

161100

T.C.
DUMLUPINAR ÜNİVERSİTESİ
Sosyal Bilimler Enstitüsü
İktisat Anabilim Dalı

Doktora Tezi

REKABET HUKUKUNUN EKONOMİK
ANALİZİ: ABD, AB VE TÜRKİYE UYGULAMASI

Danışman
PROF. DR. AHMET KARAASLAN

Hazırlayan
Bünyamin GÜRPINAR

200191020301

Kütahya-2005

Kabul ve Onay

Bünyamin GÜRPINAR'ın hazırladığı "Rekabet Hukukunun Ekonomik Analizi: ABD, AB ve Türkiye Uygulaması" başlıklı Doktora tez çalışması, jüri tarafından lisansüstü yönetmeliğin ilgili maddelerine göre değerlendirilip kabul edilmiştir.

18.01.2005

Tez Jürisi

Prof. Dr. Ahmet KARAASLAN (Danışman)

Prof. Dr. Salih ŞİMŞEK

Prof. Dr. Kerim ÖZDEMİR

Yrd. Doç. Dr. Mevlüdiye ŞİMŞEK

Yrd. Doç. Dr. Mustafa DURMAN

Sosyal Bilimler Enstitüsü

Müdürü

Prof. Dr. Ahmet KARAASLAN
Müdür

Doktora tezi olarak sunduğum “Rekabet Hukukunun Ekonomik Analizi: ABD, AB ve Türkiye Uygulaması” adlı çalışmamın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım kaynakların kaynakçada gösterilenlerden olduğunu, bunlara atıf yapılanlardan yararlanılmış olduğunu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

14/01/2005


Bünyamin GR PINAR

ÖZGEÇMİŞ

Araştırmacı 1968 yılında Bayburt'ta doğdu. İlk öğrenimini Bayburt'un Arpalı Beldesi'nde, orta öğrenimini Ankara'da tamamladı. 1993 yılında İstanbul Üniversitesi Hukuk Fakültesi'ni bitirdi. 1997 yılında Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Kamu Yönetimi Ana Bilim Dalında "Anayasa ile TBMM İçtüzüğü Hükümleri Arasındaki Çatışmalar ve Hukuki Çözümü" adlı tezle yüksek lisansını tamamladı.

1994 yılından beri Dumlupınar Üniversitesi Domaniç Meslek Yüksek Okulu'nda öğretim görevlisi olarak çalışmakta, aynı zamanda 1995 yılından bu yana adı geçen Meslek Yüksek Okulu'nun müdürlük görevini yürütmektedir. Araştırmacının 1997 yılında yayınlanmış "Hukukun Temel Kavramları" adlı kitabı bulunmaktadır. Araştırmacı evli ve iki çocuk babasıdır.

ÖZET

Bu tez, “rekabeti kısıtlayıcı, engelleyici veya bozucu anlaşma, karar ve uyumlu eylemler”, “hakim durumun kötüye kullanılması” ve “birleşme ve devralmalar” başlıklı rekabet politikasının üç temel aracının arkasındaki ekonomik teoriyi tartışmaktadır. Rekabet hukukunun bu üç enstrümanının incelemesine geçmeden önce, serbest piyasa ekonomisinde rekabet kavramının statik bir durumu değil, dinamik bir süreci işaret ettiği tespit edilmiştir. Daha sonra rekabet politikasının yukarıda belirtilen araçlarının temelindeki ekonomik teori tartışılmış ve uygulama örnekleri karşılaştırmalı olarak ele alınmıştır. Rekabet politikası uygulamalarının ABD, AB ve Türkiye’de hangi ekonomik amaca hizmet etmek üzere ortaya çıktıkları, gerek yasal düzenlemeler ve gerekse rekabet otoritelerince verilen kararlar ışığında ortaya konulmaya çalışılmıştır. Yine rekabet politikası perspektifinden piyasa yapıları teorik olarak incelenmiş ve uygulamadaki örneklerin ekonomik analizi yapılmıştır. İşletmeler arasındaki anlaşmaların, işletme birliği kararlarının veya işletmeler arasındaki uyumlu eylemlerin ya da bilinçli paralelliklerin bir rekabet ihlali oluşturup oluşturmayacağı, bir firmanın piyasadaki hakim durumunu kötüye kullanıp kullanmadığı ve bir birleşme/devralma işleminin rekabetin kısıtlanması, engellenmesi veya ortadan kaldırılması sonucuna ulaşip ulaşmayacağına tespitine esas olacak piyasa tanımı ve piyasa gücünün ölçülmesinde kullanılan kantitatif teknikler anlatılmış ve bunların rekabet davalarında nasıl uygulandıkları örneklerle ortaya konulmuştur. Ancak, piyasa tanımı yapmakta ve piyasa gücünün ölçülmesinde kantitatif tekniklerin önemli bir role sahip oldukları görülmekle beraber, bu tekniklerin sağlam ve nitelikli veriler gerektirdiği anlaşılmıştır. Ayrıca bu tekniklerin ilgili vakalara uygulanmasında bağımsız ve uzman kuruluşlara ihtiyaç duyulduğu da ortaya çıkmıştır.

ABSTRACT

This thesis is discussing economic theory behind three main instruments of competition law with the title “concerted practices, decisions and agreement that distort, restrict or prevent the competition”, “abusement of dominant position” and “merger/takeover”. Before passing onto analyzing these three instruments of competition law in free market economy that the concept competition conveys not a static situation but a dynamic process is proved. And then, the economic theory at the bases of what have been above mentioned as instruments competition policy is discussed, and cases of practices are analysed on comparative basis. It is also tried to shed light upon what proposes the practices of competition policies in USA, EU and Turkey serve for in the light of legal regulations and the decisions given by antitrust authorities. In addition, market structures are analyzed from the competition policy perspective and economic analysis of examples in practices is made.

Moreover, the quantitative techniques used in the measurement of market power and in the definition of market have been stated, and how these are applied in competition cases also been described. Although it is observed that in the definition of market and in measurement of market power, the quantitative techniques have important role, it is also witnessed that these techniques also requires reliable and qualified data. It is also concluded that in the application of these techniques in relevant cases independent expert associations are needed.

İÇİNDEKİLER

	<u>sayfa</u>
ÖZET.....	v
ABSTRACT.....	vi
TABLolar.....	xiii
ŞEKİLLER.....	xiv
KISALTMALAR.....	xv
TEZ HAKKINDA.....	xvii
GİRİŞ.....	2

BİRİNCİ BÖLÜM

REKABETİN TEORİK TEMELİ, PİYASA SİSTEMİ VE REKABET POLİTİKASI

1.1. REKABET KAVRAMI VE REKABET TEORİSİ.....	9
1.1.1. Rekabet Sözcüğü ve Rekabet Kavramı.....	10
1.1.2. Rekabetin Felsefesi.....	12
1.1.3. Kamu Ekonomisi ve Rekabet.....	18
1.1.4. Piyasa Ekonomisi ve Rekabet.....	20
1.1.5. Ekonomi Literatüründe Rekabet Kavramı.....	22
1.1.5.1. Klasik İktisatçıların Rekabet Görüşü.....	24
1.1.5.2. Marksist Ekonomi Kuramının Rekabet Görüşü.....	26
1.1.5.3. Neo-Klasik İktisatçıların Rekabet Görüşü.....	28
1.1.5.4. Avusturya Okulunun Rekabet Görüşü.....	30
1.1.5.5. Endüstriyel Organizasyon Teorisinde Rekabet.....	32
1.1.5.6. Yarışmacı Piyasa Teorisinde Rekabet.....	33
1.1.6. Rekabetin Fonksiyonları ve Ekonomik Yararları.....	35
1.1.6.1. Kaynak Dağılımı ve Verimlilik Fonksiyonu.....	35
1.1.6.2. Teknolojik Gelişmeyi Sağlama Fonksiyonu.....	36
1.1.6.3. Gelir Dağılımını İyileştirme Fonksiyonu.....	36
1.1.6.4. Tüketici Tercihlerinin Tatmini Fonksiyonu.....	37
1.1.6.5. Ekonomik Gücü Kontrol Fonksiyonu.....	37
1.1.6.6. Politik Gücü Kontrol Fonksiyonu.....	38
1.1.6.7. Bireylerin Seçme Özgürlüğünü Artırma Fonksiyonu.....	38
1.1.6.8. Rekabetin Demokratikleştirme Fonksiyonu.....	38

1.2. REKABET POLİTİKASI VE TARİHSEL GELİŞİMİ.....	40
1.2.1. Tarihsel Gelişim.....	40
1.2.1.1. Amerika Birleşik Devletlerinde Rekabet Politikaları.....	40
1.2.1.1.1. Chicago Okulunun Görüşleri.....	48
1.2.1.1.2. Harvard Okulunun Görüşleri.....	49
1.2.1.2. Avrupa Birliği Rekabet Politikaları.....	50
1.2.2. Rekabet Politikası ve Rekabet Hukuku Kavramları.....	54
1.3. ABD VE AB REKABET POLİTİKALARININ KARŞILAŞTIRMALI EKONOMİK ANALİZİ.....	59
1.3.1. Rekabet Politikasının Kurumsal Yapılara Etkileri Açısından Ekonomik Analizi.....	61
1.3.1.1. Politik Kurumlara Etkisi.....	62
1.3.1.2. Rekabet Politikasının Şirket Yönetimlerine Etkisi.....	69
1.3.2. Rekabet Politikası ve Refah Ekonomisi Analizi.....	75
1.3.2.1. Etkin Yasal Kurallar ve Optimal Vergilendirme.....	76
1.3.2.2. Etkin Yasal Kurallar ve Riskten Kaçınma.....	79

İKİNCİ BÖLÜM

REKABET HUKUKU VE TARİHÇESİ

2.1. ABD, AB VE TÜRKİYE'DE REKABET HUKUKU DÜZENLEMELERİ.....	87
2.1.1. Amerika Birleşik Devletleri.....	87
2.1.2. Avrupa Birliği.....	89
2.1.3. Türkiye.....	95
2.2. GENEL OLARAK TÜRK REKABET HUKUKU.....	96
2.2.1. Rekabetin Korunması Hakkında Kanun.....	96
2.2.2. Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar.....	97
2.2.2.1. Teşebbüs Kavramı.....	101
2.2.2.2. Teşebbüs Birliği Karar ve Eylemleri.....	107
2.2.2.2.1. Teşebbüs Birlikleri.....	108
2.2.2.2.2. Teşebbüs Birliği Kararları.....	112
2.2.2.2.3. Bağlı İşletmeler.....	121
2.2.2.3. Anlaşma Kavramı.....	121
2.2.2.3.1. Yatay ve Dikey Anlaşmalar.....	123
2.2.2.4. Uyumlu Eylemler.....	125

2.2.3. De Minimis Kuralı.....	130
2.2.4. Per Se ve Rule of Reason Yargısal Doktrinleri.....	139
2.2.4.1. Rule of Reason Yargısal Doktrini	142
2.2.4.2. Per Se Yargısal Doktrini.....	143
2.2.5. Muafiyet.....	146
2.2.6. Hakim Durumun Kötüye Kullanılması.....	147
2.2.6.1. Hakim Durumun Saptanmasında Kullanılan Kriterler.....	149
2.2.6.1.1. Piyasa Payı.....	149
2.2.6.1.2. Dikey Bütünlük.....	150
2.2.6.1.3. Teknolojik Üstünlük.....	151
2.2.6.1.4. Kullanılmayan Kapasite.....	151
2.2.6.1.5. Üründe Çeşitlilik.....	152
2.2.6.1.6. İndirim Sistemi.....	152
2.2.6.1.7. Performans	153
2.2.6.1.8. Ürüne Bağlılık.....	153
2.2.6.1.9. Hukukun Koruduğu Tekel Hakları.....	153
2.2.6.2. Birlikte Hakimlik veya Oligopol Piyasası.....	154
2.2.7. Birleşme ve Devralmalar.....	155
2.2.8. Menfi Tespit.....	158

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

PIYASA YAPILARININ EKONOMİK ANALİZİ

VE OLİGOPOLDE REKABET SORUNLARI

3.1. REKABET HUKUKU, EKONOMİ BİLİMİ VE PIYASALAR.....	160
3.1.1. Tam Rekabet Paradigması.....	162
3.1.2. Monopolün Paradigması.....	165
3.1.3. Oligopol Piyasası Ve Oligopol Teorileri.	169
3.1.3.1. Oligopol Piyasasında Fiyatın Oluşumu ve Statik Oligopol Modelleri.....	172
3.1.3.1.1. Cournot Oligopol Modeli.....	172
3.1.3.1.2. Bertrand Oligopol Modeli.....	174
3.1.3.1.3. Edgeworth Oligopol Modeli.....	175
3.1.3.1.4. Chamberlin ve Oligopolistik Bağlılık.....	176
3.1.3.1.5. Sweezy ve Dirsekli Talep.....	178

3.2. OLİGOPOL ÇÖZÜMLEMELERİ.....	180
3.2.1. Oligopol ve Oyun Teorisi.....	180
3.2.2. Oligopolistik Bağımlılık ve Oyun Teorisi.....	182
3.2.3. Oligopolistik Bağımlılığa İlişkin Görüşler.....	186
3.2.3.1. Harvard Okulu.....	186
3.2.3.2. Chicago Okulu.....	187
3.2.4. Oligopolde Taklit ve Kanaat Öğrenimi.....	188
3.2.5. Tek Firma ve Oligopolistik Hakimiyetin Ekonomik Analizi ve Örnek Davalar.....	195
3.2.5.1. Tek Firma Hakimiyeti.....	196
3.2.5.1.1. Piyasa Payı Testleri ve Piyasa Tanımı.....	196
3.2.5.1.2. Tek Firma Hakimiyetine İlişkin Vakalar.....	198
3.2.5.2. Yüksek Piyasa Paylarının Uygunluğunu Deklare Eden Davalar.....	199
3.2.5.3. Oligopolistik Hakimiyet.....	200
3.2.5.3.1. Nestle/Perrier Kararı.....	201
3.2.5.3.2. Oligopolistik Hakimiyete AB Yaklaşımı.....	203
3.2.5.3.3. AB’de Son Dönemde Oligopole Yaklaşım Örnekleri.....	205
3.2.5.4. Gizli Anlaşmaya Dayanmayan Oligopol ve Uyumlu Eylemin Ekonomik Teorisi.....	209
3.2.5.4.1. AB’ de Uyumlu Eylemler ve Gizli Anlaşmaya Dayanmayan Oligopol Teorisinin Ekonomik Analizi.....	210

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

REKABET HUKUKU UYGULAMALARINDA PİYASA TANIMI VE PİYASA GÜCÜNÜN EKONOMİK ANALİZİNDE KULLANILAN KANTİTATİF TEKNİKLER

4.1. PİYASA TANIMI VE PİYASA GÜCÜ.....	217
4.1.1. İktisat Teorisinde Piyasa Tanımı.....	217
4.1.2. Diğer Disiplinlerde Piyasa Kavramı ve Tanımı.....	219
4.1.3. Piyasa Tanımının Amacı ve Gerekliliği.....	222
4.2. PİYASA GÜCÜ KAVRAMI VE TANIMI.....	223

4.2.1. Piyasa Gücü Kavramı ve Rekabet Hukuku.....	224
4.2.2. Piyasa Gücü Ve Rekabetin Ölçülmesi.....	225
4.3. PİYASA PAYI VE PİYASA GÜCÜNÜN ÖLÇÜLMESİNDE KULLANILAN KANTİTATİF TEKNİKLER.....	226
4.3.1. Kantitatif Tekniklerin Rolü.....	227
4.3.2. Fiyat Korelasyon Analizi.....	227
4.3.2.1. Fiyat Korelasyon Analizindeki Zorluklar.....	231
4.3.2.1.1. Benchmarking.....	231
4.3.2.1.2. Sahte Korelasyon ve Granger Nedenselliği.....	235
4.3.2.1.3. Ortak Maliyetler.....	236
4.3.2.1.4. Enflasyon.....	236
4.3.2.1.5. Döviz Kuru Değişimleri.....	237
4.3.3. Durgun Durum Analizi.....	237
4.3.3.1. Durgun Durum Analizinin Genel Etkileri.....	239
4.3.3.1.1. Döviz Kuru Oranları.....	239
4.3.3.1.2. Gecikmeli Tepki.....	239
4.3.4. Fiyat Elastikiyeti Analizleri.....	242
4.3.4.1. Fiyat Elastikiyeti Yaklaşımının Temeli.....	242
4.3.4.2. Analizde Maliyetlerin Önemi.....	246
4.3.4.3. Çapraz Fiyat Elastikiyeti.....	247
4.3.4.4. Artık Talep Analizi.....	249
4.3.4.5. Veri Sorunları ve Zorluklar.....	253
4.3.5. Dönüştürme Kayıp Analizi.....	254
4.3.6. Dönüşüm Analizi (Switching Analysis).....	257
4.3.6.1. Dönüşüm Oranı ve Switching.....	258
4.3.6.2. Dönüşüm Oranının Yanlış Yorumlanması.....	260
4.3.7. Birleşme Simülasyonu.....	260
4.3.7.1. Birleşme Simülasyonunda Muhtemel Zorluklar.....	263
4.3.7.2. Talep Esneklik Tahmini.....	263
4.3.7.3. Rekabetin Yapısı.....	264
4.3.8. Fiyat/Yoğunlaşma Analizi.....	264
4.3.8.1. Yoğunlaşma Oranı (CR).....	266
4.3.8.2. Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI).....	266
4.3.8.3. Fiyat/Yoğunlaşma Analizi Sonuçlarının Yorumu.....	267
4.3.9. Şok Analizi.....	268
4.3.10. İhale Analizleri.....	270
4.3.11. Zarar Tahminleri.....	273
4.3.12. Taşıma Maliyeti ve Ticaret Akışı Analizleri.....	274

SONUÇ.....	283
KAYNAKÇA.....	286
DİZİN.....	303



TABLolar LİSTESİ

Tablo 3.1:	Oyun Teorisi.....	183
Tablo 3.2:	Oyun Modelleri.....	192
Tablo 4.1:	Benchmarking.....	232
Tablo 4.2:	Gazete Fiyatlarının Korelasyon Katsayıları	234
Tablo 4.3:	Dönüşlü Kayıp Analizinde Fiyat Artışı.....	255
Tablo 4.4.:	Arçelik ve Bosch'un Alım Miktarları.....	279
Tablo 4.5:	Coğrafi Piyasa İçin LIFO-LOFI Değerleri.....	280

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 3.1:	Tam Rekabet ve Aksak Rekabet Piyasalarında Fiyat-Miktar İlişkisi.....	165
Şekil 3.2:	Monopol Piyasasında Firmanın Talep Eğrisi.....	167
Şekil 3.3:	Monopolde Fiyat ve Miktar İlişkisi.....	168
Şekil 3.4:	Sweezy Modeli.....	179
Şekil 4.1:	Korelasyon Katsayısı.....	229
Şekil 4.2:	Durgun Durum ve Durgun Olmayan Durum Data Serileri.....	238
Şekil 4.3:	Elastik ve İnelastik Talep Eğrileri.....	245
Şekil 4.4:	Artık Talep Eğrisinin Türetilmesi.....	251

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABAD	: Avrupa Birliği Adalet Divanı
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AR/GE	: Araştırma-Geliştirme
AT	: Avrupa Topluluğu
ATAD	: Avrupa Toplulukları Adalet Divanı
Birleşme Tebliği	: 1997/1 Sayılı Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Hakkında Tebliğ
Birleşme Tüzüğu	: 4064/89 Sayılı AB Birleşmeler Tüzüğu
Bkz.	: Bakınız
C.	: Cilt
CFI	: Court of First Instance (AB Bidayet Mahkemesi)
CMLR	: Common Market Law Reports
CR	: Concentration Ratio (Yoğunlaşma Oranı)
Çev.	: Çeviren
Der.	: Derleyen(ler)
DPT	: Devlet Planlama Teşkilatı
Duyuru	: Komisyon'un İlgili Pazara İlişkin Duyurusu(AB)
ECLR	: European Competition Law Review
ECR	: European Court Reports
ECU	: European Current of Account
Ed.	: Editor(s)
ELR	: European Law Reports
HHI	: Herfindahl-Hirschman Index
Kanun	: 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun

KİT	: Kamu İktisadi Teşebbüsü
KOBİ	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletme
md.	: Madde
MMC	: İngiltere Tekeller ve Birleşmeler Ofisi
No	: Numara
OECD	: Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü
OFT	: Office of Fair Trading (İngiltere)
OJ	: Official Journal
Par.	: Paragraf
RA	: Roma Antlaşması
R&D	: Research and Development
Rehber	: ABD Yatay Birleşmeler Rehberi
RG	: Resmi Gazete
RK	: Rekabet Kurulu
RKHK	: Rekabetin Korunması Hakkında Kanun
RKK	: Rekabet Kurulu Kararı
S	: Sayı
s.	: Sayfa
SBF	: Siyasal Bilgiler Fakültesi
ss.	: Sayfalar arası
TDK	: Türk Dil Kurumu
TL	: Türk Lirası
TODAİE	: Türkiye Orta Doğu Amme İdaresi Enstitüsü
Vol.	: Volume
vs.	: Vesaire
WTO	: World Trade Organization (Dünya Ticaret Örgütü)
YBR	: Yatay Birleşmeler Rehberi (ABD)
YDP	: Yapı Davranış Performans



TEZ HAKKINDA

Problem

Bu tezde cevaplandırılmaya çalışılan temel problemler, birbirini takip eder şekilde şöyle formüle edilebilirler: Ekonomi bilimi ile hukuk bilimi birbirlerinin teorilerini, varsayımlarını ve çıkarsamalarını kullanmalı mıdır? Rekabet hukukunun temel amacı ekonomik midir? Rekabet hukukunun amacı hedeflenen ekonomik sonuçlara ulaşmak ise, bunun yanında ekonomik olmayan başka amaçları da var mıdır ya da olmalı mıdır? Rekabet hukukunun amacı ekonomik ise, yani ekonomik etkinliği sağlamak yoluyla toplumsal refahı maksimize etmek ise, bu etkinlik sadece statik etkinlik midir yoksa dinamik etkinlik hedefini de kapsar mı? Tam rekabet modeli gerçek hayatta yaygın bir şekilde işleyebilir olsa idi rekabet hukukuna gerek kalırmıydı? Rekabet kuralları ve tek tek her bir rekabet vakası/davasası nedensellik çerçevesinde ekonomik analize tabi tutulmadan, rekabet hukukunun amaçladığı ekonomik sonuçlara ulaşmak mümkün müdür? Rekabet vakalarının ekonomik analizi yapılırken sağlıklı, doğru ve objektif sonuçlara ulaşabilmek için piyasa tanımı yapılırken ve firmaların piyasa gücü ölçülürken hangi iktisadi ve ekonometrik yöntemler kullanılmalıdır?

