdir. Avrupa'da Amerika'da ya da Japonya'da büyük endüstri imparatorlukları bu yolla kurulmuşlardır.

«Transfer Fiyatlar» yoluyla firmaların sahip olduğu taşınmaz mallar özellikle şahıs kontrolünde olan işletmelere aktarılabilir. Hattâ bireysel yararlar uğruna işlemler yapmak çok kez olasıdır. Niçekim bu tür yersiz uygulamalı örneklere 1964 yılı Alman Konstrasyon Raporunda rastlanabilir(23). Ünlü şirketler ve aileler kendilerini bu

(22) Adolf A. Berle und Gardiner C. Means op. cit. p. 333.

(23) Bericht über das Ergebnis einer Untersuchung der Konzentration in der Wirtschaft vom 29 Febr. 1964 Deutscher Bundestag 4 Wahlperiode, Drucksache IV/2320 Bonn 1964 p. 67.

tür uygulamalardan aklandıramazlar. 1923 yılında Dupont GM'un kontrolünü eline geçirdiği zaman yönetim kurulu bilindiği kadarıyla çoğu Dupont ailesinden gelen yüksek düzeydeki yöneticilere prim ödenmesine karar vermişti. Nitekim bu belirli gurup 8 yıl içinde 235 milyon dolar (günümüzdeki değeri ile 1 milyar dolardan fazla) para almıştı (24).

Yöneticiler ve hissedarlar firma hakkında içsel bilgilere sahiptirler. İşleri kötüye ve zarara giden firmanın durumu ortaya çıkmadan, hisse senedi piyasasındaki değeri düşmeden satabilirler. Ya da kârı yükselen bir şirketten daha başkaları haberdar olmadan veya yeni petrol kaynakları, kıymetli mineralleri ortaya çıkartan firmaları herkesten önce ellerine geçirebilirler. Aynı şekilde yanlış bilgileri de etrafa yayabilirler. Gerçekler, kârlı gidişi gösterirken, ileriki dönemlerde zarar edilebileceği kanısını etrafa yaymaktan kimsenin cezalandırılmayacağı gibi böylesine yanlış ve sahte bilgiler sonucu ortaya çıkartılan bir ortamda büyük düşüşle hisse senedi piyasaları da yavaşlamaz (25).

Etkin firmalar ve büyük ölçekli gurup firmalar doğanın ürünleri değildir. Yasaların yetersizliği, açık kapıların bulunuşu, denetim noksanlığı böylesine bir ekonomik gücün yaratımında büyük ölçüde etkin rol oynamışlardır. Rekabetle denetilemeyen bu özel ekonomik güç enazından rekabet işlemlerini etkilemeye devam etmektedir. Sözü edilen güç ekonomik kökenli olmamasına karşın ekonomik yaşama olan etkisi çok büyüktür.

Ekonomik güç bireyin, başka bireylerin yararlarını bilmemesinden bilseler bile koruma güçlerinin çok zayıflığı ellerinden birşey gelmemesi, önlem alamamaları sonucu ortaya çıkar. Böylesine bir güç çok kez firma içinden kay-

(24) Georgew. Stocking and Myron W. Watkins. Monopoly and Free Enterprise. Newyork 1951, p. 433 (Dipnot 38).

(25) Olaylardan bazıları, Wirtschaftliche Macht, München 1974 Kitabında bulunabilir. pp. 21-30.

naklanırken pay sahiplerinin çoğu istismarın farkında de-
ğillerdir. Bu nedenle olayın değerlendirilmesi yapılamam-
maktadır. Şayet birey bilgi sahibi olmadığı bir takım iş-
lemlerden zarar görüyorsa, yararlılık ya da yararsızlık ko-
nularını işleyen doktrinler onun için tümüyle önemsiz kal-
maktadır.

IV. SONUÇ

Bu tebliğin sonunda birkaç sonuç çıkartılabilir.

1. Ekonomik güç olmadan ekonomik yaşam da yoktur.
2. Rekabetin niteliği ekonomik gücün olmamasından de-
ğil geçici özellik östermesinden ileri gelmektedir. Şayet
rekabet işlerlik kazanırsa ekonomik güç artar ortadan
kaybolur. Böylece güç dağıtılabilir.
3. Sürekli ekonomik güç rekabetin olmadığını belirtmek-
tedir.