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı rekabet hukuku kuralları arkasındaki ekonomik teoriyi ortaya koymak ve rekabet vakalarında ilgili rekabet otoritelerince ekonomik analiz kullanılmaksızın rekabetten beklenen sonucun elde edilmesinin mümkün olup olmadığını tartışmaktır.

Araştırmanın Hipotezi

Bu araştırmanın temel hipotezi şudur: İktisat politikasının bir aracı olan rekabet hukukunun temel amacı, ekonomik etkinliği sağlamaktır ve her bir rekabet vakasına ilişkin olarak ekonomik analiz yapılmaksızın bu etkinlik amacına ulaşamaz.

Araştırmanın Varsayımları

Bu tez çalışmasında aşağıdaki varsayımlar esas alınmıştır:

1-Rekabet, piyasa ekonomisi çözümlerinin merkezi kavramıdır. 2- Rekabet piyasa ekonomisi sisteminde dinamik bir süreci ifade eder. 3- Tam rekabet modelinin gerçek hayatta uygulanma şansı yoktur. 4- Gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerde endüstriler oligopolistik yapıya sahiptirler. 5- Rekabet hukuku kuralları, iktisadi yasalara aykırı olarak düzenlenemez. 6- Rekabet hukuku kuralları, iktisadi teorilerin ve yasaların en iyi sonuçları üretmesi hedefine yönelik olarak oluşturulur. 7- Rekabete açık olmayan ve giderek rekabetten uzaklaşan piyasalar toplumsal refah kaybına neden olur. 8- Toplumsal refah, tüketici ve üretici artığından oluşur.

Araştırmanın Sınırlılıkları

Bu tez temelde ekonomik analizi hedeflediğinden, analize konu alanlar dışında hukuki tartışmalara girmekten kaçınılmıştır. Konunun doğası gereği işletme bilimi ve ekonometri disiplininden zaman zaman yararlanılmakla beraber, bu alanlara ilişkin açıklamalara yer verilmemiştir. Hipotez ve varsayımlar doğrultusunda, analizlerde piyasa ekonomisi sistemi çerçevesinde kalınmış, diğer ekonomik sistemler tartışmanın kapsamı dışında tutulmuştur. Teorik analizleri desteklemek üzere ABD, AB ve Türkiye rekabet otoritelerinin uygulamadaki kararlarının tümü değil, literatürde temel alınan ve konuyla ilişkili oldukları yönleriyle seçilerek incelenmiştir.

Araştırmanın Yöntemi

Tez çalışmasında öncelikle anahtar kavram olan rekabetin iktisat düşüncesindeki yeri ve önemi irdelenmiştir. Bu amaçla iktisadi düşünce tarihi genel olarak taranmış, bu süreçte rekabet kavramının geçirdiği evrim ve bu kavrama yüklenen anlamlar sıralanmıştır. Buradan hareketle ABD, AB ve Türkiye’de rekabet politikalarının ortaya çıkış nedenleri, bu politikalardaki temel amaçlar tarihsel süreç içinde vaka incelemeleri ile desteklenerek ortaya konulmuştur. Rekabet politikalarının somut hale dönüştüğü rekabet hukuku kuralları, ekonomik analize dayanak teşkil

ettikleri ölçüde yine genel olarak incelenmiştir. Rekabet kurallarının uygulaması açısından piyasa yapıları rekabete ilişkin yönleri ile incelenmiş ve özellikle oligopol sorunlarına yine vaka incelemeleri ile beraber yer verilmiştir. Rekabetin ölçülmesinde temel iki basamak olan piyasa tanımı (ilgili ürün piyasası ve ilgili coğrafi piyasa) ve piyasa gücü kavramları ekonomik bakış açısıyla tartışılarak, piyasanın tanımında ve firmaların piyasa gücünün ölçülmesinde (örneğin piyasa payı ve yoğunlaşma ölçümlerinde) kullanılan kantitatif teknikler anlatılmış, teorik anlatımları desteklemek üzere rekabet vakalarında bu tekniklerin nasıl kullanıldığı örnek davalar incelenerek ortaya konulmuştur. Tezin konusu, amacı ve hipotezine uygun olarak baştan sona ekonomi ve hukuk bağlantısı canlı tutulmuştur.





TEZ METNİ

GİRİŞ

Çağımızda “disiplinler arası disiplin” kavramı ön plana çıkmaya başlamıştır. Bu yaklaşım, farklı bilim disiplinlerinin birbirlerinin ilke, kural, teori ve modellerini birlikte kullanmalarını, uyumlulaştırmalarını ve her bir disiplinin elde ettiği sonuçları karşılaştırmalarını, hatta gerekirse ortak sonuçlara ulaşmayı hedefler.

Geniş anlamıyla hukuk, kişisel ilişkileri yaptırımlar aracılığıyla düzenleyen bilim olarak tanımlanabilir. Ekonomik etkinlikler, üretim aşamasından tüketim aşamasına kadar kişisel ilişkilerin bir bölümü olduğundan, hukuk bu ilişkileri de düzenlemek durumundadır. Ekonomi, insani ihtiyaçlara göre kaynakların sınırlı olduğu günümüz dünyasında, bir rasyonel tercih bilimidir.¹ Tercihler, üretim, mübadele ve tüketim davranışlarında ortaya çıkar. Pozitif iktisat bilimi, ekonomik etkinliklerin bu aşamalarını gözlemleyip inceleyerek, ekonomi biliminin temel yasalarını saptamaya çalışır. Yani “olanı” gözlemler ve saptar; bu açıdan edilgen bir konumdadır. Hukuk bilimi ise etkindir. Yani hukuk bilimi “olması gereken” davranışı belirlemesi nedeniyle aktiftir ve dolayısıyla normatif iktisat yaklaşımı ile uyumludur.

Hukuk, ekonomik etkinliklerin yasalarını saptamakla ilgilenmez, ancak bu etkinlikleri (davranışları), bir yaptırım altında düzenleme amacı güder. Ancak düzenleme yapacağınız davranışların doğasını iyi bilmek, düzenleme ile amaçladığınızı sonuca en iyi ve etkili şekilde ulaşmayı sağlar. İmregün’ün benzetimi ile, ekonomik etkinlikler bir nehre benzer: Bu nehrin kaynağından denize dökülmesine kadar doğal yatağını, suyun azaldığı-çoğaldığı noktaları ve taşıdığı dönemleri saptamak, ekonomi biliminin görevidir. Bu nehri daha yararlı hale getirmek için gerekli önlemleri almak, örneğin yatağının arınması veya genişletilmesi, üzerinde barajlar yapılarak enerji üretimi ve sulama olanağı sağlanması ise, hukuk biliminin görevidir. Ancak nasıl bir nehir düzenlenirken, onun doğasına aykırı işlemler yapılamaz, örneğin akışı ters yöne

¹ G.S. BECKER, “Nobel Lecture: The Economic Way of Looking at Behavior”, *Journal of Political Economy*, Vol.: 101, 1993, s. 395.

çevrilemezse, hukuk bilimi de ekonomik yasaları yadsıyamaz. Hukuk, ekonomik yasaları tersine çevirmeye değil, ancak belirli ve uygun bir sınır içinde düzenlemeye ve sakıncalarını azaltmaya uğraşır.²

Hukuk ve ekonomi bilimleri arasında teorik arka planda bu kadar yakın bir ilişki olmasına karşın, gerçek hayatta bu iki disiplin birbirinden kopuk ya da yeterince işbirliği içinde değildir. İşte rekabet hukuku, günümüzde bu iki disiplinin en popüler ve üzerinde en fazla çalışma ve uygulama yapılan harmoni alanıdır. Aslında rekabet hukuku “ikinci en iyi” varsayımının tipik bir örneğidir. Çünkü birinci en iyinin sağlanabilmesi için güç asimetrisine dayanmayan sistemlerin oluşturulması gerekir. İktisadi alanda tam rekabet modeli güç asimetrisine yer vermeyen bir sistemdir. Ancak bu model gerçek hayatta neredeyse hiç uygulanamaz. Bu nedenle tam rekabet koşullarının sağlanamadığı durumlarda rekabet yasaları aracılığıyla güç asimetrisinin kötüye kullanılmasının engellenmesine yoluna gidilmektedir.³ Bu demektir ki, tam rekabet koşulları gerçek hayatta var ve yaygın olabilse idi, rekabet hukukuna gerek kalmayacaktı.

Hukuk bilimi ile ekonomi bilimi arasındaki ilişkiler aslında, iki disiplinin etkileşimini konu alır. Bu ilişkilerin incelenmesi yeni değildir. 18. Yüzyılda Fransız fizyokratlarından Nicolas Baudeau kitabında ekonomik mevzuattan (*législation économique*) söz etmiş ve doğal hukuka dayalı, tek, değişmez, evrensel ekonomik yasa görüşünü ortaya atmıştır.⁴ Daha sonraları “ekonomi hukuku” ya da “hukuk ekonomisi” kavramları ortaya atılmış ve tartışılmıştır.⁵ “Hukuk ve ekonomi” akımı ise 19. Yüzyılın sonlarında ortaya çıkmaya başlamıştır.

² O. İMREGÜN, *Kara Ticareti Hukuku Dersleri*, Dokuzuncu Bası, İstanbul, Gür-ay Matbaası, 1991, s. 3.

³ E. TÜRKKAN, *İkinci En İyi*, Ankara, Liberte Yayınları, 2001, s. 70.

⁴ A. JASQUEMIN ve G. SCHRANS, *le Droit Economique*, Paris, Press Universitaires de France, 1970, s. 5-6.

⁵ S.K. MİMAROĞLU, “Ekonomi Hukuku, Ticaret Hukuku ve İşletme Hukuku Kavramlarında Yeni Gelişmeler”, *Prof.Dr. Kemal Fikret Arık’a Armağan*, Ankara, Ankara Üniversitesi SBF ve TODAİE Yayını, 1973, s.246.

Tarihçesine baktığımız zaman “law and economics” yani, hukuk ve ekonomi akımını herkes Amerikan kökenli zanneder. Aslında bu dal “Adam Smith”e kadar uzanır. Adam Smith “The Wealth of Nations” kitabında, insanların davranışlarını anlamak için birbirleri arasındaki amaç ve sonuç ilişkisine bakmak gerekir der. Dolayısıyla, bir insanın suç işlediğini, işlemediğini veya hukukî bir ihlal yapıp yapmadığını anlamak için mutlaka ekonomik davranışla, rasyonel davranışına bakmak gerekir.⁶

19’uncu yüzyılın sonlarında ABD’de Holmes ve bazı diğer ekonomistler ile hukukçular ekonominin gerekliliğine ve ekonomik analizin hukukta kullanımına ilişkin birtakım felsefi çalışmalar yapmışlardır.⁷ 1940’larda Amerika’da tekrar buna benzer bir akım başlamıştır. Coase ve O’nun temsil ettiği ekol, ekonominin hukukta kullanımını irdelemeye başlamıştır.

1950’lerde Bain’nin çalışmaları ve konsantrasyonun, yani yoğunlaşmanın ekonomi üzerindeki etkileri ve dolayısıyla rekabetin ve rekabet politikalarının öneminin artmasıyla ABD’de rekabet ekonomisi veya ekonominin hukukta kullanımı gitgide daha çok önem kazanmıştır. 1950 ve 60’larda Bain ekolünün söylediği, özetle “konsantrasyon kötüdür”. Bain bunu ispatlamak için, ABD’deki endüstri istatistiklerine bakmış ve görmüştür ki, konsantrasyonun yüksek olduğu endüstrilerde kâr marjları çok yüksektir. Buna bağlı olarak şu sonuca varmıştır: Konsantrasyon olan endüstrilerde haksız bir rekabet söz konusudur, fazla kâr edilmektedir, dolayısıyla konsantrasyon ekonomik açıdan istenmeyen bir sonuçtur.⁸

1970’lerde Chicago ekolü, karşıt olarak bu şirketlerin verimli davranarak çok para kazandıklarını, bu durumun onların konsantrasyonlarından değil, daha iyi

⁶ E. SİREL, “Rekabet Hukuku Uygulamalarında Ekonomik Analiz”, **Rekabet Kurumu Perşemde Konferansları**, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, Nisan 2001, s. 30-32.

⁷ O.W. HOLMES, “The Path of the Law”, **Harvard Law Review**, Vol.: 10, 1897, s. 457-469.

⁸ SİREL, a.g.e., s. 32.

çalışmalarından ve verimliliklerinin daha yüksek olmasından kaynaklandığı görüşünü ileri sürmüştür.⁹

Asıl gelişim, 1960'larda ABD'de önde gelen bazı ekonomistlerin halihazırdaki rekabet hukuku politikalarını iktisadi analizlerden yoksun olması sebebiyle eleştirmeleriyle ortaya çıkmıştır. Mevcut rekabet hukuku politikası entellektüel zayıflık temelinde eleştirilmiş ve kamuoyunda güçlü ekonomik teorilerle birleştirilmiş kamu politikasına ihtiyaç olduğu kanısı güçlenmiştir. Hukuk ve iktisat (Law&Economics) hareketi bu sebeple 60 ve 70'lerde güçlü bir ivme kazanarak, ekonomik teorinin rekabet hukuku kararlarında daha fazla yer edinmesini sağlamıştır.¹⁰

“Hukuk ve ekonomi” akımının kurucularından olan Calabresi, 1970 yılında hukukun ekonomik analizi yaklaşımını ilk defa ortaya attığı eseriyle¹¹ ABD'deki haksız fiil hukuku uygulamalarında ekonomik analiz yoluyla iktisadi etkinliği sağlayacak bir sistemin kurulmasına yol açmış ve Douglas Melamed ile beraber, hukuk ve ekonomi akımının Yale Görüşü kanadını kurmuştur.

Özetle, ekonominin hukukta kullanımı giderek artmaktadır. Başta rekabet hukuku olmak üzere, ticaret hukukunda, patent ve lisans hukukunda, iş hukukunda, hatta son zamanlarda artık medeni hukukta, örneğin boşanmalarda bile ekonomik analizler kullanılmaya başlanmıştır. Dolayısıyla, ekonomistlerin hukuk alanında çalışması, kullanımı gitgide artmaktadır.¹² Posner “Hukukun Ekonomik Analizi” isimli eserinde, ekonominin, çok geniş hukuksal problemlerin analizinde güçlü bir araç olduğunu fakat çoğu hukukçunun ve hukuk öğrencilerinin hukuksal sorunlara

⁹ SİREL, a.g.e., s. 32.

¹⁰ J.S. THOMPSON, *Empirical Methods in Antitrust Economics: A Survey and New Techniques*, Auburn University, (Yayımlanmamış Doktora Tezi), 1998, s. 2.

¹¹ G. CALABRESI, *The Cost of Accidents: A Legal and Economic Analysis*, Yale University Press, 1970.

¹² SİREL, a.g.e., s. 32.

yoğunlaşırken bunların ekonomik ilkelerle bağlantısını kurmakta zorlandığını ve bu inançla kitabını yazdığını ifade etmektedir.¹³

Bir rekabet davasında hukukçular, davanın hukukî tarafına bakarlar. Yani, yasal bir ihlal olup olmadığına, kanun, tüzük ve yönetmelik gibi yasal düzenlemelere karşı bir ihlalin yapılıp yapılmadığına bakarlar. Ancak, bu ihlalin derecesi veya etkisinin ne olduğu veya potansiyel etkisinin ne olacağına ekonomistler bakar. Çünkü, sonuç olarak bir hukukçunun piyasa dengelerini, piyasanın strüktürünü, piyasa içindeki fiyatları ve fiyatların etkisini bilmesi beklenemez. Dolayısıyla bunun analizini yapmayı ekonomistlere bırakmak gerekmektedir.

Örneğin ABD rekabet hukukuna baktığımızda, dikey anlaşmalar “per se illegal” değildir. Yani, kendiliğinden yasa dışı değildir. “Rule of reason” dediğimiz her davanın kendine özgü analizine bakılır. Bir fiyat sabitlemesi (price fixing) kesin olarak illegaldir, ama diğer hemen hemen tüm dikey anlaşmalarda her davanın kendi analizi yapılır ve dolayısıyla da ekonomik analizin önemi çok büyüktür.

Avrupa Birliği’ ne baktığımızda, 1989’da çıkarılan 1990’da uygulamaya konulan “merger regulation”, yani birleşmeler tüzüğüyle, ekonomik analizin rekabet hukuku davalarında kullanımı artmaya başlamıştır. Ancak o zamana kadar Avrupa Birliği’nde analizler daha çok hukuk ağırlıklıydı. Ta ki “merger regulation” ve “merger task force”la beraber yani birleşme yönetmeliğiyle birlikte ekonominin ağırlığı artmıştır. 1997’deki piyasa tanımı yönetmeliğiyle de, ekonomik analizlerin mutlaka kullanılması gerektiği iyice vurgulanmıştır.¹⁴

Bu çalışmanın amacı, rekabet hukuku alanında ekonomik analizin rolü ve önemini vurgulayarak, ilgili rekabet otoritelerinin ve mahkemelerin kararlarını ekonomik bakış açısıyla irdelleyip ABD, AB ve Türkiye’deki uygulamalarını incelemektir.

¹³ R.A. POSNER, *Economic Analysis of Law*, USA, Aspen Law&Business, A Division of Aspen Publishers Inc., (Tarihsiz), s. 3.

¹⁴ SİREL, a.g.e., s. 32.

Konuyu tam bir bütünlük içinde ele almak ve belli bir mantık örgüsüne kavuşturmak amacıyla birinci bölümde, rekabetin iktisadi düşünce içindeki teorik konumu, piyasa ekonomisi sistemi içindeki felsefesi incelenmiştir. Rekabetin fonksiyonları ve ekonomik yararlarına bu bölümde değinilmiştir. Yine ekonomi politikasının bir aracı olarak rekabet politikası ve onun arkasındaki ekonomik teori ABD, AB ve Türkiye açısından tarihsel bir perspektif içerisinde incelenmiştir.

İkinci bölümde rekabet politikasının yasal düzenlemeler aracılığı ile daha somut bir biçim aldığı rekabet hukuku ve rekabet hukuku uygulamaları genel olarak gözden geçirilmiştir. Rekabet hukuku kuralları açıklanırken bu kuralların uygulamalarına ilgili otoritelerin kararları incelenerek yer verilmiştir.

Üçüncü bölüm, piyasa yapılarının (market structure) analizine ayrılmış ve rekabet uygulamaları açısından her bir piyasa türü ayrı ayrı incelenmiştir. Ancak diğer piyasa türlerine göre oligopol, hem daha kompleks olması hem de rekabet hukukunun en fazla ilişkili olduğu bir model olması nedeniyle geniş bir ekonomik analize tabi tutulmuştur. Oligopolistik sorunların daha derin bir kavrayışını sağlamak amacıyla, bu bölümde örnek kararlar incelenmiştir.

Dördüncü bölüm, piyasa tanımı ve piyasa gücünün ölçülmesini kapsayan rekabetin ekonomik analizine ve bu analizde kullanılan kantitatif tekniklere ayrılmıştır. Kantitatif tekniklerin nelerden ibaret olduğu ve bu tekniklerin kullanılması yoluyla, rekabetin ölçülmesinde sağlanan kesinliğin ve güvenilirliğin önemi örnek kararlar incelenmek suretiyle ortaya konulmaya çalışılmıştır.



BİRİNCİ BÖLÜM

REKABETİN TEORİK TEMELİ, PİYASA SİSTEMİ VE REKABET POLİTİKASI

Günümüzde gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin büyük bir kısmı, etkin kaynak dağılımının ancak piyasa mekanizması aracılığı ile sağlanabileceğine inanmaktadır. Piyasa mekanizmasının kalbi ise rekabettir. Bundan dolayı bu çalışmada, temelini rekabet kavramının oluşturduğu piyasa ekonomisi, rekabet boyutuyla irdelenecektir. Ayrıca piyasa mekanizmasının toplumsal refahın maksimizasyonunda en iyi kurumsal çerçeve olması görüşünden hareketle, tercih edilme sebebini ve çalışmanın ilerleyen başlıklarında ele alacağımız rekabet politikasının daha iyi anlaşılması için rekabetin tarihsel serüvenini ve teorik alt yapısını incelemek gerekmektedir. İlk olarak rekabetin sözcük anlamını inceledikten sonra, kavramsal boyutu üzerinde durulacaktır. Rekabetin felsefesine yine iktisatçıların görüşlerine başvurmak suretiyle kısaca değinip, iktisat literatüründe ve *rekabet hukuku ekonomisi*¹⁵nde rekabet kavramının yeri tartışılacaktır. Rekabet politikasına geçmeden önce rekabetin fonksiyonları ve rekabetin ekonomik etkileri kısaca açıklanacaktır. Rekabet politikası başlığı altında, özellikle ABD ve AB rekabet politikalarının karşılaştırmalı ve ampirik ekonomik analizi yapılacaktır.

1.1. REKABET KAVRAMI VE REKABET TEORİSİ

Rekabete sözcük anlamından başlayarak, rekabet kavramını iktisadi düşünce tarihi ışığında analiz etmek, ilerleyen başlıklardaki rekabet politikası, rekabet hukuku ve piyasa yapısı analizlerini belirli bir mantık örgüsü içinde daha anlamlı hale getirecektir.

¹⁵ *Rekabet Hukuku Ekonomisi* yeni bir kavram denemesidir. ABD rekabet literatüründe “antitröst politika” veya “rekabet iktisadi” kavramları rekabetin ekonomik yönüne ağırlık verirken, rekabetin hukuksal tarafı vurgulanmak istendiğinde “antitröst hukuku” kavramı tercih edilmektedir. AB’de ise çoğunlukla “economics of competition law” kavramı kullanılarak, burada bizim vurgulamak istediğimiz rekabet hukukunun ekonomik yönü kastedilmektedir. Türk rekabet literatüründe Avrupa Birliği’ndekine benzer *rekabet hukuku ekonomisi* gibi bir kavram henüz yerleşmemiş olmakla beraber, seyrek olarak kullanılan “rekabet iktisadi” kavramı hemen hemen bu anlamı ifade etmektedir.

1.1.1. Rekabet Sözcüğü ve Rekabet Kavramı

Günlük dilde “yarışma” anlamındaki rekabet sözcüğü, doğal olarak hangi bilim dalına ilişkin olarak kullanılıyorsa, o alanın genel nosyonlarına uygunluk sağlayacaktır. Sözlükte, “aynı amacı güden kimseler arasındaki çekişme, yarışma ve yarış” şeklinde tanımlanır.¹⁶ Rekabet karşılığında İngilizce’de “competition”, “rivalry”, “emulation” ve “contest” sözcükleri kullanılıyor olsa da ekonomi ve hukuk bilimleri literatüründe çoğunlukla “competition” kelimesi yerleşmiştir. İngilizce’deki “competition” kelimesinin karşılığı Fransızca’da “concurrence” olarak geçer.¹⁷ Genel anlamda rekabet kelimesi, “aynı ya da farklı türden canlılar arasında sınırlı kaynakları kullanma zorunluluğunun yarattığı [sahip olma ya da yarışma] ilişkisi”¹⁸ şeklinde tanımlanır. Ekonomi bilimi açısından “bir piyasada satıcıların, birbirleri aleyhine daha fazla müşteri çekerek mal ve hizmet satışlarını, dolayısıyla karlarını artırmak için, aralarında giriştikleri yarış”¹⁹ diye ifade edilmektedir. Görüldüğü üzere sözcük anlamı itibariyle rekabet irdelendiğinde genellikle “yarış” veya yarışma kelimeleri neredeyse genel kabul görmüş gibi gözükmektedir. Bir yarış söz konusu olduğuna göre, bunun en az iki tarafı olmalıdır. Burada bizi daha fazla ilgilendiren ise rekabetin kavramsal yönüdür. Buna geçmeden önce sözcük anlamına ilişkin bir tanımı da şu şekilde verebiliriz: Rekabet, “benzerlerinden daha çok satmak ve daha çok kar etmek için bir yarışma”²⁰ dır.²⁰

Klasik rekabet görüşü, her aksiyonun eşit ve karşıt bir reaksiyonu olduğunu ifade eden Newton fiziğinin temel kanununa paralel bir düşünce üzerine temellendirilir. Klasik rekabet anlayışında “senin kaybın, benim kazancımdır” varsayımı hâkimdir.²¹

¹⁶ Türkçe Sözlük, TDK. C.II, Ankara 1988, s. 1219.

¹⁷ P. TUĞLACI, İngilizce-Türkçe Ekonomi ve Hukuk Terimleri Sözlüğü, Güncelleştirilmiş 4. Baskı, İstanbul, Remzi Kitabevi, 2002, s. 114.

¹⁸ ANA BRITANNICA, C. XXVI, İstanbul, 1993, s. 197.

¹⁹ H. SEYİDOĞLU, Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük, 2. Baskı, İstanbul, Güzem Can Yayınları, 1999, s. 500.

²⁰ O. HANÇERLİOĞLU, Ekonomi Sözlüğü, İstanbul, Remzi Kitabevi, 1972, s. 251.

²¹ A. MILLER and G.G. DESS, Strategic Management, Second Edition, U.S.A., McGraw-Hill, 1996, s. 75.

Ancak klasik görüşe, firmaların diğer firmalarla etkileşim halinde bulduklarını ifade eden yeni teoriler sayesinde daha pozitif bir anlam kazandırılmaktadır.

Burada rekabet kavramının temel algılanış biçimleri üzerinde kısaca durarak farklı tanımları ortaya koyduktan sonra bu kavramı berraklaştırmak yararlı olacaktır. Örneğin, Hayek'e göre rekabet bir durum değil, bir faaliyettir. Asıl olarak, bireylerin piyasa düzeninde sahip oldukları çeşitli zevk ve tercihlerin ve bu taleplerin mümkün olan en düşük maliyetle karşılanmasını olası kılacak değişik girdi bileşenlerinin keşfine imkân sağlayan bir süreçtir. Çünkü ekonomik hayatın gerçekleri daima değişmektedir. Böyle olunca muhtelif piyasa yapılarında rekabetçi sürecin önerdiği çözümler de değişebilecektir.²²

Hayek'e göre piyasa sürecinin iki temel unsuru vardır; bunlardan birincisi fiyat sistemi diğeri ise rekabettir. Rekabet ise bir süreçtir ve bu tanımıyla iktisatta bilinen tam rekabet veya aksak rekabet gibi modellerden başka bir felsefeyi ifade etmektedir.²³ Rekabet süreci kavramı ile ilgili olarak ileride açıklama yapılacaktır.

Özellikle rekabet hukuku ve rekabet iktisadı açısından daha verimli olabilecek bir rekabet tanımı ise şu şekilde yapılabilir: Rekabet, toplumun kıt kaynaklarının, toplam ekonomik refahın maksimize edilmesinde mümkün olduğunca etkili bir şekilde kullanımının sağlanabildiği, piyasa güçleri tarafından serbest bir şekilde işletilen bir süreçtir. Bu formülasyon bize, rekabet edenleri korumaksızın rekabetin kendisini nasıl koruyabileceğimiz çelişkisini çözmek konusunda da yardım eder. Rekabet edenlerin hükümet tarafından himaye görmediği bir durumda rekabet çok şiddetlidir. Bu koşullar altında firmalar, hem başarısızlık korkusuyla hem de başarı ümidiyle motive olup sıkı çaba sarf etmek durumunda kalırlar.²⁴

Rekabet, nisbeten adil bir yarışma ortamında, birden çok benzer konumdaki katılımcının, yarışma kurallarına bağlı kalarak, eş anlı hareket ederek kıt bir şeyi veya

²² E. BUTLER, Hayek, (Çev. Y. Z. Çelikkaya), Ankara, Liberal Düşünce Topluluğu, 1996, s. 67.

²³ a.g.e., s. 68.

²⁴ W. J. KOLASKY, "What is Competition?", Seminar on Convergence Sponsored by the Netherlands Ministry of Economic Affairs, The Hague, Netherlands, October 28, 2002, s. 3.

istenilir bir konumu kazanmak amacıyla, yaptıkları çabalar olarak tanımlanabilir.²⁵ Bu tanım daha çok, rekabete ilişkin stratejik bir bakış açısını yansıtmaktadır.

Adam Smith, Milletlerin Zenginliği isimli büyük yapıtına, serbest piyasa kapitalizmi yoluyla zenginlik ve refahın nasıl yaratılacağına ilişkin bir tartışmayla başlar ve kendi kendini düzenleyen sistemin üç özelliğinin altını çizer: özgürlük, kişisel çıkar, mal ve hizmetlerin üretim ve mübadelesinde yarışma hakkını ifade eden rekabet.²⁶ Smith'in bu rekabet yaklaşımı daha yalındır.

Rekabet hiç kuşkusuz ekonomi, hukuk, işletme gibi değişik disiplinler açısından farklı tanımlanabilecektir. Ancak burada bizi daha çok ilgilendiren rekabetin ekonomi bilimi yönünden nasıl tanımlandığıdır. Bu yönüyle bakıldığında rekabet, “piyasa ekonomilerinde kar, satış miktarı ve piyasa payı gibi belirli iktisadi hedeflere ulaşmak amacıyla ekonomik birimler arasında ortaya çıkan bir yarış ve karşıtlık şeklindeki ilişkiler süreci olarak da” tanımlanabilir.²⁷ Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un genel gerekçesinde de rekabet buna benzer şekilde tanımlanmıştır.

Yukarıda verdiğimiz tanımları artırmak mümkündür. Ancak gerek rekabet, gerekse her hangi bir kavramın belli kalıp ifadelerle tanımlanmasının o kavramın anlaşılması için yeterli olabileceğini söylemek zordur. Tanımdan daha çok ilgili kavramın içeriği, felsefesi ve unsurlarının tesbit edilmesi, o kavrama ilişkin analizleri daha sağlıklı kılacaktır.

1.1.2. Rekabetin Felsefesi

Rekabeti iktisadın merkezine yerleştiren iktisatçı olarak bilinen Smith, eserlerinde –çoğu yerde rekabet kavramını anmaksızın- rekabetin felsefesini örmüştür.

²⁵ E. TÜRKKAN, *Rekabet Teorisi ve Endüstri İktisadı*, Ankara, Turhan Kitabevi, 2001, s. 69.

²⁶ M. SKOUSEN, *Modern İktisadın İnşası*, (Çev. M. Acar- E. Erdem- M. Toprak), Ankara, Liberte Yayınları, 2003, s. 22.

²⁷ E. BADUR, *Türk Rekabet Hukukunda Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşmalar*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2001, s. 5.

Adam Smith'in temsil ettiği felsefe, kendi kendini düzenleyen doğal özgürlük ve rekabet sistemidir.²⁸

George Stigler, Smith'in rekabetçi serbest girişim modelini "tüm iktisattaki en önemli önerme" olarak niteler ve der ki, "Smith'in son derece önemli bir başarısı, rekabet koşulları altında kendi kişisel çıkarları peşinde koşan bireylerin davranışlarının sistematik analizini iktisadın merkezine yerleştirmesidir."²⁹

Kaynakların kıt, ihtiyaçların sınırsız olduğu bir ortamda rekabet kaçınılmazdır. Kurumlar, kaynakların artırılmasını uyarıp sınırsız talepleri dizginleyecek bir takım araçlar sağlamalıdır. Bu araçların en teşvik edicisi rekabettir. Ayrıca mülkiyet hakları ve piyasa fiyat sistemi bu amacı gerçekleştirecek uygun teşvik araçlarını sağlar; özel mülkiyeti ve fiyatları yasaklayan sosyalist sistemler bunu yapamaz. Anlamı güzel, ama ekonomik olmayan "herkesten yeteneğine göre, herkese ihtiyacına göre" ilkesini benimsemiş olan sosyalist toplumlar, aslında toplum açısından aşırı yüksek bir vergi sistemi benimsemiş durumdadırlar. Bu tür bir yük altında başarılı, iyimser bir ütopya toplumunu yaşatmak zordur. Ütopya'da Thomas More şu sakıncalar konusunda uarmıştır: "Bir komünist sistemde hiçbir zaman makul bir yaşam standardının tutturulabileceğine inanmıyorum. Her zaman kıtlık eğilimi olacaktır, zira hiç kimse yeterince sıkı çalışmak istemez. Bir kar dürtüsünün yokluğunda, herkes tembelleşir ve yapılacak işi kendisinin yerine yapması için bir başkasına dayanmaya çalışır."³⁰

Marshall, sermaye ve sermayedarlar olmaksızın insanların vahşileşeceği ve var oluşun kendisinin tehdit altına gireceği konusunda uyarıda bulunmuş, bu nedenle rekabetin, özel sermayenin ve serbest ticaretin gerekliliğini vurgulamıştır.³¹

Formel iktisat teorisinin temellerinden birisi, adını Walras'tan alan Walrasgil genel denge modelidir.³² Ancak genel denge teorisi ekonomik dünyaya gerçek

²⁸ SKOUSEN, a.g.e., s. 1.

²⁹ G. STIGLER, "The Successes and Failures of Professor Smith", *Journal of Political Economy*, Volume 88, No: 6, December, 1976, s.1201. (1199-1214)

³⁰ SKOUSEN, a.g.e., s. 142.

³¹ SKOUSEN, a.g.e., s. 232.

dışı bakışından dolayı giderek artan eleştirilere uğramıştır. Bu teorinin en büyük eksikliği, rekabetin nasıl işlediğini gösteren süreçten ve rekabetin kendisinden ziyade, nihai sonucuna odaklanmasıdır. Bu tür statik modelleme, merkezi plancıların, fiyatların hesaplanabildiği ve sosyalizmin çalışır kılınabildiği yönündeki düşünceye yönelmelerine neden olmuştur. Bu eksikliği gidermenin yolu olarak Blawg, tam rekabet modelinin, genel dengenin ve refah iktisadının Mises, Hayek ve Kinzer'in temsil ettiği Neo- Avusturyacı ekolün benimsediği piyasa süreçleri modeli ile ikame edilmesini önerir.

İktisadi düşünceyi ve rekabet kavramını Sosyal Darwinizm de etkilemiştir. Spencer'den sonra Sumner de rekabeti “doğa kanunu” olarak görmüş ve evrim kanunları ile özünde uyumlu olan kapitalizmi kısıtlayıcı bağlardan kurtardığını söylemiştir. Buna paralel olarak “milyonerlerin doğal ayıklanmanın ürünü” olduklarını ilan etmiştir. Yine Carnegie bireycilik, özel mülkiyet, rekabet ve birikmiş servet kanunlarının beşeri tecrübenin en yüksek sonucu olduğunu 1890'da yazmıştır. Rockefeller, “geniş işletmelerin büyümesi, en iyi uyum sağlayanların hayatta kalmasından başka bir şey değildir. Bu bir doğa kanunu ve bir Tanrı kanunudur” demiştir.³³

Ücret teorisine “rekabetçi dağılım kanunu” ile katkı sağlayan Clark, rekabetçi koşullar altında her bir üretim faktörüne (toprak, emek ve sermaye) hasılanın toplam gelirin yaptığı “katma değer” veya o girdinin marjinal ürününe göre ödeme yapılacağını söyler. Clark kendisinin rekabetçi bölüşüm teorisini bir doğal kanun olarak niteler. Clark'a göre serbest rekabet, iş gücüne “emeği ne ürettiyse”, sermayedarlara “sermaye ne ürettiyse” ve girişimcilere de “koordinasyon fonksiyonu ne ürettiyse” onu verme eğilimindedir.³⁴

Mikro seviyede klasik rekabet modeline, “Tekelci Rekabet Teorisi” kitabı ile Chamberlin³⁵, “Aksak Rekabet Ekonomisi” kitabı ile de Robinson karşı çıkmışlardır.

³² V.F. SAVAŞ, *İktisatın Tarihi*, İstanbul, Liberal Düşünce Topluluğu Yayınları, 1997, s. 554.

³³ SKOUSEN, a.g.e., s. 236.

³⁴ SKOUSEN, a.g.e., s. 257.

³⁵ SAVAŞ, a.g.e., 1997, s. 671.

Her iki iktisatçı da, piyasalarda saf rekabetten saf tekele kadar çeşitli rekabet seviyelerinin bulunduğunu ve çoğu piyasa koşullarının aksak olduğunu ve çeşitli düzeylerde tekel gücü içerdiğini savunan fikirlerini ortaya koymuşlardır. Chamberlin ve Robinson'ın eksik rekabet teorisi, iktisat bilimini etkisi altına almış ve o zamandan beri mikro ekonominin ayrılmaz bir parçası olmuştur. Aslında bu teorelin güçlü politik yansıması şu olmuştur: “Bırakınız yapsınlar” (laissez faire) eksiktir ve kapitalizmde rekabet şartlarını garanti edemez. Bu nedenle devlet şirketlerin doğal tekelci eğilimlerini azaltmak için kontroller ve antitröst politikalar aracılığı ile ekonomiye müdahale etmelidir.³⁶

Deneysel iktisat düşüncesinin önde gelen isimlerinden V. L. Smith, rekabetçi fiyatlamaya ilişkin öğrencileri ile deneyler yapmıştır. Deneylerinde, nihai fiyatı belirlemek için öğrencilerinden, her birinin bir ürün için fiyat teklifi vermesini ister. Öğrencilerin yarısı satıcı, yarısı alıcı konumundadır ve her biri minimum fiyat önerisinde bulunur. Deney sürecinde öğrenciler standart rekabet modeline benzer bir arz ve talep eğrisi oluşturmuşlardır. Ortaya çıkan sonuçlar, şaşırtıcı bir şekilde “eksik rekabet” modelinin bir uygulaması görünümündedir. Eksik rekabet modelinde az sayıda satıcının fiyatları yükseltmek ve üretimi düşürmek suretiyle, eksik rekabet ortamı yarattığı ileri sürülür. Dolayısıyla bu model, devletin büyük işletmeleri bölme ve endüstride daha fazla rekabetçi bir ortam yaratma yönündeki antitröst uygulamalarını destekler. Deneyin devamında alıcı ve satıcıların sayısı birkaç taneye indirildiğinde, nihai fiyat çok sayıdaki alıcı ve satıcının olduğu durumdaki rekabetçi fiyatla aşağı-yukarı aynı düzeydedir. V.L. Smith'e göre bunun anlamı, bir endüstrideki firma sayısının birkaç büyük şirketle sınırlandırılmasının rekabeti azaltmayabileceğidir.³⁷

Rekabet, endüstriyel verimlilik artışının temelini oluşturan yenilikçi gelişmelerin kaynağıdır. Bu niteliği ile israfçı harcamaları azaltarak üretimi, maliyetini düşüremeyenlerden alır, düşük maliyetle gerçekleştirenlere teslim eder.³⁸

³⁶ SKOUSEN, a.g.e., s. 360-361; SAVAŞ, a.g.e., 1997, s. 678.

³⁷ V. L. SMITH, “Experimental Methods in Economics”, *The New Palgrave: A Dictionary in Economics*, Vol. 2, London, Macmillan, 1987, s. 241-246.

³⁸ C. WILCOX, *Competition and Monopoly in American Industry*, Washington DC, US Government Printing Office, 1940, s. 1.

Piyasaya giriş ve çıkışların serbestleştirilmesi ile birlikte, alternatif satıcılar arasında rekabet ortamı doğar. Rekabet, küçük olduğu kadar büyük çaplı firmalar arasında da olabilir. Firmalar, yerel, bölgesel, ulusal hatta uluslararası piyasalarda rekabet ederler. Rekabet, piyasa ekonomisinin dinamosudur. Rekabet üreticileri, daha verimli çalışmaya ve tüketicilerin tercihlerine uymaya zorlar, verimsiz firmaları piyasadan çıkmaya zorlar. Tüketicilere istedikleri fiyat ve kalitede mal sağlayamayan firmalar zarar ederek piyasadan ayıklanırlar. Rekabet mücadelesinde ürünün kalitesi, biçimi, satışa arz edildiği yerin uygunluğu, reklamı, fiyatı, satış sonrası servisi gibi unsurların önemi büyüktür. Burada önemli olan nokta, tüketicilere hiç olmazsa başkaları kadar değer sunabilmektedir. Örneğin Mc Donalds, General Motors veya başka bir firmanın faaliyetlerini keyfi biçimde gerçekleştirmesini, kalitesiz mal ve hizmet üretmesini engelleyen şey rekabettir. Mc Donalds, ürettiği sandviçleri güler yüzlü personelle ve cazip bir fiyatla sunmadığı takdirde, müşterilerinin Burger King, Wendy's gibi rakip firmalara kayacağını çok iyi bilir.³⁹

Rekabetin, firmaları sürekli olarak mallarının kalitesini yükseltmeye ve daha düşük maliyetli üretim metotlarını keşfetmeye yönlendirme işlevi de vardır. Hiç kimse gelecekte tüketicilerin hangi malları tercih edeceğini veya hangi üretim tekniklerinin parça başına maliyeti en düşük seviyeye indirebileceğini önceden kesin olarak bilemez. İşte rekabet olgusu, bu bilinmezleri bulmaya yardım eden bir süreçtir. Müteşebbis yeni bir ürünü veya üretim yöntemini özgürce ortaya atar. Beklediği tek şey, mali yatırımcıların sahip olduğu fonlarla kendisini desteklemesidir. Piyasa ekonomilerinde müteşebbisler yenilikçi hamlelerde bulunurken, ne merkezi bir planlama otoritesinin, ne de parlamento çoğunluğunun onayını almak zorundadır. Tüketiciler müteşebbislerin ortaya attığı yenilikleri yargılayan nihai yargı makamı ve halk jürisidir. Yeni üretimi beğendikleri takdirde tüketiciler, kanaatlerini, üretilen her birime maliyetinden daha yüksek bir fiyat ödemeyi kabul ederek gösterirler. Buna karşılık, tüketici jürisinin ödemeye hazır olduğu fiyat parça başına maliyetten daha düşükse firma için kaçınılmaz sonuç piyasadan çekilmektir.⁴⁰

³⁹ J. D. GWARTNEY, R. L. STROUP, *Temel Ekonomi*, (Çev. Y. Arsan), Ankara, Liberte Yayınları, 1999, s. 48.

⁴⁰ GWARTNEY ve STROUP, *a.g.e.*, s. 49.

Piyasada yaşama şansı bulan ve yaşamayı sürdürmek isteyen müteşebbisler rekabet ortamında sürekli şekilde yenilikler yaparak maliyetlerini ürettikleri mal veya hizmetin satış fiyatının altında tutmaya gayret etmek zorundadır. Çünkü bu günün rekabetçi piyasasında, başarılı sınav vermiş bir ürünün yarın da aynı başarıyı sürdürmesi için bir güvence söz konusu değildir. Bu yüzden denilebilir ki, piyasa ekonomilerinde rekabet, firmaları, tüketicilerin beğenisini kazanmak için hem kalite, hem de düşük maliyet yarışına sokarak, gerekli disiplini kendiliğinden sağlayan en büyük güçtür.

Rekabet, üretilen mal ve hizmetlerin birim maliyetlerini mümkün olan en düşük düzeyde sürdürebilecek firma büyüklüğünün ve yapısının ne olması gerektiğini keşfetmemize de yarar. Diğer sistemlerden farklı olarak piyasa ekonomisinin her hangi bir teşebbüs tipi lehine kesin bir tercihi söz konusu değildir. İster çalışanların sahip olduğu bir kuruluş, ister şirket, isterse tüketici kooperatifi şeklinde olsun, her firmanın piyasaya girmesi serbesttir. Ancak hangi türden olursa olsun, tüketicinin ödeyeceği fiyattan daha düşük bir maliyetle üretim yapamayan bir firmanın rekabetçi piyasada yaşaması mümkün olamaz.

Aynı şey, firma ölçeği için de geçerlidir. Bazı üretim dallarında, büyük ölçekli üretimin tüm potansiyel avantajlarını elde edebilmek için firmaların belli bir ölçeğin altına düşmemeleri gerekir. Üretimlerini artırdıkça parça başına maliyetlerini düşüren büyük firmaların yanında, maliyetleri gittikçe artan küçük firmaların başarılı olmaları beklenemez. Bu şartlarda küçük firmaların piyasadan çekilmesi ve yerine genellikle şirketler düzeyinde organize olmuş büyük firmalara terk etmesi kaçınılmaz hale gelir. Otomobil ve uçak sanayileri bu türe örnek gösterilebilecek dallardır.⁴¹

Bazı hallerde ise, bireysel mülkiyete veya küçük çaplı ortaklığa dayalı işyerleri, büyüklerine oranla daha düşük maliyetle çalışırlar. Kişiselleştirilmiş özel mal ve hizmet üreten firmaların tüketiciler tarafından bilhassa tercih edildiği durumlar vardır. Hukuk danışmanlığı, doktorluk, kuaförlük, özel terzilik gibi alanlarda küçük işyerlerinin daha başarılı oldukları görülür. Piyasa ekonomileri, ödenecek fiyata oranla maliyet unsurunun ışığı altında, üretici ve tüketicilerin karşılıklı etkilerini yansıtır

⁴¹ GWARTNEY ve STROUP, a.g.e., s. 50.

gücüyle, en uygun işletme tipini ve ölçeğini gösterebilme kabiliyetine sahip ekonomilerdir.

Düşük maliyetli üretimi gerçekleştirebilen büyük ölçekli firmaların yurt dışında rekabet etmelerini sağlayabilmek için, onların yurt dışında, yabancı firmaların ise ülke içinde satış yapma imkânlarının kısıtlanmaması hayati önem taşır. Bu, özellikle küçük ülkeler için geçerlidir. Söz gelişi, Güney Kore gibi yerel pazarı dar bir ülkede yerli otomobil üreticisinin yurt dışına otomobil satması sınırlandırıldığında, üretilecek otomobillerin maliyetlerinin son derece yüksek seviyelerde kalması tehlikesi söz konusudur. Öte yandan, küçük ülkelerdeki tüketicilerin, düşük maliyetle üretim yapan büyük ölçekli yabancı firmaların otomobillerini satın almaları yasaklandığında, kendi ülkelerinde üretilen son derece pahalı ve büyük bir ihtimalle kalitesiz otomobilleri satın almak zorunda kalacakları açıktır.⁴²

Sonuç olarak rekabet, insanların kendi çıkarlarını öne aldıkları bir yarışmaya dönüşse de son tahlilde herkesin hayat standardını yükselten bir süreçtir. Adam Smith'in Milletlerin Zenginliği adlı kitabında da belirttiği gibi insanları iktisadi faaliyetlerinde yönlendiren temel itici güç kişisel çıkar duygusudur.⁴³

Rekabetin disiplin sağlayıcı bir gücü vardır. Müşterilerinin güvenliğini sağlayamayan, onlara yeterince hizmet edemeyen firmalar yerlerini bu konuda daha başarılı olan rakiplerine kaptırırlar. Rekabet tüketicileri yüksek fiyatlara, kalitesiz mallara, kötü hizmet ve kaba davranışlara karşı koruyan bir güçtür.

1.1.3. Kamu Ekonomisi ve Rekabet

Özel sektör için yaşamsal geçerliliği yeterince bilinen rekabetin, kamu sektörü için arz edeceği önem üzerinde pek durulmamaktadır. Kamu ekonomisi aslında iktisatın bir alt dalıdır ve bu dalın ortaya çıkmasının nedeni, ekonomik malların kişisel mallar ve sosyal mallar olmak üzere ikiye ayrılmasıdır. Sosyal mallar sosyal ihtiyaçların

⁴² GWARTNEY ve STROUP, a.g.e., s. 50.

⁴³ A. SMITH, *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Cannan's ed., Chicago, University of Chicago Press, 1976, s. 18.

karşılanmasını hedef alır ancak, piyasa mekanizması sosyal malların sağlanması konusunda etkin kaynak tahsisi yapamaz. Çünkü sosyal mallar fiyatlandırılmaz, bölünemez ve eklenemez.⁴⁴

Kamu maliyesi vergiler ve bütçe konularını kapsar. Kamu ekonomisi ise buna ilave olarak kamu harcamalarına ilişkin karar alma süreçlerini (sosyal seçim) ve kamu iktisadi teşebbüslerini (KİT) de kapsar. Başka bir anlatımla kamu ekonomisinin kapsamını devlet, yerel yönetimler, sosyal sigorta kurumları ve KİT'ler şeklinde belirlemek mümkündür.⁴⁵ Ancak, KİT'ler dışındaki diğer alanların piyasa mekanizması mantığına dayalı rekabetle yakından ilişkilendirilmesi şimdilik gerekli olmadığından daha çok KİT'ler açısından kamu ekonomisi ve rekabet ilişkisine değinilebilir.

Gerek devlet daireleri gerekse kamu iktisadi teşebbüslerindeki motivasyon eksikliği verimli faaliyetlere pek izin vermez. Çünkü KİT'lerin yönetici ve çalışanlarının maliyeti düşürücü, verimliliği artırıcı gayretlerden kazançlı çıkmaları pek mümkün değildir. Aksine, bir kamu kuruluşunun cari yıl ödeneklerinin tümünü harcaması halinde gelecek yıl aynı miktarda ödenek bulma şansı zayıflar. Bu yüzden, ödeneklerinin tümünü harcayamadıklarını anladıklarında, ellerinde kalan ödenek fazlasını gelişi güzel ve gösterişçi bir biçimde harcarlar. Özel sektörde gerçekleştirilen kar oranı, faaliyet yılının başarısının en somut ölçüsüdür. Ancak kamu kesiminin böyle bir yol göstericiden yoksun olması nedeniyle KİT yöneticileri, başarısızlıklarını, kamu yararı savunması altına gizlemek eğilimindedir. Özel sektörde ekonomik etkinsizliğin yaptırımı iflastır. Kamu sektöründe ise başarısız bir programa otomatik olarak son verecek aynı türden bir mekanizma mevcut değildir. Aksine verimsiz faaliyetlerin sonunda, önceden belirlenmiş olan hedefleri gerçekleştirememiş olmak bile, kamu kesiminde daha fazla fon sağlayabilmeyi, bir sonraki yılda bütçeden daha fazla pay ayrılması isteğini meşrulaştıran bir argüman olarak kullanılır. Örneğin, öğrencilerin başarısızlık oranları arttığında devlet okulu yöneticileri bunu, devletten daha fazla ödenek talep edebilmek için gerekçe olarak kullanırlar. Aynı şekilde, işlenen suç

⁴⁴ G. AKALIN, *Kamu Ekonomisi*, İkinci Basım, Ankara, Ankara Üniversitesi SBF Yayını, 1986, s. 5.

⁴⁵ AKALIN, *a.g.e.*, s. 6.

oranları arttıkça polis teşkilatları, kanun hâkimiyetini güçlendirici fon taleplerini arttırlar.⁴⁶

Kamu sektöründeki motivasyon yapısının bozukluğu nedeniyle KİT'lerin de rekabet sürecine sokulmaları hayati önem taşır. KİT'lerin işgal ettikleri alanların artık özel firmalara da açılmasıyla rekabet başlatılmalı ve genişletilmelidir. Kamu araçlarının bakımı, kamu kuruluşlarının temizliği ve bakımı, yemek servisleri vs. gibi alanlarda özel sektör de görev alabilmelidir. Böylece, rekabetin verimliliği artırıcı, maliyetleri düşürücü ve her iki sektörde de yenilikçi hamleleri teşvik edeceği, sonuçta da vergi mükellefi halkın ne kadar kazançlı çıkacağı çok geçmeden görülecektir.⁴⁷

1.1.4. Piyasa Ekonomisi ve Rekabet

Serbest piyasa ekonomisini benimseyen ülkeler, kaynakların etkin bir biçimde dağıldığı ve etkin şekilde işleyen bir ekonomiye sahip olmak için gereken modern kurumları inşa etmek ve bunların çalışacağı sağlıklı ortamları oluşturmak zorundadırlar. Çünkü kendi haline bırakıldığında serbest piyasa ekonomisi kendi kendini yok edecek tekeli bir yapı kazanabilmektedir. Bazı uygulamalarla piyasadaki rekabet tamamen veya büyük ölçüde ortadan kalkmakta, piyasa ekonomisi hem kaynak dağılımında, hem üretimde ve hem de dağıtımda etkinlikten büyük ölçüde uzaklaşabilmektedir.⁴⁸ Rekabet hukuku ve politikası, piyasa ekonomisinin bu işlevini yitirmemesi için oluşturulmaktadır. Ancak burada bu işlevlere girmeden önce piyasa ekonomisi ve rekabet ilişkisini ortaya koymak yararlı olacaktır.

İster iktisatçı isterse iktisatçı olmayan bir çok yazar ve düşünür, piyasa ekonomisi ile ilgili tanım ve yorumlarının temeline “homo- economicus” varsayımını yerleştirip bunun üzerine düşüncelerini inşa ederler. Nisbeten subjektif bu ideolojik yaklaşımın özünde, piyasa ekonomisi sistemini ilk önce entellektüel bir yozlaştırmaya uğratma amacı yattığı söylenebilir. Hâlbuki piyasa ekonomisinin Smith, Mises ve

⁴⁶ GWARTNEY ve STROUP, a. g. e., s. 117.

⁴⁷ GWARTNEY ve STROUP, a. g. e., s. 117- 118.

⁴⁸ T. MÜFTÜOĞLU, “Açılış Konuşması”, II. Türkiye Uluslararası Rekabet Sempozyumu İstanbul/Türkiye, 6-7 Mart 2000, Rekabet Kurumu Yayını, 2000a, s. 8.

Hayek gibi önemli teorisyenlerinin tanım ve anlattıkları bu yönde değildir. Anılan düşünürlerin piyasa ekonomisinin odağına bireyi ve bireyin özgür girişim hakkını, rekabet hakkını, mülkiyet hakkını koydukları doğrudur. Yine kar güdüsünün birey açısından asla ihmal edilemeyecek bir teşvik edici olduğunu belirtmeleri de yerindedir. Ancak bunlardan hareket ederek, piyasa ekonomisinin insanın çıkarı peşinde koşan ve hiçbir ahlaki ilke tanımayan sefil bir yaratık olduğu noktasından hareket ettiği iddiasıyla betimlenmesi bilimsel gerçeklere ve ilkeli analize ters düşer.⁴⁹

Piyasa ekonomisi, başta birey olmak üzere, bireylerden oluşan hane halkı ve firmaların kendi bilgi ve ilgi çerçeveleri içinde özgür biçimde hareket etmeleri ile ortaya çıkan iktisadi bir modeldir, yapıdır, süreçtir. Dolayısıyla piyasa ekonomisi, durağan, sabit, mutlak biçimini almış bir model değildir; devamlı bir evrim ve oluşum içindedir.⁵⁰

Piyasa ekonomisinin temelini oluşturan fiyat sistemi Smith'in "görünmez el" varsayımı ile sembolleşmiştir. Serbest piyasa ekonomisi savunucuları, karşıt sistem olan kumanda ekonomisine ise "ölü el" sembolünü uygun görmüşlerdir. Görünmez el ile ölü el arasında devam eden savaşın sonucu ne olacak diye soran Lindsey cevabında: "Piyasa karşıtı güçleri ölü el olarak niteleyerek, cevabımın bazı ipuçlarını zaten veriyorum: Ben uzun dönemli avantajın liberal dava lehine olduğuna inanıyorum. Kollektivist, baştan- ayağa planlama ideali can çekiştiği için, bugünkü durumda uygulanabilir sadece tek bir ekonomik kalkınma modeli vardır: liberal piyasa ve rekabetçi modeli"⁵¹ diyerek aslında rekabetçi piyasa modelinin bir anlamda alternatifsiz olduğunu söylemektedir.

Bir piyasa ekonomisinde, kendi çıkarlarına uygun hareket edebilmek için aynı zamanda bir başkasının çıkarına da uygun hareket etmek gerekir. Başta Smith olmak üzere ekonomistler bunu "görünmez el" olarak adlandırır. Piyasa ekonomisinde bireyler kendi çıkarlarını azamileştirecek şekilde hareket ettikleri zaman, bir görünmez el, onları, niyetleri öyle olmasa bile toplumun yararına olacak şekilde

⁴⁹ A. YAYLA, *Devletçi Zihniyet ve Piyasa Ekonomisi*, Ankara, Liberte Yayınları, 2001, s. 29.

⁵⁰ YAYLA, *a.g.e.*, 2001, s.30.

⁵¹ B. LINDSEY, "Görünmez El Ölü Ele Karşı", *Kapitalizm ve Küresel Refah*, Ed.: Ian Vasquez, Ankara, Liberte Yayınları, 2003, s. 41- 52.

yönlendirir. Kısaca piyasa ekonomisi bireylerin kişisel çıkarlarını toplumun yararı için kullanır.⁵²

Özel mülkiyete, rekabete ve fiyat sistemine dayanan piyasa ekonomisinin hâkim olduğu bir toplumda, insanlar mal ve hizmet üretiminde birbirleriyle rekabet ederler. Bazıları bunu israfçı bir yol olarak görebilirler. Bu durum, piyasa ekonomisinin bu yönünün iyi anlaşılmadığının bir göstergesi olabilir. Rekabet, insanların ihtiyaçlarını, bu ihtiyaçların en iyi nasıl tatmin edileceğini ve en önemlisi kimler tarafından tatmin edileceğini keşfetme yoludur.⁵³ Yukarıda piyasa ekonomisinin devamlı bir evrim ve oluşum içindeki bir süreç olduğunu ifade edilmişti. Piyasa ekonomisinin bu tekâmül sürecinde rekabet unsuru adeta bir kâşif konumundadır. Dolayısıyla rekabet olmaksızın piyasa ekonomisi düşünülemez. Toplumsal refahın maksimizasyonu hedefi, sürekli yeni yöntemler ve yeni kaynakların keşfi ile mümkün olabileceğinden, bunun en temel aracı, piyasa sisteminin merkezine rekabeti yerleştirmek olacaktır. Daha doğrusu piyasa ekonomisi anlayışını sisteme dönüştüren zaten rekabetin kendisidir.

Piyasa ekonomisinin felsefi arka planını liberalizm oluşturur. Liberalizm, insanların ahenkli bir düzen içinde çaba göstermelerini sağlayan rekabet güçlerinden mümkün olduğunca iyi bir şekilde yararlanmalarını ister, yoksa herşeyin olduğu gibi bırakılmasını istemez. Çünkü liberalizm, bireysel çabaları yönlendirmek için en iyi aracın rekabet olduğu görüşüne dayanır. Ancak rekabetin etkin bir rol oynayabilmesi için özenle kurulmuş bir hukuki düzenin rolü inkâr edilemez.⁵⁴

1.1.5. Ekonomi Literatüründe Rekabet Kavramı

Yukarıda da ifade edildiği gibi rekabet kavramı iktisat düşüncesinde her zaman merkezi bir öneme sahip olmuştur. Adam Smith'den bu yana bir çok iktisatçı

⁵² M. SWANEPOEL, *Sefaletten Zenginliğe*, (Çev. O. Çakmak – A. Yayla), Ankara, Liberte Yayınları, 2002, s. 27.

⁵³ SWANEPOEL, a. g. e., s. 29.

⁵⁴ F.A. HAYEK, *Kölelik Yolu*, 2. Baskı, (Çev. T. Feyzioğlu ve Y. Arsan), Ankara, Liberte Yayınları, 1999, s. 49.

rekabeti, ekonomik faaliyetlerin regülâtörü olarak görmüştür.⁵⁵ Klasiklerin düşüncelerinden hareketle şu yargıya varılabilir: Kapitalist sistem, birçok biçimli ve birçok gönüllü rekabet üzerine dayanır. Ekonomik ve sosyal yaşamda kabul edilen özgürlük ilkesi, sistemin rekabet boyutunu doğuran temel olaydır. Ekonomik güdü gibi rekabet de ekonomik bir durum karşısında kişinin açığa vurduğu bir tepkidir. Şu halde rekabet ancak kapitalist sistem içinde var olabilir ve genel olarak da kapitalist sistemin vazgeçemeyeceği temel bir kurumdur.⁵⁶ John Stuart Mill, rekabetle iktisadın ilişkisini o derece önemsemiştir ki, “politik iktisat, ancak rekabet ilkesi vasıtasıyla, bilim karakteri iddiasına sahip olabilir” ifadesini kullanmak durumunda kalmıştır.⁵⁷

Buna karşın iktisatçılar arasında rekabet kavramının tanımlanması konusunda bir fikir birliği yoktur. Adam Smith gibi birçok klasik iktisatçı için rekabet kavramı o kadar belirgindir ki, onun mantıksal özünün araştırılması gereksiz görülmüş ve herhangi bir analize tabi tutulmamıştır.

Başlangıçta klasik iktisatçıların çalışmalarında dinamik bir yapıyı tanımlayan rekabet kavramı, zaman içerisinde anlamsal bir değişime uğramış ve neo-klasik iktisadi analiz içerisinde tam rekabet modelleri ile statik denge durumunu ifade edecek bir anlam kazanmıştır.⁵⁸ Yani piyasaları dengeye ulaştıran dinamik bir süreç yerine, dengeye ulaştıktan sonra dengeyi koruyan durgun bir durumun parçasıdır. Kapitalizmin yapısını ve kurumlarını yakından izleyen Schumpeter, kapitalizmin gösterdiği üstün başarıdan endişe duymuş, çünkü bu başarılı yapının kendi kendini yıkacak bir nitelik kazanacağını düşünmüştür.⁵⁹ Buna paralel olarak Schumpeter, rekabeti kapitalist evrim sürecinin itici gücü olarak ele almış ve “yaratıcı yıkım” (creative destruction) olarak adlandırmıştır. Schumpeter, kapitalizmin asli unsuru olarak yaratıcı yıkım (creative destruction)’ın dinamik sürecini göstermiştir. Bu süreçte rekabetin itici gücünü büyük firmalar oluşturmakta; gelişmenin itici gücünü ise yeni

⁵⁵ C. AKTAŞ, *Gelişmekte Olan Ülkelerde Rekabet Politikası: Bir Çerçeve Çalışması*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2003, s. 4.

⁵⁶ C. TALAS, *Ekonomik Sistemler*, 5. Baskı, Ankara, İmge Kitabevi, 1999, s. 160.

⁵⁷ J. VICKERS, “Concepts of Competition”, *Oxford Economic Papers*, No: 47, 1995, s. 1.

⁵⁸ İ. TOKATLIOĞLU, “İktisat Kuramında Rekabet Kavramının Gelişimi”, *Ekonomik Yaklaşım*, C.:10, No:33, Yaz-1999, s. 5.

⁵⁹ SAVAŞ, 1997, *a.g.e.*, s. 833.

üretim teknikleri, ulaştırmada sağlanan yenilikler, yeni pazarların keşfi, yeni tüketiciler tercihlerini oluşturma, yeni organizasyonlar, yeni ürünlerin gelişmesini sağlayan teknik değişimler oluşturmaktadır.

Rekabeti piyasa koşullarına bakarak öğrenmeyi amaçlayıp rekabeti rasyonel davranmaya zorlayan bir keşif süreci olarak algılayan ve Alman Tarihçi Okulunun tam karşıtı olan⁶⁰ Avusturya Okulu teorisyenleri ile ilerde konusu geçecek olan işleyebilir rekabet kavramı ve yarışmacı piyasalar teorisi ele alınacak olursa, rekabet kavramı, ekonomik analizlerin olmazsa olmaz koşulunu oluşturmasına rağmen, her analizde rekabetin farklı bir boyutu ön plana çıkarılmıştır.⁶¹

1.1.5.1. Klasik İktisatçıların Rekabet Görüşü

Klasikler bir doğal fiyattan bahsederler. Bu doğal fiyatın, değer kuramını açıklayan üretim maliyetini ifade ettiğini belirtirler. Doğal fiyat içeriği gereği bir ideal olarak görülür ve doğal fiyatın karşısında bir piyasa fiyatı vardır. Bu piyasa fiyatı, alıcılar ile satıcıların kendi aralarındaki rekabetten doğmaktadır. İşte bu rekabet sayesinde ki, piyasa fiyatı doğal fiyata, başka bir deyimle maliyet fiyatına doğru yaklaşır.⁶² Klasik iktisatçıların bu yaklaşımı, onların rekabet kavramı üzerinde fazlaca durmaksızın onun varlığının sezgi yolu ile algılanan bir kavram olarak ele aldıklarını göstermektedir.⁶³ İlginç olan, bu yaklaşımla ortak değerlendirmeleri oldukça fazla olan Smith, Ricardo ve Marx'ın görüşleridir. Bu görüşler çerçevesinde rekabet kavramının klasik modelini şekillendirmek mümkündür.⁶⁴

Yukarıda ifade edildiği gibi Adam Smith rekabeti alıcı ve satıcılar arasındaki bir yarış olarak anlamıştır. O'na göre, üretilebilecek veya tüketilebilecek mal miktarı sınırlı olduğundan rekabet, alıcılar veya satıcılar arasındaki bir yarışdır. Bu

⁶⁰ D. GORDON, *Avusturya İktisadı'nın Felsefi Kökleri*, (Çev. N. Bağdadioğlu), Ankara, Liberte Yayınları, 2000, s. 9.

⁶¹ AKTAŞ, 2003, a.g.e., s. 4.

⁶² TALAS, 1999, a.g.e., s.162.

⁶³ G.J. STIGLER, *Essays in the History of Economics*, The University of Chicago Press, Midway Reprint Edition, 1987, s. 234.

⁶⁴ TOKATLIOğLU, a.g.m., s. 9.

yarışma fiyatları arz ve talep dengesine ulaştıracak ve her değişen duruma göre tekrarlanacaktır. Bu yaklaşımda kişisel özgürlük rekabetin zorunlu unsuru olarak algılandığı gibi ayrıca rakiplerin sayıları da dikkate alınmıştır.⁶⁵

Alıcı ve satıcıları esas alan rekabet yaklaşımında üreticiler, rakiplerinden daha çok ve daha ucuza mal satarak daha fazla kâr elde etmeye çalışırken, alıcılar da, taleplerini daha ucuza karşılamanın mücadelesini vereceklerdir. Bu yönüyle, özgür ve genel rekabet, herkesin kendini diğerlerinden korumak için başvuracağı bir araç ve aynı zamanda bir güç olacaktır. Bu nedenle Smith rekabeti bir “durum” olarak ele almaktan ziyade, dengeye ulaştıran “dinamik bir süreç” olarak görmüştür. Bu dinamik anlayışa göre, daha düşük fiyatla daha çok satma yarışı, sonuçta talebi artıracaktır.⁶⁶

Blawg’a göre, Adam Smith’in “görünmez eli” dinamik bir rekabet sürecine gönderme yapmaktadır, yoksa statik tam rekabetin nihai durum olduğu görüşüne değil.⁶⁷ Yukarıda açıklanan doğal fiyat yaklaşımı ile dinamik süreç ve denge yaklaşımı birleştirildiğinde rekabetin aktif bir unsur olarak, doğal fiyatlar ile piyasa fiyatlarını eşitleyip denge yaratıcı bir işlev gördüğü ortaya çıkar. Aynı zamanda dinamik bir unsur olarak, işbölümü ve teknolojik değişim ile bu dengeden uzaklaşmayı ve yeni bir dengeye doğru hareket etmeyi sağladığı görülmektedir.⁶⁸ Stigler’e göre Smith’in son derece önemli bir başarısı, rekabet koşulları altında kendi kişisel çıkarları peşinde koşan bireylerin davranışlarının sistematik analizini iktisadın merkezine yerleştirmesidir.⁶⁹

Rekabet kavramını genelde rant teorisini açıklamak için kullanan Ricardo, Smith ile paralel bir değerlendirme içinde rekabeti, dinamik bir süreç olarak ele almaktadır. Ricardo’ya göre, eğer malların miktarını artıracak başka bir yol yoksa ve

⁶⁵ WICKERS, a.g.m., s. 5.

⁶⁶ AKTAŞ, a.g.e., s. 5.

⁶⁷ SKOUSEN, a.g.e., s. 241.

⁶⁸ TOKATLIOĞLU, a.g.m., s. 10-11.

⁶⁹ G. STIGLER, “The Successes and Failures of Professor Smith”, *Journal of Political Economy*, Volume 88, No: 6, December, 1976, s.1201. (1199-1214).

eğer rekabet sadece alıcılar arasında gerçekleşiyorsa, malın fiyatı monopol fiyatı olacaktır.⁷⁰

1.1.5.2. Marksist Ekonomi Kuramının Rekabet Görüşü

Marksizme göre kapitalist toplumu harekete getiren saik sermaye birikimi, bunu sağlamanın yolu ise rekabettir. Rekabet olmadan kapitalist toplum var olamaz. Rekabetin kökten ve kesin olarak ortadan kaldırıldığı bir toplum, belirleyici ekonomik hareket nedeni yani sermaye birikimi saiki olmayacağından artık kapitalist bir toplum olamaz. Marksist ekonomi yaklaşımına göre rekabet ve rekabet süreci, başlangıçtan belirli bir süre sonra kendi kendini yok edip yoğunlaşmayı ve tekeli doğurmaktadır. Bundan başka, yığılma mevcut sermayenin, işletmelerin birleşmeleri ile de oluşmaktadır. Rekabet bu oluşmayı zorlamakta ve bu suretle piyasaya egemen olan dev kuruluşlar doğmakta ve tekeli durumlar bu yoldan ortaya çıkmaktadır.⁷¹

Marksizmin iktisadi düşüncesinde rekabet kavramı dört temele dayanmaktadır. İlk olarak rekabet, tarihsel bir işlev görmektedir. Bu kapitalizmin tarihsel dönüşümünü sağlama işlevidir. İkincisi, türetilmiş bir kavram olarak rekabet, malların daha ucuza üretilmesi için bir araçtır. Üçüncü olarak, rekabet sadece dengeye getiren güç değil, aynı zamanda dengesizlik, kaynakların optimal olmayan bölüşümünü yaratan bir süreçtir. Dördüncüsü, üretim fiyatları, piyasa fiyatları için bir çekim merkezi oluşturacak, ancak bu, nihai denge durumunu yansıtmayacaktır. Bu temeller üzerinde oluşturulan rekabet kavramı, üretim fiyatlarının, teknik değişimin ve düşen kâr oranlarının şekillenmesinde önemli bir analiz aracı olarak görülmektedir.⁷²

Marksistlere göre kapitalizm serbest rekabet mücadelesinde doğmuştur ve o, rekabet mücadelesi olmadan düşünülemez. Ancak serbest rekabet sermayenin yoğunlaşmasını uyarır, yoğunlaşma ise serbest rekabetin tam karşısını, yani tekelleri

⁷⁰ TOKATLIOĞLU, a.g.m., s. 12.

⁷¹ TALAS, 1999, a.g.e., s. 300.

⁷² TOKATLIOĞLU, a.g.m., s. 14'den aktaran, AKTAŞ, a.g.e., s. 6.

doğurur. Pazara, sırf az sayıda üreticinin egemen olması durumunda, her türlü fiyat düşüşünü engellemek için, bunlar tüketicilerin zararına olarak pazarın paylaşılması konusunda kolayca anlaşabilirler. Marksist düşünceye göre yüz yıllık bir süre içinde, kapitalizmin, dinamizminin niteliğini değiştirmiş olduğu görülmektedir. Başlangıçta, üretimin artması ve yeni firmaların çoğalması nedeniyle sürekli fiyat düşüşleri gözlenirdi. Rekabetin keskinleşmesi, belli bir andan sonra firmaların yoğunlaşmasına, yani iş yerlerinin sayısının azalmasına yol açtı. Daha sonra bunlar, fiyat düşüşlerini önlemek için anlaşmaya vardılar, bu şekilde üretim kısıtlandı. 19. yüzyılın son çeyreğinde rekabetçi kapitalizmin yerini tekelci kapitalizm aldı.⁷³

Marksistler tekelci kapitalizmin rekabeti bütünüyle ortadan kaldırdığını düşünmezler. Onlara göre aslında kapitalizmin bu biçiminin, büsbütün farklı bir davranış gösterdiği, şimdi artık sürekli artan bir üretim aracılığıyla fiyat düşüşlerine yönelmediği, tersine pazarın paylaşılması ve pazar paylarının saptanması tekniğini uyguladığı anlamına gelmektedir. Bununla birlikte, bu süreç bir paradoksa neden olmaktadır. Başlangıçta birbirleriyle rekabet eden kapitalistler, şimdi rekabeti ortadan kaldırmak ve de üretimi sınırlamak için sözleşmeye yapmaya başlıyorlar. Çünkü bu, onların gelirlerini artırmaya yarayan etkili bir araç olmaktadır. Bunu ancak, daha çok kazanç sağladıklarında yapmaktadırlar. Üretimin azalması durumunda, fiyatlar birden bire yükselmekte, karlar daha büyük olmakta ve böylece daha çok sermaye biriktirmeye olanak sağlamaktadır. Aynı dalda, artık yatırım yapılamamaktadır. Çünkü sermaye yatırımı genişletilmiş üretim kapasitesine neden olmakta, böylece üretimi artırmakta ve fiyatları düşürmektedir. 19. yüzyılın son çeyreğinden beri kapitalizm, bu çelişkiyle birlikte varlığını sürdürmektedir.⁷⁴

Belli endüstri dallarında tekelleşme ve belli ülkelerde tekelci kapitalizmin yayılmasının sonucu, şimdiye kadar henüz tekelleşmemiş endüstri dallarında ve şimdiye kadar henüz kapitalist olmayan ülkelerde, kapitalist üretim biçiminin yeniden üretimidir. Böylece sömürgecilik bütün görünüşleriyle, yüzyılımızın başlangıcında birkaç on yıl içinde, yerkürenin, o zamana kadar kapitalist üretim biçiminin sınırlı

⁷³ E. MANDEL, *Marksist Ekonomi Kuramına Giriş*, (Çev. A. Ünlü), İstanbul, Toplumsal Dönüşüm Yayınları, 1998, s. 49-50.

⁷⁴ *Ibid*, a.g.e., s. 50.

kaldığı küçük bir bölümünden bütün dünyaya, yayıldı. Dünyanın her ülkesi, kapitalizmin etki bölgesine ve sermaye yatırım alanlarına dönüştürüldü.⁷⁵

1.1.5.3. Neo-klasik İktisatçıların Rekabet Görüşü

Yukarıdaki başlıklar altında sıkça tekrarlandığı üzere klasik iktisadi görüş rekabeti, dengeye ulaşmak için bir araç, yani piyasada bir keşif süreci olarak ele alır. Neo-klasikler ise rekabeti piyasa yapısı olarak ele almışlardır.⁷⁶ Özellikle Hayek rekabetin bir keşif süreci olduğu konusunda kalıcı argümanlar ileri sürmektedir.

Klasik iktisatta dinamik bir süreç olarak dengeye ulaştıran rekabet yaklaşımı, neo-klasik düşüncede, denge sağlandığında, dengenin nerede olması gerektiğini gösteren ve dengeden uzaklaşmayı engelleyen statik durumları ifade etmektedir. Bu yönüyle artık iktisat bilimi, ekonomik fenomenlerin ne olduklarını değil, ne olması gerektiğinin analizine yönelerek normatif bir yaklaşımı benimsemiştir.

Neo-klasik iktisat, denge durumunu ele alırken, bir zorunluluk sonucu aslında gerçek ekonomik hayatta neredeyse hiç rastlanmayan bir model olan “tam rekabet” piyasalarını, analiz aracı olarak üretmiştir.⁷⁷ Neo-klasiklerin önemli kuramcılarından biri olan Marshall ise saf rekabet (pure competition) ve tam rekabet (perfect competition) kavramları yerine *ekonomik özgürlük* ya da *sanayi ve teşebbüs özgürlüğü* kavramlarını önermiştir. Ancak bu kavramlar rekabet veya tam rekabet terimlerine oranla daha belirsizdir.⁷⁸

Neo-klasik anlayışta tam rekabet piyasası, çok sayıda alıcının ve satıcının bulunduğu (atomizite), alıcı ve satıcıların piyasa hakkında tam bir bilgiye sahip olduğu (tam enformasyon ve saydamlık), piyasa giriş ve çıkışların serbestçe yapılabildiği (mobilité), bölünebilen ve homojen malların yer aldığı (homojenite) varsayımlarına dayanır. Bu yaklaşıma göre, eğer firmalar sonsuz esneklikte bir talep eğrisi ile karşı

⁷⁵ Ibid, a.g.e., s. 51.

⁷⁶ G. ÇAPOĞLU, *Prices, Profits and Financial Structures: A Post-Keynesian Approach to Competition*, Edward Elgar Publishing Limited, 1991, s.33.

⁷⁷ AKTAŞ, a.g.e., s. 6.

⁷⁸ SAVAŞ, a.g.e., s. 589.

karşıya iseler, tam rekabetin varlığı söz konusudur. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, rekabetin analitik işlevinin fiyatları marjinal maliyetler düzeyine indirmesidir. Piyasadaki firmalar maliyetlerinin düzeyini hiçbir zaman açıklamazlar.⁷⁹ Ancak, sonsuz esneklikteki talep eğrisi, piyasadaki fiyatların veri olduğunu ortaya koyduğundan firmaların fiyat rekabeti denge düzeyinden sonra söz konusu olamayacaktır. Mallar homojen olduğu için bir kalite rekabeti de olmayacağından tam rekabet modeli firmalara sadece maliyetler alanında rekabet şansı tanımaktadır.

Neo-klasik anlayışta, firmalar piyasa fiyatını etkileyemedikleri için piyasa fiyatını veri olarak aldıklarından neo-klasik tam rekabet piyasası yaklaşımında kuramsal olarak rekabetin bulunmadığı en azından fiyat rekabetinin hiç olmadığı söylenebilir. Çünkü, tam rekabet varsayımlarının olduğu bir piyasada;

Fiyat tek ve veri olduğu için (yani hiçbir firmanın piyasadaki fiyatları etkileme gücü bulunmadığından) fiyat rekabeti yoktur. Fiyatlar firmaların marjinal maliyetlerine eşittir. Bir firmanın bu koşullarda fiyatını indirmeye kalkışması piyasadan silinmesine neden olacaktır. Ancak Marshall'ın düşünce sisteminde fiyat ne tek başına üretim maliyeti tarafından ne de marjinal fayda tarafından belirlenir. O'na göre bir malın fiyatı, normal olarak uzun dönem üretim giderine eşit olma eğiliminde olacaktır.⁸⁰

Malların homojen olması nedeniyle kalite (veya mal farklılaştırması) rekabeti yoktur. Yani piyasadaki firmaların ürettiği ürünler arasında bir tercih yapmak için tüketiciler açısından herhangi bir neden yoktur.

Piyasada olup bitenden herkes haberdar olabildiği için, yani tam bir saydamlık sözkonusu olduğundan, reklâm yoluyla rekabetin oluşması mümkün değildir.⁸¹ Aslında ürün farklılaştırmasının olmadığı bir piyasada reklâm ya da promosyonlar yoluyla rekabet zaten söz konusu olamaz.

⁷⁹ AKTAŞ, a.g.e., s. 6.

⁸⁰ SAVAŞ, a.g.e., s. 605.

⁸¹ H. ÇETİNTAŞ, "Küreselleşme Sürecinde Türkiye'nin Rekabet Politikası ve Rekabet Gücü: Demir-Çelik Sektörünün Rekabet Gücü Analizi", (Yayınlanmamış Doktora Tezi), İstanbul, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat ABD, 2000, s. 25.

1.1.5.4. Avusturya Okulunun Rekabet Görüşü

Avusturya Okulunun iktisadi görüşlerine güçlü bir felsefenin refakat ettiğini söylemek mümkündür. Bu yönüyle iktisadi düşünce tarihinin en önemli ekollerinden birisi olarak kabul edilebilir. Avusturya İktisat Okulunun kurucusu olarak Carl Menger kabul edilir. Bu Okul, güçlü felsefi alt yapısıyla genel olarak tümdengelim metodunu içeren Praxeology ve Aristotleyen analizi kullanır.⁸²

Diğer liberal okullarla zaman zaman fikir ayrılığına düşmesine karşın, klasik liberal bir etikete sahip olan Avusturya Okulu, rekabeti bir piyasa yapısı olarak gören ve statik olarak analiz eden modern neo-klasik teoriyi en çok eleştiren yaklaşımlardan biridir. Rekabetin statik analizine karşı çıkanlar arasında Carl Menger, Ludvig von Mises, Friederick von Hayek ve Israel Kirzner gibi Avusturya Okulu'nun teorisyenleri yer almaktadır.

Avusturya Okulu, özellikle 1980'li yıllarda serbest piyasa ekonomisinin alternatifsiz olduğu düşüncesinin oluşmasıyla yeniden şöhret olmuştur. Aralarında farklılık olmasına rağmen, Avusturya okulu mensupları temelde bireyciliği, insanların bilgilerinin tam olamayacağını, ekonomik süreçlerin karmaşıklığını vurgulayarak devlet müdahalesine karşı serbest piyasanın üstünlüğünü savunmaktadırlar. Herkesin her konuda tam bilgi sahibi olmasının mümkün olmayacağını ve bilginin ancak rekabet sürecinde elde edilebileceğini belirterek, böyle bir varsayımda bulunmanın da zaten rekabet kavramını anlamsızlaştıracağını ileri sürmektedirler.⁸³

Avusturya Okulu'nun önemli temsilcisi olan Hayek'e göre rekabet bir durum değil, bir faaliyettir. Asıl olarak, bireylerin piyasa düzeninde sahip oldukları çeşitli zevk ve tercihlerin ve bu taleplerin mümkün olan en düşük maliyetle karşılanmasını olası kılacak değişik girdi bileşenlerinin keşfine imkân sağlayan bir

⁸² GORDON, a.g.e., s.27.

⁸³ ÇETİNTAŞ, a.g.e., s. 26.

süreçtir. Çünkü ekonomik hayatın gerçekleri daima değişmektedir. Böyle olunca muhtelif piyasa yapılarında rekabetçi sürecin önerdiği çözümler de değişebilecektir.⁸⁴

Hayek'e göre asıl mesele, yüzbinlerce insan arasında dağılmış, fakat bütünüyle kimseye verilmemiş bilgiler, beceriler ve bilgi edinme fırsatlarının optimum kullanımının en iyi şekilde nasıl sağlanacağıdır. Rekabet insanların bilgiyi edindiği ve birbirlerine ilettikleri bir süreç olarak görülmelidir; yoksa bütün bu bilgi başlangıçta herhangi bir kişi tarafından elde edilebilirmiş gibi değerlendirmek, rekabeti hiç anlamamak demektir.⁸⁵

Avusturya Okulu'nun neo-klasik iktisatçılardan ayrıldığı bir diğer konu da tekellere ilişkin görüşüdür. Hayek'e göre, bazen bir tekelin ortaya çıkışı da rekabetin sonucu olabilmektedir. Rekabet sürecinde en iyisini yapan bir firma tekel konumuna ulaşmışsa, bu konumunu kaybetmemek için devamlı olarak önceki rakiplerinden daha etkin olmak durumundadır. Her ne kadar sadece bir tekel eliyle yürütüldüğü için üretimin daha etkin olması mümkün değilse de, üretim genellikle özel bir sebepten dolayı mevcut diğer girişimlerden daha etkin olan tek bir girişim tarafından daha verimli bir şekilde yürütülecektir. Zaten rekabetten beklenen de, bir üreticinin başka bir üreticinin yapabileceğinden daha düşük maliyetle ve fiyatla üretmesidir.⁸⁶ Hayek bu görüşü ile rekabetin ekonomik etkinliği sağlama fonksiyonuna vurgu yapmaktadır.

Sonuç olarak Avusturya Okulu, rekabetin varlığı için rekabet özgürlüğünü yeterli bir önkoşul olarak benimsemekte, piyasada rekabetin aksadığı durumların geçici olduğunu varsayarak sistematik müdahaleye gerek olmadığını savunmaktadır. Önemli olan, rekabet özgürlüğünün varlığı ve bunun korunmasıdır.⁸⁷ Avusturya Okulu'na göre statik modelleme, merkezi plancıların, fiyatların hesaplanabildiği ve sosyalizmin çalışır kılınabildiği yönündeki düşünceye yönelmelerine neden olmuştur. Bu eksikliği gidermenin yolu olarak Blawg, tam rekabet modelinin, genel dengenin ve refah

⁸⁴ E. BUTLER, *Hayek*, (Çev. Y. Z. Çelikkaya), Ankara, Liberal Düşünce Topluluğu, 1996, s. 67.

⁸⁵ F.A. HAYEK, *Hukuk, Yasama ve Özgürlük: Özgür bir Toplumun Siyasi Düzeni*, Cilt III, (Çev.: M. Erdoğan), İstanbul, T. İş Bankası Yayını, 1997, s. 103.

⁸⁶ HAYEK, 1997, *a.g.e.*, s. 111.

⁸⁷ AKTAŞ, *a.g.e.*, s. 8.

iktisadının Mises, Hayek ve Kinzer'in temsil ettiği Neo- Avusturyacı ekolün benimsediği piyasa süreçleri modeli ile ikame edilmesini önerir.⁸⁸

1.1.5.5. Endüstriyel Organizasyon Teorisinde Rekabet

Bazı ekonomistler, gerçekçi bir standart model olarak tam rekabet modelini sorgulamış ve kritik etmişlerdir. Chamberlin ve Robinson, birbirlerinden bağımsız olsa bile aynı çağda, daha önce Sraffa⁸⁹ tarafından geliştirilen “aksak rekabet piyasaları” modeli üzerinde çalışmışlardır. Clark “işleyebilir rekabet kavramına doğru” adlı çalışmasında, tam rekabetin herhalde hiç olmadığını ve olmayacağını ifade etmektedir.⁹⁰ Clark adı geçen makalesinde “işleyebilir rekabet” (workable competition) kavramını geliştirmiş ve bu rekabet modelinin, içinde yaşamaya mecbur olduğumuz koşullar tarafından belirlenen sınırlar dâhilinde, pratikte mümkün olabileceklerinden seçilmiş rekabet modellerinden en çok arzu edileni olduğunu ileri sürmüştür. O’na göre tam rekabet koşullarından biri eksik ise, artık diğer koşulların varlığını izlemenin ya da araştırmanın bir gereği yoktur. Clark’ın işleyebilir rekabet kavramına göre, aksak rekabet durumuna aksak koşulların katılmasıyla refah yükseltilebilir. Eğer endüstrinin birçok sektöründe tam rekabet başarılmaz ise, “ikinci en iyi”⁹¹ çözüm olarak işleyebilir rekabeti öne sürmek en makul tepki olacaktır.

Aksak rekabet piyasası dengelerine ilişkin analizler tam rekabet yaklaşımına olan güveni sarsınca, Clark tam rekabet kavramının getirdiği sınırlamaları aşmak amacıyla, yukarıda ifade edildiği gibi hiç var olmadığı gibi belki de hiç var olmayacak olan tam rekabet yerine işleyebilir rekabet (workable competition) kavramını ikame etmiştir. Bu ikame sürecinde özellikle kamu politikası amaçları güdülmüştür.⁹² Clark

⁸⁸ SKOUSEN, a.g.e., s. 236.

⁸⁹ P. SRAFFA, “The Laws of Returns under Competitive Conditions”, *The Economic Journal*, 1936, s.535-550.

⁹⁰ J. M. CLARK, “Towards a Concept of Workable Competition”, *American Economic Review*, Issue 30, 1940, s. 241.

⁹¹ “İkinci en iyi teoris” için bkz.: R.G. LIPSEY, K. LANCASTER, “The General Theory of the Second Best”, *Review of Economic Studies*, Issue 24, 1956-1957, s. 11-32; E. TÜRKKAN, *İkinci En İyi (Ekonomik , Siyasal ve Sosyal Sapmalarla Mücadele ve Erdemli Sapmalar Kuralı)*, Ankara, Liberte Yayınları, 2001.

⁹² ÇAPOĞLU, a.g.e., s. 38.

işleyebilir rekabeti, rekabetin gerçekleşebilir, aynı zamanda istenilir olan şekilleri olarak tanımlamıştır. Bu kavram birçok iktisatçı tarafından geliştirilmeye çalışılmış, yenilikçi ve dinamik bir süreç olarak ele alınan işleyebilir rekabet kavramı daha sonra etkin rekabet (effective competition) olarak adlandırılmıştır.⁹³

Endüstriyel organizasyon teorisi özellikle üç değişken üzerinde yoğunlaşmakta ve rekabeti bu üç değişken yardımıyla araştırma konusu yapmaktadır.⁹⁴

Birincisi piyasa yapılarının rekabete uygunluğunu test eden piyasa yapısı testidir. İkincisi, davranışların rekabete uygunluğunu test eden piyasa davranışları testidir. Üçüncüsü ise sonuçların rekabete uygunluğunu test eden piyasa sonuçları testi yani performans testidir.

Endüstriyel organizasyon teorisine göre firmanın piyasadaki başarısı, firmanın rekabet ettiği yapıyı, davranışı ve performansı ihtiva eden endüstri çevresinin özelliğine dayanmaktadır.⁹⁵ Yapı-Davranış-Performans testi olarak kabul edilen bu yaklaşım ileride ayrıca açıklanacaktır.

1.1.5.6. Yarışmacı Piyasa Teorisinde Rekabet

Bu konu kapsamında, bahsetmeye değer bir diğer teori ise, “yarışabilir piyasalar” (contestable markets) kavramıdır. Teoriyi geliştiren Baumol, Panzar ve Willig’e göre, piyasalar tam yarışabilir olma koşullarını sağladığında firmalar, kaynakların optimal dağılımını garanti etmeye mecbur olacaklardır.⁹⁶ Piyasaya giriş ve çıkış maliyetsiz ve çabuk olacak, fiyatların rekabetçi düzeyde ayarlanması sağlanacaktır. Böyle bir piyasa “vur-kaç girişi”ne sahne olacaktır. Yani firmalar pazara

⁹³ TÜRKKAN, 2001, a.g.e., s. 73.

⁹⁴ ÇETİNTAŞ, a.g.e., s. 28-29.

⁹⁵ AKTAŞ, a.g.e., s. 9.

⁹⁶ W.J. BAUMOL, J.C. PANZAR ve R.D. WILLIG, *Contestable Markets and the Theory of Industry Structure*, New York, Harcourt Brace Jovannich, 1982, s. 5-6.

girecek, kar fırsatlarının kısa dönem avantajlarını elde edecek ve maliyetsiz olarak piyasadan ayrılacaklardır.⁹⁷

Eksik rekabet teorileri karşısında klasik yaklaşımın yeniden güçlenmesiyle, özellikle 1980'lerde yarışmacı piyasa (contestable markets) modeli ortaya atılmıştır. Yarışmacı piyasa modeli, Adam Smith'in çok sayıda küçük ve güçsüz aktörler dünyasının "görünmez el"inin, az sayıda büyük firmanın olduğu günümüz dünyasında da geçerli olduğunu iddia etmektedir.

Yarışmacı piyasa modeline göre, günümüzde yaygın piyasa yapılarından olan tek el ve oligopol görünmez elin ortaya çıkardığı bir sonuçtur. Zira eksik rekabet teorilerinin iddia ettiğinin aksine, piyasalardaki potansiyel rekabet, ekonomik gücü ortadan kaldıracığı için, az sayıda firmanın bulunduğu piyasalarda dahi iktisadi güç yoktur, olamaz. Az sayıda firmanın bulunduğu piyasalarda bile gözlemlenen yapı, biçim olarak en etkin ve doğal piyasa yapısıdır.⁹⁸

Yarışmacı piyasa teorisine göre piyasaya giriş ve çıkışlar serbest olduğu sürece, piyasada tek bir firma dahi olsa fiyat-maliyet ilişkisi bozulamaz. Çünkü hiç bir firmanın, etkin rekabet baskısı altında fiyatları maliyetlerden koparma gücü yoktur. Tek el veya oligopol olan firmalar en etkin firmalardır; zira öyle olmasalardı varlıklarını sürdürmezlerdi. Bu nedenle, firmaların büyüklükleri ya da sahip oldukları piyasa gücü herhangi bir olumsuzluk kaynağı olmayacaktır.⁹⁹

⁹⁷ BAUMOL, PANZAR ve WILLIG, a.g.e., s. 9.

⁹⁸ ÇETİNTAŞ, a.g.e., s. 29'dan aktaran AKTAŞ, a.g.e., s. 9.

⁹⁹ E. KATIRCIOĞLU, "Bir Pazar Ekonomisi Kurumu Olarak Rekabet Hukuku", (Der. Nurkut İnan), **Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Etkisi**, Ankara, TES-AR Yayınları, No:20, Ankara, 1996, s. 3.

1.1.6. Rekabetin Fonksiyonları ve Ekonomik Yararları

Modern iktisat kuramlarında ekonomik etkinliğin üç boyutundan söz edilir; “üretimde etkinlik”, “kaynak dağılımında etkinlik” ve “yenilikte etkinlik”.¹⁰⁰ Bu etkinliklerin gerçekleştirilmesinin yolu, uygun rekabet kurallarının işletilmesidir.

Rekabet kuralları, teşebbüslerin, dinamik hareket edebilmelerinde, teknolojiye açık olmalarında, piyasanın isteklerine kulak vermelerinde, rasyonel yöntemlerle giderleri kısımlarında, düşük fiyatlarla en kaliteli malları ve hizmetleri üretebilmelerinde etkili olur.¹⁰¹ Buna göre rekabetin fonksiyonları ve yararları değişik başlıklar altında incelenebilir.

1.1.6.1. Kaynak Dağılımı ve Verimlilik Fonksiyonu

Piyasa mekanizmasının kaynak dağılımını, mümkün olan en yüksek toplumsal refaha ulaşacak biçimde yapması, piyasada etkin rekabet koşullarının olup olmamasına bağlıdır.¹⁰² Optimum kaynak dağılımının ve dolayısıyla optimum verimliliğin sağlanmasında, fonksiyonel işlerliğe sahip olan rekabet en etkin araçtır. Yatırım kararlarında hiçbir merkezi planın rekabetin bu fonksiyonunun yerini tutmadığı savunulmaktadır.¹⁰³ Ekonomik kaynaklara sahip olan birimler, bunları en karlı biçimde kullanmak isteyeceklerinden rekabet yoluyla kaynaklar en etkin oldukları alanlara kayarlar. Günümüzde rekabetin en önemli faydalarından biri olarak kaynak dağılımında verimliliği sağlaması gösterilmektedir. Zira hammadde, işgücü ve sermaye gibi ekonomik kaynakların sınırlı olduğu toplumlarda, belirli bir malın ne kadar üretileceği ve toplumsal değerlerin ne şekilde tahsis edileceğini ifade eden kaynak dağılımında verimlilik, kaynakların toplum tarafından etkin kullanılması açısından önem arz

¹⁰⁰ DPT, 2000, a.g.e., s. 1.

¹⁰¹ TEKİNALP, Ü., (Tekinalp/Tekinalp) AB Hukuku, Güncelleştirilmiş 2. Bası, Beta Basım Yayım, İstanbul, 2000, s. 382.

¹⁰² İ. ATİYAS, “Rekabet Politikasının İktisadi Temelleri Üzerine Düşünceler”, *Rekabet Dergisi*, C.:1, No:1, 2000, s. 25.

¹⁰³ K. STOCKMANN, “Sosyal Piyasa Ekonomisinde Rekabetin Fonksiyonları ve Korunması”, (Çev. M. Öğüt), *Sosyal Piyasa Ekonomisinin Rekabet Boyutu*, (Ed.: H. Erkan), İzmir, Sosyal Piyasa Ekonomisi, 1992, s. 20.

etmektedir.¹⁰⁴ Teorik olarak, kaynak dağılımında verimlilik fiyatın marjinal maliyete eşit olması ile mümkündür. Fiyatların marjinal maliyetlere doğru itilme süreci de rekabetin varlığı ile sağlanacaktır.¹⁰⁵

Rekabet, piyasa aktörlerini etkin olmaya zorlayarak piyasaların ekonomik verimliliğe ulaşmasını sağlar. Ekonomik açıdan beklenen faydalar, üretimde ve kaynak dağılımında verimlilik ve teknolojik gelişme başlıkları altında incelenmektedir.

1.1.6.2. Teknolojik Gelişmeyi Sağlama Fonksiyonu

Teşebbüslerin, piyasada faaliyetlerine devam edebilmelerinin şartı olan maliyetlerini düşürmelerinin bir diğer yolu ise yeni üretim teknikleri bularak, bunları rakiplerinden daha önce uygulayabilmektir. Rekabet avantajı sağlamak isteyen teşebbüsler, araştırma ve geliştirme faaliyetine ağırlık vermek suretiyle teknolojik gelişmeyi sağlayacaklardır. Anılan gelişme, sadece yeni bir üretim tekniğini değil, yeni bir ürün, örgütlenme veya hizmet şeklini de ifade eder. Rekabetin sağladığı teknolojik gelişmenin zincirleme etkisi dolayısıyla toplumsal refaha katkısı büyüktür.¹⁰⁶ Pazarlanabilir yeni bir ürüne dönüşecek yeniliğin firmalara sağlayacağı kazançlar, yeniliğin yaratılması için güçlü bir teşvik unsuru olmaktadır.

Wilcox'a göre rekabet, endüstriyel verimlilik artışının temelini oluşturan yenilikçi gelişmelerin kaynağıdır. Bu niteliği ile israfçı harcamaları azaltarak üretimi, maliyetini düşüremeyenlerden alır, düşük maliyetle gerçekleştirenlere teslim eder.¹⁰⁷

1.1.6.3. Gelir Dağılımını İyileştirme Fonksiyonu

Fiyatlar üzerinde söz sahibi olmak, gelir dağılımı üzerinde söz sahibi olmak demektir. Rekabet buna imkân vermediği için, rekabet sürecinin belirlediği fiyat sistemi

¹⁰⁴ DPT, 2000, a.g.e., s. 1.

¹⁰⁵ AKTAŞ, a.g.e., s. 11.

¹⁰⁶ AKTAŞ, a.g.e., s. 11.

¹⁰⁷ C. WILCOX, *Competition and Monopoly in American Industry*, Washington DC, US Government Printing Office, 1940, s. 1.

de iktisadi demokrasi ortamında hiç kimsenin tayin edici olmadığı, ancak herkesin sonucu küçük ölçüde etkileyebildiği bir oylama sisteminin sonucu gibi algılanabilir. Bu durumda gelir dağılımı da yarışmacı bir ortamda herkesin hak ettiği kazançları yansıtacaktır.¹⁰⁸ Rekabet, teşebbüslerin piyasada tutunmaları veya daha fazla kâr ve pazar payı elde etmeleri için, onları daha az kaynak kullanarak daha ucuza üretmeye zorlar. Böylece maliyet avantajı sağlayan teşebbüsler, rakiplerin baskılarına karşılık verebileceklerdir. Rekabetin var olduğu piyasalarda, teşebbüsler açısından rasyonel davranış ve hatta zorunluluk, üretimde verimliliğin sağlanmasıdır. Bu baskının olmadığı tekeli piyasalarda, tekel olan teşebbüs üretimde verimliliğe gitmekten ziyade, aynı kârı keyfi fiyat tespit ederek elde edebilecektir.

Etkin rekabetin bir diğer fonksiyonu, gelir dağılımı için kabaca bir ölçüt sağlamasıdır. Etkin rekabet, ekonomik başarının ödüllendirilmesine dayandığı için, daha verimli olanlar daha çok kar ve dolayısıyla daha yüksek gelir sahibi olacaktır.¹⁰⁹

1.1.6.4. Tüketici Tercihlerinin Tatmini Fonksiyonu

Rekabetin sosyal faydaları, yukarıda anılan ekonomik faydaların gerçekleşmesi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Ekonomik verimlilikle gerçekleşecek olan düşük maliyet, yüksek üretim ve düşük fiyat sayesinde toplumsal refah artacak, aşırı kârın engellenmesi sayesinde de tüketiciler korunacaktır.¹¹⁰ Ayrıca rekabet piyasadaki mal çeşitliliğini ve kalitenin artırılmasını sağlayarak tüketicinin yararını korur.

1.1.6.5. Ekonomik Gücü Kontrol Fonksiyonu

Etkin rekabet kontrol edilemeyen ekonomik gücün ortaya çıkmasını engeller. Ekonomik gücün kontrolünün belli bir boyuttan sonra, politik gücün de kontrolü anlamına geleceği yukarıda açıklanmıştır. Ayrıca, rekabetin varlığıyla

¹⁰⁸ TÜRKKAN, 2001, a.g.e., s. 90.

¹⁰⁹ STOCKMANN, a.g.m., s. 22.

¹¹⁰ AKTAŞ, a.g.e., s. 11.

ekonomik gücün tek bir elde toplanması engellenecek ve bu gücün toplumda yaygınlaşması sağlanacak ve teşvik edilecektir.

1.1.6.6. Politik Gücü Kontrol Fonksiyonu

Piyasa mekanizması altında devletin rolü, tamamlayıcı bir konumdadır ve asli fonksiyonu, mümkün olduğunca her yerde ve her zaman önceliği özel sektöre bırakması, ancak özel girişim ve piyasa mekanizmasının istenen sonuçları doğurmadığı yerde müdahale etmesidir. Etkin rekabetin işlediği bir alanda devlet müdahalesinin hiçbir dayanağı bulunamayacağı için, devlet herhangi bir müdahaleden önce bunun zorunlu olup olmadığını gözden geçirmek durumundadır. İşte bu anlamda rekabet süreci politik gücü de kontrol etmektedir.¹¹¹

1.1.6.7. Bireylerin Seçme Özgürlüğünü Artırma Fonksiyonu

Rekabet ortamı, bireyin ekonomik açıdan topluma açılmasında en geniş seçenekleri ortaya koyan bir mekanizma oluşturmaktadır. Bireylerin bağımsızlık, kendine güven, girişimcilik, yaratıcılık, toleranslı davranma, özgür yaşama eğilimlerini ve sosyal mobilitelerini artıran ve geliştiren etkiler yaratacaktır.¹¹² Etkin rekabet, girişimcilere maksimum davranış ve seçim özgürlüğü sağlar. Bu özgürlük etkin bir rekabetin temel koşullarından biri olmanın dışında, başlı başına değer de içerir.

1.1.6.8. Rekabetin Demokratikleştirme Fonksiyonu

Demokratikleştirme ve rekabet arasında sıkı bir ilişki vardır. Demokrasinin dayandığı temel prensipler ile rekabetin dayandığı temel prensipler büyük bir uyum içindedir. Demokrasi de, rekabet de toplumsal düzeyde adil yarışma anlayışına dayalıdır.¹¹³ Açık ve rekabete dayalı sistemler genellikle demokrasinin doğal bir sonucu olarak görülür. Bu nedenle rekabete dayalı piyasa mekanizması, siyasi bakımdan

¹¹¹ STOCKMANN, a.g.m., s. 25.

¹¹² TÜRKKAN, a.g.e., 2001, s. 85.

¹¹³ TÜRKKAN, a.g.e., 2001, s. 89.

demokrasilerin temeli ve güvencesidir. Bunun tersini söylemek de aynı derecede mümkündür. Ekonomide tekelleşme veya rekabetin ortadan kalkması, iktisadi çok sesliliğin sonu anlamına gelir. Ekonomik monopoller bir kez oluştuktan sonra, siyasi iktidarı elde etmekte zorlanmazlar; dolayısıyla ekonomik çok seslilik, siyasi çok sesliliğin adeta olmazsa olmaz koşuludur.¹¹⁴

Rekabetin fonksiyonları ve yararları konusuna son vermeden önce rekabet ve ticaret arasındaki ilişkiye de değinmek yerinde olacaktır. Rekabet politikası ve ticaret arasındaki etkileşime ilişkin Dünya Ticaret Örgütü (WTO) Çalışma Grubu'nun raporuna göre, etkin rekabetin var olduğu piyasaların özellikleri şu şekilde sıralanabilir:

Minimum bir ekonomik gelişmişlik düzeyi, kalite ve rekabet kültürü,

Karteller, gizli ve açık anlaşmalar, uyumlu eylemler ve hâkim durumun kötüye kullanılması da dâhil rekabeti bozucu uygulamaların ve piyasa yapılarının kontrolü,

Piyasaya giriş ve çıkışların serbest olması,

Devletin ekonomik ajanlar arasında tarafsızlığı,

Fiyatların piyasada oluşması,

Belirli derecede akışkanlığı garanti eden tarafsızlık ve saydamlık,

Sürekli gelişmeyi amaçlayan ve geniş çaplı düzenleyici mekanizmalar.¹¹⁵

¹¹⁴ AKTAŞ, a.g.e., s. 11.

¹¹⁵ World Trade Organization (WTO), **Report of the Working Group on the Interaction Between Trade and Competition Policy**, WT/WGTCP/W/127, 7 June 1999, s. 7.

1.2. REKABET POLİTİKASI VE TARİHSEL GELİŞİMİ

1.2.1. Tarihsel Gelişim

Günümüzde serbest piyasa ekonomisi genel kabul görmüş bir iktisadi düzendir. Bu düzenin varlığı için hiçbir unsur rekabet kadar stratejik öneme sahip değildir. Çünkü rekabet, ekonomik etkinliğin gerçekleşmesini sağlamakta; buna bağlı olarak sosyal ve siyasal faydalar ortaya çıkmaktadır.¹¹⁶

Bu bakımdan rekabetin insanlık tarihinde önemli bir yere sahip olduğu bilinmektedir. Toplumsal yaşama geçişle birlikte, bireylerin üstünlüklerini kanıtlamanın yollarından biri olarak ortaya çıkan ve medeniyetin gelişmesine olumlu katkıda bulunan rekabet olgusunun sosyal hayatın yanı sıra ekonomik ve teknolojik ilerlemeye de yarar sağladığı bilinmektedir.¹¹⁷ Tarihsel süreçte ekonomik hayatta rekabetin önemi giderek artmış ve eski çağlardan itibaren kanun koyucular rekabeti doğrudan veya dolaylı olarak ele alan düzenlemeler yapmışlardır. Ancak modern anlamda rekabet mevzuatı düzenlemesi ilk olarak ABD’de yapılmıştır.¹¹⁸

1.2.1.1. Amerika Birleşik Devletlerinde Rekabet Politikaları

Amerika Birleşik Devletleri söz konusu olduğunda rekabet politikası kavramından ziyade antitröst politikası kavramından söz etmek daha doğru bir yaklaşım olabilir. Bunun nedeni ABD ekonomisinin başlangıçtan bu yana tröstlerle mücadele edilmesini gerektiren bir yapı arz etmesidir. ABD hükümeti, tekellerin oluşumunu kısıtlama amacı güden yasaları çıkarmak ve uygulamak için antitröst politikaları kullanır. Bu politikaların mantığı, toplumsal refah kaybına neden olan monopollerin bu güce ulaşmalarını önlemektir. Bununla beraber, ölçek ekonomisi gerçeği, bazı monopol

¹¹⁶ DPT, 2000, a.g.e., s. 1.

¹¹⁷ A. AKINCI, *Rekabetin Yatay Kısıtlanması*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2001, s. 32.

¹¹⁸ AKTAŞ, a.g.e., s.12.

tiplerinin varlığının kabulünü de gerektirdiğinden bu ikisi arasındaki denge, hükümet tarafından antitröst politikalar yardımıyla sağlanabilecektir.¹¹⁹

ABD rekabet politikasının geçmişi 1870'lere kadar uzanmaktadır. Bu dönemde rekabet sınırlamalarına ilişkin sorunlara içtihat hukuku çerçevesinde çözümler bulunmaya çalışılmıştır.¹²⁰ Tarihsel perspektiften bakıldığında ABD ekonomisinin faaliyet alanı, 19'uncu yüzyılın ikinci yarısına kadar kendi ulusal sınırları olarak gözüktür. Batıya doğru genişleme, öncelikle demiryollarının, sonrasında iletişim sistemlerinin gelişmesine öncülük etmiş ve bu teknolojik yenilikler bölgeler arası ticaretin artmasını sağlamıştır. Gerek ticaretin artması ve gerekse sermaye piyasasında yaşanan gelişmeler ve diğer haberleşme iletişim gibi alanlardaki teknolojik yenilikler, firmaların mevcut pazarlarını genişletmelerine sebep olmuş ve kısa sürede büyüyen firmalar ABD ekonomisinin büyük gücü haline gelmişlerdir.¹²¹

İşte bireylerin özgürlüğü, toplumsal refah kaygıları ve büyüyen firmalar bir rekabet politikasının gereğini ortaya çıkarmıştır. Ancak, ABD'de rekabet politikası sadece bireylerin özgürlüğünü koruma aracı olarak değil, aynı zamanda ABD'nin serbest rekabete dayalı ekonomi politikasını güçlendirmenin bir aracı ve ekonomik etkinliği sağlamak yoluyla toplumsal refahı artırmanın bir enstrümanı olarak görülmektedir. ABD'de rekabetin kısıtlanmasına yönelik bir takım uygulamalar ilke olarak yasaklanmıştır. Bu ilkenin içini ise, içtihat hukukunun (*case law*) oluşumunu sağlayan mahkeme kararları doldurmuştur.

On dokuzuncu yüz yılın ikinci yarısından sonra ABD'de tröstlerin ve kartellerin gelişimi dikkat çekmektedir. Bu dönemde özellikle endüstriyel ürünler ve taşımacılık alanında ortaya çıkan ve rekabeti sınırlandıran ya da bütünüyle ortadan kaldıran tröstlerin sebep olduğu yoğunlaşma ve tekelleşme karşısında, bu durumdan doğrudan etkilenen çiftçiler, öncelikle demiryolu taşımacılığı ve genel olarak tüm tekellerin denetlenmesini sağlayacak düzenlemelerin acilen yapılması için örgütlenmiş

¹¹⁹ M.R. BAYE, *Managerial Economics and Business Strategy*, Second Edition, Irwin/McGraw-Hill, Boston, 1997, s. 482.

¹²⁰ DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI (DPT), Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, *Rekabet Hukuku ve Politikaları*, Özel İhtisas Komisyonu Raporu, Ankara, 2000, s. 6.

¹²¹ AKTAŞ, a.g.e., s. 12.

ve baskı grupları oluşturmuşlardır. Bu baskı gruplarının da etkisiyle, Sherman Antitröst Yasası (Sherman Antitrust Act) 1890 yılında yürürlüğe girmiştir.¹²² Baye, Sherman Yasası'nın birinci ve ikinci maddelerinin ABD antitröst politikasının köşe taşlarını oluşturduğunu ifade etmektedir.¹²³

Yasa tasarısını hazırlayan komisyonda yer alan Senatör Sherman:

“Eğer birleşmelerin yoğunlaşmış gücü bir tek adamda toplanırsa, bir kral kadar ayrıcalıklı olur ve bu durum bizim devlet biçimimize aykırıdır... Bir politik güç olarak krala tahammül edemiyorsak üretimin, ulaştırmanın ve yaşam için gerekli herhangi bir şeyin satışı için de bir krala tahammül etmemeliyiz. Bir imparatora boyun eğmiyorsak rekabeti engelleyecek ve herhangi bir malın fiyatını belirleyecek bir ticari diktatöre de boyun eğmemeliyiz”¹²⁴ diyerek hem antitröst hukukunun bu güne ulaşan temellerini atmış hem de rekabetin demokratik özgürlüklerle bağlantısını kurmuştur.

Aslında Sherman Yasasının ve dolayısıyla rekabet politikasının ABD’de ortaya çıkış nedeni, ekonomik ve siyasi gücün bir elde toplanmasını önlemek amacıdır.¹²⁵ Ancak, iktisatçıların Sherman Yasası’na karşı tepkisi olumsuz olmuştur. *Chicago Okulu* gibi, o zamanın iktisatçıları da, bu tür kısıtlamaların, ölçek ekonomilerini yok edeceğini düşünmüşlerdir. 1899 tarihinde yapılan Chicago Tröst Konferansı adlı toplantıda iktisatçılar, Sherman Kanunu’nun engellemeye çalıştığı yüksek yoğunlaşma oranlarının aslında “doğal endüstriyel devrim”in¹²⁶ ve ekonomik etkinliğin bir gereği olduğu sonucuna varmışlardır.¹²⁷

¹²² G.A. ÖZ, *Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Hukukunda Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2000, s. 25.

¹²³ BAYE, a.g.e., s. 482.

¹²⁴ A. ILICAK, *Sherman Antitröst Yasasının Ortaya Çıkışı: Yanılsamalar ve Gerçekler*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2003, s. 41.

¹²⁵ G. GÜRKAYNAK, “Niçin Yoğunlaşmaların Kontrolü” Adlı Sunuş, *Rekabet Politikası ve Yoğunlaşmaların Kontrolü*, 4 Mart 2003, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2003, s. 63.

¹²⁶ Rekabet kavramına ilişkin açıklamalar yaptığımız birinci başlıkta da belirtildiği gibi, “doğal endüstriyel devrim” yaklaşımı, Darwin teorisinin ekonomik alana bir yansımadır.

¹²⁷ AKTAŞ, a.g.e., s.14.

1890 yılında kabul edilmesine rağmen anılan kanun önemli bir süre uygulama alanı bulamamıştır. Önceki vakalar ve kanunlardaki anlam belirsizliklerini gidermek suretiyle, rekabet politikasını geniş bir şekilde mahkemeler yorumlamışlardır. Örneğin Yasanın başarılı bir uygulaması 1897 yılında bir davada,¹²⁸ ABD Yüksek Mahkemesi tarafından fiyat tespiti anlaşmalarının *per se*¹²⁹ (kendiliğinden veya koşulsuz) illegal olduğuna karar verilmesi ile ortaya çıkmıştır.¹³⁰

Başka bir davada Yüksek Mahkeme (Supreme Court), mahkemelerin *rule of reason* (makul olma kuralı veya hoşgörülebilir olma kuralı) soruşturması yapmadan karar verebileceğine hükmetmiştir. Yine başka bir davada¹³¹ Yüksek Mahkeme, yeniden satış fiyatının tespitini *per se* illegal bulmuş, daha sonra bu uygulamayı bazı dikey anlaşmalara da uygulayarak genişletmiştir.¹³²

Yukarıda da ifade edildiği gibi ondokuzuncu yüzyılın ikinci yarısından sonra, önceden birbirleri ile rekabet halinde olan işletmeler, “tröst” şeklinde örgütlenerek aralarındaki rekabeti ortadan kaldırmışlardı.¹³³ Ancak Birleşik Devletlerin sanayi devlerine karşı bu dönemde yürüttüğü antitröst mücadele ve bu mücadeleye örnek başka bir dava¹³⁴ olan 1911 tarihli *Standard Oil of New Jersey* vakasına kadar

¹²⁸ United States v. Trans-Missouri Freight Association, 171 U.S. 505, (1897) ve Joint Traffic Association (1898).

¹²⁹ *Per se* ve *Rule of Reason* yargısal doktrinlerine ilişkin olarak ilerde açıklama yapılacaktır. Ancak burada kısaca ifade etmek gerekirse *per se* yargısal doktrini “herhangi bir araştırmaya gerek kalmaksızın bir eylemin, bir anlaşmanın veya bir birleşmenin kendiliğinden rekabete aykırı bulunarak yasaklanması”nı ifade ettiği söylenebilir. Bu ilke gereğince bazı işlem ve eylemlerin rekabeti bozacağı o kadar açıktır ve tartışmasızdır ki, söz konusu eylem veya işlemin rekabet üzerindeki etkilerini incelemeye gerek yoktur. *Rule of Reason* ilkesi (veya yargısal doktrini) ise, sözkonusu anlaşma, birleşme veya fiilin rekabet üzerindeki etkilerinin araştırılmasını ve dolayısıyla ekonomik analizi gerektirmektedir (DPT, 2000, a.g.e., s. 7).

¹³⁰ BAYE, a.g.e., s. 483.

¹³¹ Dr. Miles Medical Co. v. John D. Park&Sons Co., 220 U.S. 373, (1911).

¹³² M.J. TREBILCOCK, “The Evolution of Competition Policy: Lessons from Comperative Experience”, Derleyenler: Rong-I Wu ve Yung-Pen Chu, **Business, Markets and Government in the Asia Pacific** içinde, Routledge, London and New York, 1998, s. 90-91.

¹³³ DPT, 2000, a.g.e., s. 6.

¹³⁴ Standard Oil Co. v. United States, 221 U.S. 1, 60, 64-65, 68, (1911).

Sherman Yasası'nın tam gücü anlaşılammıştır. Bu dava daha sonraki yöneticiler için uygun bir ihtar niteliği taşıması açısından da dikkat çekicidir.¹³⁵

Standard Oil of New Jersey davasında Yüksek Mahkeme, hâkim durumdaki firma davranışını ele almış ve önemli prensipler ortaya koymuştur. Birincisi, rafineri ürünleri piyasasında Standard Oil Firmasının % 90'lık piyasa payına sahip olması, tekel olduğunun bir göstergesi olarak kabul edilmiştir. İkincisi, Mahkeme, *rule of reason* analizini, antitröst davalarında temel yöntem olarak yerleştirmiştir. Üçüncüsü bu dava ile birlikte, bazı firma davranışları sınıflandırılmaya başlanmıştır.¹³⁶

Standard Oil of New Jersey ve *Standard Oil of Ohio* arasında petrol ürünlerinin fiyatları ile bu ürünlerin taşınma fiyatlarına ilişkin fiyat sabitleme anlaşmaları yapılması vesilesiyle Yüksek Mahkeme vakayı derinlemesine incelemiştir. Mahkeme, anılan firmaların seçici davranmalarını, maliyetin altında fiyat kırmalarını, kanunsuz bir şekilde rakiplerini satın almaya kalkışmalarını, sahte (paravan) şirket kurmalarını, diğer firmaların çalışanlarını casus olarak kullanmaya kalkışmalarını ve hatta rakip firmalara ve taşıyıcılara fiziksel tehditte bulunmalarını petrol endüstrisinde tekelleşme olarak kabul etmiştir. Bunun sonucu olarak Mahkeme, anılan şirketi, bu gün Exxon, Mobil, Chevron, Amoco ve BP America gibi şirketlerin de içinde bulunduğu 33 parçaya ayırmıştır.¹³⁷ Bu davada Standart Oil tekelinin parçalanmasından daha da önemli olan, Hâkim White tarafından açıklanan çoğunluk görüşünü yansıtan Rule of Reason doktrinine ilişkin Yüksek Mahkemenin anlayışıdır.

Rule of Reason uygulamasında ortaya çıkan problem, firma yöneticilerinin karları artırmak için özel fiyatlandırma stratejilerini uygulamalarının Kanunu ihlal edici nitelikte olup olmadığını bilememeleridir. Bu nedenle Kongre 1914 yılında Clayton Yasası'nı çıkararak illegal eylemleri çok daha açık bir şekilde ortaya koymaya çalışmıştır.¹³⁸ 1936 yılında ise Robinson Yasası (Robinson Patman Act) aynı amaçla kabul edilmiştir. Robinson Yasası'nın 2(a) maddesi, bir tekelin yaratılması sonucunu

¹³⁵ BAYE, a.g.e., s. 483.

¹³⁶ AKTAŞ, a.g.e., s.14.

¹³⁷ BAYE, a.g.e., s. 483.

¹³⁸ BAYE, a.g.e., s. 484.

doğuracak veya rekabeti daha da azaltacak şekildeki bir fiyat ayrımcılığının illegal olduğunu ifade eden Clayton Yasası'nın 2. maddesini ıslah edici niteliktedir.

Sherman Kanunu'nun tamamlayıcısı olarak kabul edilen Clayton Kanunu, ve Robinson Yasası bazı birleşmelerin, fiyat ayrımcılığının, bağlı ve münhasır anlaşmaların, rakip konumda sayılabilecek firmaların ortak yönetime sahip olmaları gibi önemli oranda rekabeti kısıtlayan davranışların hukuka aykırı olduğuna hükmederek rekabet politikasının alanını genişletmişlerdir.¹³⁹

Aynı dönemlerde Federal Ticaret Komisyonu'nu (Federal Trade Commission) kuran, Federal Ticaret Komisyon Kanunu kabul edilmiştir.¹⁴⁰ Bu yasal değişiklikler sonucu, ABD'de rekabet politikası uygulamalarında bir ileri aşamaya geçildiği söylenebilir.¹⁴¹

İktisatçılar 1890-1930 arası dönemde, bu uygulamaları serbest piyasaya bir müdahale olarak algılamış ve eleştirmişlerdir. Bunun üzerine bazı alanlarda muafiyetler getiren yeni yasalar çıkartılarak Sherman Kanunu'nun uygulama alanı daraltılmıştır.¹⁴² Bu dönemde Yüksek Mahkeme hâkim duruma ilişkin bir davada¹⁴³ açık ve kesin eylem delillerini önemsememiş ve ülkenin en büyük çelik üreticisini, tekelci fiyat uygulanması konusunda suçsuz bulmuştur. U. S. Steel'in 1910'larda % 80 olan piyasa payının, 1920'de % 40'lara düşmesi Mahkeme'ce yeterli bulunmuş ve firmanın piyasa gücünü kaybettiği sonucuna varılmıştır.¹⁴⁴ Ayrıca bu dönemde, piyasa gücünün ölçülmesi gerektiği davalarda, Mahkeme'nin hâkim durum sonucuna götürmeyecek şekilde ilgili piyasayı geniş tanımladığı da görülmektedir.¹⁴⁵

¹³⁹ BAYE, a.g.e., s. 484

¹⁴⁰ TREBILCOCK, a.g.m., s. 92.

¹⁴¹ W.E. KOVACIC ve C. SHAPIRO, "Antitrust Policy: A Century of Economic and Legal Thinking", *Journal of Economic Perspectives*, Vol.:14, No:1, Winter-2000, s. 50-51.

¹⁴² TREBILCOCK, a.g.m., s. 92.

¹⁴³ United States v. United States Steel Corp., 251 U.S. 417, 440-441, 451 (1920).

¹⁴⁴ BAYE, a.g.e., s. 483.

¹⁴⁵ KOVACIC ve SHAPIRO, a.g.m., s. 50-51.

1936 yılında kabul edilen *Robinson Patman Yasası*, bir piyasada rakiplerin fiyatlarıyla karşılaştırma yapmak gerektiğinde, fiyat ayrımcılığı şayet kalite ve maliyetler arasındaki farktan kaynaklanmakta ise buna izin verilebileceğini, yani bu durumun kanuna aykırı olmayabileceğini ifade etmektedir.¹⁴⁶ Ancak bu yaklaşım uygulamada “işleyebilir rekabet teorisi”nin ortaya çıkışına kadar geçerli olmamıştır. 1930-1940’lı yıllardaki çalışmaların devamı olarak, J.M. Clark tarafından “işleyebilir rekabet teorisi” (workable competition) geliştirilmiştir. Bu teoriye göre, ürün farklılaşmasından dolayı tam rekabet piyasaları muhtemelen olmayacaktır ve mümkün olan en yüksek rekabet, rekabet politikasının kullanılmasıyla sağlanabilecektir. Bu teorinin yayılması sonucu, 1950 yılında, *Celler-Kefauver Kanunu*, Clayton Kanunu’nun özellikle Yasa’ya karşı bir ihlal oluşturmayan birleşme ve devralma durumlarında firmalar açısından büyük zorluklar ortaya çıkaran yedinci bölümünü güçlendirilmiştir.¹⁴⁷

“İşleyebilir rekabet Teorisi”nin geliştirilmesiyle, 1950’lerin sonunda, “yapı-davranış-performans” (structure-conduct-performance) paradigması ortaya çıkmıştır. Bu okulun kuramcılarında olan Harvardlı iktisatçı Joe Bain’e göre ölçek ekonomisi genellikle çok önemli değildir; piyasalara giriş engelleri bir hayli yüksektir ve rekabeti engelleyici davranışlar çok düşük pazar yoğunluklarında bile başlayabilmektedir. Bain, bu çıkarımlarıyla, rekabet kanununun çok sıkı uygulanması gerektiği sonucuna varmıştır. Bu, ABD tarihinde rekabet kurallarının en cesur uygulandığı dönemin başlamasında önemli bir rol oynamıştır.¹⁴⁸

ABD Antitröst yasalarının tarihsel gelişimine yukarıda değinildi. Tarihsel gelişime bakıldığında antitröst kanunların akla en yakın amacının, demokratik kurumları koruma endişesi olduğunu görülebilir. Yüzyılın sonundaki antitröst kanunlar, ilerlemeci politik hareket ortamında gelişmiştir. İki ABD başkanı, Theodore Roosevelt ve Woodrow Wilson, tröst parçalayan liderler olarak öne çıkmışlardır. O hareketin temel endişelerinden biri, büyük ulusal işletmelerin Birleşik Devletler siyasetinde sahip

¹⁴⁶ BAYE, a.g.e., s. 484.

¹⁴⁷ BAYE, a.g.e., s. 485.

¹⁴⁸ AKTAŞ, a.g.e., s.16.

olmaya başladıkları etkiydi. Şirketlerin ekonomik gücünü azaltmayı hedefleyen antitröst kanunların, onların politik güçlerini de azalttığı kanısını doğurmuştur.¹⁴⁹

Bu nedenle olsa gerek, ABD’de 1960 ve 1970’li yıllarda, rekabeti engelleyici davranışlar çok sıkı takip edilmiştir. Yüksek Mahkeme bir davada,¹⁵⁰ ayakkabı üretim piyasasında % 4,5 ve ayakkabı perakende piyasasında % 2,3 paya sahip bir firma yaratacak birleşmeye engel olmuştur.

Ancak yakın zamanda, ABD, rekabet politikasında uygulama değişikliğine yönelmiştir. Politika, ABD rekabet politikasındaki ölçekle ulaşılacak iktisadi etkinliğe rağmen küçük işletmelerin korunması eğilimini eleştiren *Chicago Okulu* tarafından büyük oranda etkilenmiştir. Rekabet politikasına ilişkin bu yaklaşım, iktisat ile Chicago tarzı görüş arasında bir gerilim meydana çıkarabilir. Bir tarafta, Chicago Okulu tröst karşıtları, rekabet politikası amacına uygun olarak, görece yoğunlaşmış endüstrilere ve büyük şirketlere büyümeleri için izin vererek, nispeten “görünmez el” ve “bırakınız yapsınlar” (*laissez-faire*) yaklaşımını destekleme eğilimindedir. Diğer tarafta, yine Chicago Okulu Kamu Tercih Teorisi, öyle bir yapı içindeki politik lobi faaliyetinin artan olasılığını ve o lobi faaliyetinin sosyal maliyetlerini analiz etmektedir.¹⁵¹ Bu Okula göre, rekabet kanununun amacı etkinliği maksimize etmektir; diğer sosyal faydalar, eğer gerekliyse, başka politika enstrümanlarıyla izlenmelidir. Etkinlik eksenli bu analiz neticesinde, yoğunlaşma yaratan birleşmelerin muhtemelen daha yüksek etkinliği gerçekleştirebileceği, dikey anlaşmaların çoğu ve yatay anlaşmaların bazılarının sosyal olarak istenebilir olduğu görüşü ağırlık kazanmıştır. Başkan Reagan ve Bush dönemindeki rekabet politikaları, bu iktisadi düşünceden etkilenmişler ve sonucunda yatay karteller haricinde rekabet kanunlarının uygulanması bir hayli

¹⁴⁹ B.H. McDONNELL ve D.A. FARBER, “Are Efficient Antitrust Rules Always Optimal?”, *The Antitrust Bulletin*, Fall-2003, s. 814.

¹⁵⁰ *Brown Shoe Co. v. United States*, 370 U.S. 294, 320, 344 (1962).

¹⁵¹ McDONNELL ve FARBER, *a.g.m.*, s. 811.

hafiflemiştir.¹⁵² Hatta 1980’li yıllardan itibaren çok ciddi büyüklükteki yatay birleşme ve devralmalara izin verilmiş ve bu konuda az sayıda dava açılmıştır.¹⁵³

Ekonomik yoğunlaşmanın politik kurumlardaki etkisini dikkate almak, ABD antitröst yasalarının oluşumunu anlatan tarihin bir bölümüyle de uygunluk arz etmektedir. Bu kanunların yasamayla ilgili tarihinde, yasaların amacı hakkında ne söylendiğine dair uzun süren bir tartışma vardır. Ürün piyasası etkinliğinde yoğunlaşmaların birçoğu, Robert Bork’un argümanına olumlu bakmaktadır. Bu argüman, yasanın amacının tüketici refahını ve etkinliğini artırmak olduğunu ileri sürer.¹⁵⁴ Fakat, diğer yazarlar aynı tarihi sürece baktıklarında, o tarihi süreçte şu değişik amaçları algılamaktadırlar: Üreticilerden tüketicilere doğru geliri yeniden dağıtmak, küçük işletmeleri, onların kültürel ve ahlaki değerlerinden dolayı korumak, büyüklüğe karşı geleneksel popülist güvensizlik, büyük şirketlerin ve yoğunlaşmış endüstrilerin demokratik kurumlar üzerindeki etkisine dair endişe.¹⁵⁵

ABD’de rekabet politikasına ilişkin uygulamalar, Harvard ve Chicago Okullarının etkisi ile zaman zaman farklılık göstermektedir. Bu nedenle anılan Okulların görüşlerini kısaca özetlemek yararlı olabilir.¹⁵⁶

1.2.1.1.1. Chicago Okulunun Görüşleri

- Antitröst Kanunlarda ifade edilen kamu (ekonomi) politikasının tek hedefi ekonomik etkinliktir.

— Ekonomik etkinlik, üretici ve tüketici artığı toplamı olarak ifade edilen *toplumsal refah* şeklinde ölçülür.

¹⁵² R. WHISH, *Competition Law*, Third Edition, London, Butterworths, 1993, s. 18.

¹⁵³ G. GÜRKAYNAK, *Türk Rekabet Hukuku Uygulaması İçin Hukuk ve İktisat Perspektifinden Amaç Tartışması*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2003, s. 33.

¹⁵⁴ H. HOVENKAMP, *Federal Antitrust Policy: The Law of Competition and Its Practice*, Second Edition, Minn, West Group, 1999, s. 51.

¹⁵⁵ HOVENKAMP, a.g.e., s. 50-51.

¹⁵⁶ AKTAŞ, a.g.e., s.16.

— Devlete göre tüketici refahı açısından etkinliğin bir ölçüsü, tüketicilere yansıyan fiyatlar üzerinde tüketici lehine bir etki sağlayabilmesidir.

— Piyasa faaliyetlerinde firmalara uygulanan *per se* yasaklamalar engellenmelidir.

—Piyasa yapısı ve faaliyetleri, ekonomik etkinliğe olan tesirleri açısından değerlendirilmelidir.

— Piyasadaki rekabet yasal kısıtlamalar olmadan muhtemelen daha güçlü olacaktır ve genellikle regüle edilmeyen piyasalar iktisadi açıdan etkin bir sonuç üretecektir.

— Yasal müdahaleler uyumlu eylemleri engelleme, piyasa aksaklıklarını giderme, piyasaya giriş özgürlüğünü sağlama ve yoğun tekelleşmeyi engelleme ile sınırlandırılmalıdır.

1.2.1.1.2. Harvard Okulunun Görüşleri

— Rekabet Kanunlarında ifade edilen kamu politikasının, ekonomik etkinlikten başka daha geniş hedefleri olmalıdır.

— İdari ve yargısal müdahale, politika hedefleri arasında dengeye ulaşmak adına gereklidir, ancak bu müdahale ekonomik etkinliği maksimize etmeyebilir.

— Herhangi bir araştırmaya gerek kalmaksızın kendiliğinden (*per se*) yasaklamalar doğrudur.

— Piyasalar devamlı pazar gücüne muhataptır ve pazar etkinliği karinesi yersizdir.

— Piyasalara devletin müdahale etmesi diğer hedeflere olduğu kadar muhtemelen iktisadi etkinliğe ulaşılması için de gereklidir.

— Rekabet politikası, piyasa yapılarının ve firma davranışlarının pazar gücü yaratılmasını engelleyecek şekilde bir düzeni sağlamak hedefine yönelik olmalıdır.

1.2.1.2. Avrupa Birliği Rekabet Politikaları

AB rekabet kurallarının amaçları politik ve ekonomiktir. Bu kuralların amacı, üye devletler arasında ticaret engellerini kaldırarak entegrasyonu sağlamak, tüketiciyi korumak, verimliliği artırmak, dürüst ve adil rekabet piyasasını oluşturmaktır.¹⁵⁷

Avrupa Birliği süreci 1951 tarihinde, Fransa, Almanya, İtalya, Hollanda, Belçika ve Lüksemburg arasında imzalanan ve Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu'nu kuran Paris Antlaşması'yla başlamıştır. Daha sonra 1957 tarihli Roma Antlaşması imzalanmıştır. Roma Antlaşması ile yalnızca belli sektörler değil, üye ülkelerin tüm ekonomilerinin entegre olması ve rekabet politikasının bu amaca ulaşmak için önemli bir araç olduğu benimsenmiştir.¹⁵⁸

AB rekabet politikası birçok amacın birlikte hassas bir dengesini içerir. Birlik içinde rekabetin tesisi için üç amaç merkezi önemi haizdir: açık bir ticaret politikası, iç pazar ve aktif bir rekabet politikası.¹⁵⁹ Avrupa Birliği Antlaşması, rekabet kurallarının temelde politik ve ekonomik amaçlar taşıdığını ifade etmektedir. Bunlar, üye devletlerarasındaki entegrasyonu sağlamak, tüketiciyi korumak, verimliliği artırmak ve adil bir rekabet piyasası oluşturmak şeklinde ifade edilebilir.¹⁶⁰

Roma Antlaşması'nın 2 nci maddesinde, temel amaç "üye ülkeler arasında bir ortak pazarın yaratılması" olarak belirlenmiş ve madde 3(g)'de ifadesini bulan "iç pazar dâhilinde rekabetin bozulmamasını sağlayacak bir sistemin kurulması" bu amaca yönelik önemli araçlardan birisi olarak kabul edilmiştir.¹⁶¹

¹⁵⁷ TEKİNALP, Ü., (Tekinalp/Tekinalp) AB Hukuku, Güncelleştirilmiş 2. Bası, Beta Basım Yayım, İstanbul, 2000, s. 381-382.

¹⁵⁸ TREBILCOCK, a.g.e., s. 93-94.

¹⁵⁹ D. HILDEBRAND, *The Role of Economic Analysis in the EC Competition Rules*, London, Kluwer Law International, 1998, s. 12.

¹⁶⁰ L. RITTER, W.D. BRAUN ve F. RAWLINSON, *EEC Competition Law- A Practioner's Guide*, Brussel and Chicago, 1991, s. 3.

¹⁶¹ T. MÜFTÜOĞLU, "Rekabet Kanunu ve İki Yıllık Uygulaması", *Rekabet Dergisi*, C.:1, No:1, 2000b, s.7.

Avrupa Birliği, “*serbest rekabete dayalı piyasa ekonomisi*”ni ilke olarak benimserken, Roma Antlaşması’na göre rekabet politikasını düzenleyen maddeler genel olarak piyasa etkinliğini, tüketicilerin ve küçük işletmelerin korunmasını ve tek Avrupa pazarının yaratılmasını hedeflemektedir.¹⁶² Sosyo-ekonomik koşullar dikkate alındığında Avrupa Birliği açısından bu durum anlaşılabilir görünmektedir. Çünkü Avrupa’da tek pazar entegrasyonu hedefi, gümrüklerin ve ticaret kotalarının korunmasından küçük ve orta ölçekli işletmeleri mahrum bırakmıştır. Dolayısıyla bu işletmeler, diğer üye devletlerdeki büyük firmalarla rekabette büyük zorluklarla karşı karşıya kalmışlardır.¹⁶³ Avrupa Birliği’nde, çalışanlara ileri düzeyde iş güvencesiyle (bununla birlikte, diğerleri için daha yüksek işsizlik) ekonomik istikrar ABD’ye göre daha çok vurgulanır. Bu fark, ABD iş gücü piyasasının fazla esnekliğine bağlanmaktadır. Gifford ve Kudrle’nin ifade ettiği gibi, “ABD ile keskin bir karşıtlık içinde olan Avrupa Birliği’ni oluşturan devletlerin her birisinde en önemli politik gücün isteği, üretimin ve istihdamın mekân olarak sabitlenmesinin, etkinliğin ve büyümenin istikrarından önce geldiğidir.”¹⁶⁴

Avrupa Birliği’nde etkin bir rekabet politikası 1962 tarihli Konsey Tüzüğü¹⁶⁵’nün kabulüyle uygulanmaya başlamıştır. Bu tüzük, şikâyet ve anlaşmaların bildirimini gibi, 81 ve 82. maddelerin uygulanmasına dair usul kurallarını ortaya koymaktadır. Goyder’e göre bu Tüzüğün AB rekabet politikasında derin etkileri olmuştur.¹⁶⁶ Takip eden dönemde AB rekabet politikası yavaş yavaş şekillenmeye başlamıştır. Başlangıçta yavaşken, yıllar geçtikçe verilen kararlar artmıştır. Örneğin, Komisyon, rekabet politikasına dair ve 1961-72 yıllarını kapsayan ilk raporunu (First Report on Competition Policy), 1972 yılında çıkarmıştır. Bu rapora göre, 81 inci madde

¹⁶² P. CRAIG ve G. DE BURCA, *EU LAW: Text, Cases and Materials*, Second Edition, Oxford University Press, 1998, s. 891

¹⁶³ V. KORAH, *An Introductory Guide to EC Competition Law and Practice*, Fifth Edition, London, Sweet&Maxwell, 1994, s. 9.

¹⁶⁴ GIFFORD ve KUDRLE, *a.g.m.*, s.708.

¹⁶⁵ Council Regulation No. 17/62, 13 J.O. 204 (1962).

¹⁶⁶ D.G. GOYDER, *EC Competition Law*, Second Edition, Oxford University Press, 1993, s. 46.

kapsamında verilen 51 dava kararının 19'u 1971 yılında verilmiştir. 82 nci madde kapsamında bakılan 3 davanın tamamı 1971 yılında karara bağlanmıştır.¹⁶⁷

Konuyu eksenine oturtmak açısından bu kısımda AB'de Yoğunlaşmaların Kontrolüne ilişkin Tüzük¹⁶⁸ hakkında kısa bir özgeçmiş sunmakta yarar var. 1990'da yıllar süren müzakerelerden sonra anılan Tüzük çıkarılmıştır. Bu, mevcut antitröst yasalarına çok önemli bir katkı sağlayacak bir enstrüman olarak görülmektedir. Avrupa rekabet hukukunun temeli olan Roma Antlaşmasının rekabeti önleyici anlaşmalar ve kartellere karşı düzenlemeler içeren 81. maddesi yanında, 82. maddesi de hâkim durumu ve hâkim durumun kötüye kullanılmasının yasaklanmasını düzenler.¹⁶⁹

Tüzük AB Komisyonuna birleşme yapan firmalara toplumsal boyut kazandırma gücünü de verir. Bunlar geniş ve trans Avrupa Birliği birleşmelerini de içine alacak şekilde "sermaye devri" (turnover) kriterine göre tanımlanır.¹⁷⁰

Tüzüğün en büyük başarısı, onun One stop Shop olarak Euro birleşmelerini düzenleyerek onaylamadaki elverişliliğidir; ayrıca Birleşmeler Yetkili Komisyonu'nun (Mergers Task Force) vakaları çözmede gösterdiği çabukluk da bu Tüzüğün en büyük başarısı olarak kabul edilmektedir. Bildirilen anlaşmaların % 90'ından fazlası dört haftalık bir incelemeden sonra çözülmektedir. Ciddi rekabet kaygıları doğuran anlaşmalar ise çok daha detaylı ve yoğun dört aylık bir araştırmaya ihtiyaç duymaktadır.¹⁷¹

¹⁶⁷ TREBILCOCK, a.g.e., s. 97.

¹⁶⁸ Burada kastedilen regülasyon Avrupa Topluluğu Birleşmelerin Kontrol Tüzüğü'dür. Orijinal adı "Council Regulation (EEC) 4064/89 of December 1989 on the Control of Concentrations Undertakings" dir. Bu çalışmada kısaca "4064/89 Birleşme Tüzüğü" veya sadece "Tüzük" olarak anılacaktır.

¹⁶⁹ D. RIDYARD, "Economic Analysis of Single Firm and Oligopolistic Dominance under the European Merger Regulation", *ECLR*, No. 5, 1994, s. 255.

¹⁷⁰ RIDYARD, a.g.m., s. 255.

¹⁷¹ RIDYARD, a.g.m., s. 255.

Bishop ve Walker, AB rekabet politikasının “entegrasyon hedefi” ve “ekonomik hedefler” olmak üzere iki temel amacı bulunduğunu, ancak uygulamada bu iki amacın zaman zaman birbirleri ile çatışabileceğini ifade etmektedirler.¹⁷²

AB’de başlangıçtaki davalar, rakipler arasındaki anlaşmalara odaklanmışken, 1970’lere kadar birleşme politikası gündeme gelmemiştir.¹⁷³ Birleşme politikasının ilk ele alındığı dava, Continental Can C. davasıdır.¹⁷⁴ Bu davada Komisyon, 82 nci madde yardımıyla hâkim durumu güçlendirdiği gerekçesiyle birleşmeye engel olmuştur. Her ne kadar Adalet Divanı anılan kararı bozsa da, 82 nci maddenin rekabeti bozucu birleşmeleri engellemekte kullanılabileceğini kabul etmiştir. Birleşme politikası hakkında başlayan tartışmalar, yukarıda anılan Tüzüğün kabul edilmesi ile sona ermiştir.¹⁷⁵

AB rekabet politikasına ilişkin genel bir eleştiri, Komisyon’un bazı vakalardaki yaklaşımının piyasayı çok katı tanımlamasına yol açtığına ilişkin işaretler olduğu yolundadır. Tüzüğe göre yapılan piyasa tanımlaması, kabul edilen ikamelerin fonksiyonel özelliklerine ilişkin tesadüfi gözlemlere dayanmaktadır, ancak Komisyon artık fiyat korelasyon testleri ve müşteri satın alma modları gibi iktisadi teknikleri ilgili piyasaya ilişkin görüşün tayininde kullanmaya başlamıştır.¹⁷⁶ Yani ABD’den sonra Avrupa Birliği’nde de rekabet ihlaline ilişkin vakalarda artık ekonomik analizler ve kantitatif teknikler kullanılmaya başlanmıştır.

Son dönemlerde, AB’de rekabet politikası uygulamalarının güçlendirilmesi amacıyla kurallar ve prosedürlerin güncelleştirilmesi üzerinde çalışılmaktadır. Bu çalışmalarda, uygulama usullerinin basitleştirilmesi, davaların analizinde daha fazla ekonomik yaklaşım ve uygulamada ulusal rekabet otoritelerinin ve ulusal mahkemelerin daha fazla katılımı hedeflenmektedir. Bu amaçla 1999 yılında yayınlanan Beyaz Kitap tartışmaya açılmış, tartışmalar neticesinde 1962’de yürürlüğe giren 17 sayılı Tüzük’ün

¹⁷² S. BISHOP ve M. WOLKER, *Economics of E.C. Competition Law: Concepts, Application and Measurement*, London, Sweet&Maxwell, 1999, s. 3-5.

¹⁷³ AKTAŞ, a.g.e., s. 21.

¹⁷⁴ Continental Can C., O.J. L7/25, (1972).

¹⁷⁵ TREBILCOCK, a.g.e., s. 97.

¹⁷⁶ RIDYARD, a.g.m., s. 256.

yerini alması için, 2000 yılında yeni tüzük teklifi yapılmıştır. Bu teklifin, 1989 birleşme tüzüğü'nün yürürlüğe girmesinden bu yana, AB'de rekabet alanında yapılan en temel girişimlerden biri olarak anılabileceği belirtilmektedir.¹⁷⁷

Dikey anlaşmalara ilişkin olarak Avrupa Komisyonu'nun 1997'de yayınladığı “Yeşil Kitap”¹⁷⁸ (Green Paper), özellikle 81. maddenin uygulamasında köklü değişiklikler getirmiştir. O zamana kadar ilgili maddenin uygulamasında hemen hemen ekonomik analize hiç başvurulmazken, bu tarihten sonra ekonomik analiz konusunda bir politika değişikliğine gidildiği gözlenmektedir. Rekabet hukukunda ekonomik analiz, belirli bir ekonomik faaliyetin (firmaların birleşmesi, bölünmesi, fiyat anlaşmaları gibi) refah ve etkinliğin artırılması veya azaltılmasına yol açıp açmadığını araştıran analizdir.¹⁷⁹ Yukarıda da ifade edildiği gibi AB rekabet politikasının temel amacı, tek bir pazarın entegrasyonu idi. Bu ise ekonomik etkinlik ve refah maksimizasyonu amacını ikinci plana itmekteydi.

Bishop'a göre uygulamaya bakıldığında Avrupa Birliği'ndeki (ve ABD'de) rekabet kurallarının yapısı, bir ekonomik engeller serisi olarak görülebilir. Aslında her engel, regülatörlerin kendilerine, Tüzük kurallarının ekonomik anlamda gerçekten teminat altında olup olmadığını sormaları için birer hatırlatıcıdır.¹⁸⁰

1.2.2. Rekabet Politikası ve Rekabet Hukuku Kavramları

Rekabet politikası, rekabet kurallarının uygulanması yanında, kamunun mal ve hizmet piyasalarına gereksiz müdahaleler yoluyla yarattığı piyasa aksaklıklarına

¹⁷⁷ COMMISSION REPORT, *European Community Competition Policy (2000)*, XXXth Report on Competition Policy, 2000, s. 4-5.

¹⁷⁸ Green Paper on Vertical Restraints in EC Competition Policy, COM (96) 721.

¹⁷⁹ V. VEROUDEN, “Vertical Agreements and Article 81 EC: The Evolving Role of Economic Analysis”, *Antitrust Law Journal*, Volume 71, 2003, s. 526.

¹⁸⁰ B. BISHOP, “Antitrust Enforcement and the Rule of Law”, *E.C.L.R.*, Issue 1, 1998, s. 1.

karşı rekabetin savunulmasını içeren bir kavramdır ve rekabet hukukundan daha kapsamlıdır.¹⁸¹

Devletin, iktisadi politika araçlarıyla makro ekonomik süreçlere müdahale etmesi ve yön vermeye çalışmasının yanı sıra , çeşitli kanun ve düzenleyici kurumlar aracılığıyla, aksayan mikroekonomik süreçlere ve tek tek piyasaların işleyişine müdahale etmesi; aksamaya neden olan engelleri ortadan kaldırarak piyasaların performansını iyileştirmeye çalışması; ekonomik verimliliği ve toplumsal refahı ençoklaştırmanın olmazsa olmaz koşullarından kabul edilmektedir.¹⁸²

Bu açıdan bakıldığında geniş anlamda rekabet politikası, piyasalarda rekabet şartlarının hüküm sürmesine¹⁸³ veya etkin ve rekabetçi firmaların yaratılması ve büyümesine imkân hazırlayan kamu politikası araçlarını¹⁸⁴ ifade etmektedir. Aslında kamu politikası aracı olarak değil de bir ekonomi politikası aracı olarak rekabet hukukunu konumlandırmak daha doğru bir yaklaşım olabilir. Çünkü sınır daha belirginleşmiş, buna paralel olarak hedef de netleşmiş olacaktır. Nitekim Eğilmez ve Kumcu, Türk Rekabet Kurumu'na ekonomi politikası araçları içinde yer vermektedirler.¹⁸⁵

Dar anlamda rekabet politikası, rekabet kanunlarında yer alan rekabet kurallarının uygulanması olarak ifade edilebilir.¹⁸⁶ Buna karşın sadece kanunlarda belirlenen hedeflere odaklanmak bazı eleştirilere uğramıştır. Örneğin Avrupa Birliği rekabet politikası, ortak pazarda etkin rekabeti savunmak ve geliştirmek şeklinde ifade

¹⁸¹ İ.H. KARAKELLE, “Pazara Giriş Engellerine Karşı Rekabet Hukuku ve Politikası”, **Rekabet Düzenlemeler ve Politikalar Kongresi**, Açılış Bildirisi, 25-26 Eylül 2003, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, s. 16.

¹⁸² DPT, 2000, a.g.e., s. 5.

¹⁸³ B. HOEKMAN ve P. HOLMES , “Competition Policy, Developing Countries and the World Trade Organization”, **The World Economy**, No:22, 1999, s. 876.

¹⁸⁴ J. FINGLETON, E. FOX, D. NEVEN ve P. SEABRIGHT, **Competition Policy and the Transformation of Central Europe**, Center for Economic Policy Research, London, 1996, s.2.

¹⁸⁵ M. EĞİLMEZ ve E. KUMCU, **Ekonomi Politikası**, 2. Baskı, İstanbul, OM Yayınevi, 2002, s. 53.

¹⁸⁶ AKTAŞ a.g.e., s. 26.

edilen kesin bir hedef izler denilmektedir.¹⁸⁷ Bu durum rekabet politikasından elde edilebilecek başkaca ekonomik yararları göz ardı etmek sonucuna götürebilir.

İktisat literatüründe rekabet kavramının irdelendiği önceki başlıklarda yer verildiği üzere, rekabet, firmalar veya satıcıların, belli ticari amaçlara ulaşmak için -ki bunlar kâr, satış veya piyasa payı olabilir- bağımsız olarak müşteriler için mücadele etme durumunu ifade eder. Bu anlamda yarış ile eş anlamlı¹⁸⁸ olan rekabet, müşterilerin değerlendireceği fiyat, miktar, hizmet veya bunların kombinasyonu çerçevesinde yapılır.¹⁸⁹ Son olarak Baye rekabet politikasını, muvazaalı uygulamalar ve fiyat sabitleme anlaşmaları gibi tekel gücünü teşvik eden aktivitelere yöneticilerin angaje olmalarının illegal olduğu monopolün ortaya çıkardığı toplumsal refah kaybını ortadan kaldırma işlevi olarak tanımlamaktadır.¹⁹⁰

Burada değinilmesi gereken bir başka nokta, rekabet politikasının amacının ne olması gerektiğidir. Rekabet politikasının temel amacı ile sonuçları arasında bir ayırım yapmak gerekir. Örneğin, rekabet politikasının demokrasiyi beslemek gibi bir amaç belirlemesi asıl hedeften kolaylıkla şaşmasına neden olabilir. Ancak rekabet politikasının amacının iktisadi etkinliği sağlamaktan ibaret olduğunu ifade eden Chicago Okulu temsilcileri ve bunlara yakın fikirler ileri süren Harvard Okulu temsilcileri, ekonomik etkinlik dışında başka amaçlar güdülmesi halinde, bunlar için ayrı yasalar çıkartılması gerektiğini önermektedirler.¹⁹¹

Rekabet hukuku alanında ekonomik görüşün baskın olduğunu savunan en etkin kitaplardan biri olan Posner'in Antitröst Hukuku¹⁹² adlı kitabı, burada değinilen argümanı özet bir şekilde anlatır. Posner, bu konuyu kitabında ele alır ve karşı argüman

¹⁸⁷ AB AVRUPA KOMİSYONU TÜRKİYE TEMSİLCİLİĞİ, **AB Rekabet Politikası**, (Kitapçık), Ankara, 2000, s. 1.

¹⁸⁸ Nitekim 4054 sayılı RHK da rekabet kavramını, "mal ve hizmet piyasalarındaki teşebbüsler arasında özgürce ekonomik kararlar verebilmesini sağlayan yarış" olarak tanımlamıştır.

¹⁸⁹ AKTAŞ a.g.e., s. 26.

¹⁹⁰ BAYE, a.g.e., s. 482.

¹⁹¹ P. AREEDA ve D. TURNER, **Antitrust Law: An Analysis of Antitrust Principles and Their Application**, Boston, Little Brown, 1978, s. 103-105.

¹⁹² R. POSNER, **Antitrust Law An Economic Perspective**, London, The University of Chicago Press, 1976.

olarak şunu ileri sürer: Yoğunlaşmış endüstriler, gerçekte, politik süreci daha fazla manipüle edebilecekken, daha az yoğunlaşmış endüstrilere oranla, politik süreci manipüle etmeye daha az ihtiyaç duyarlar. Çünkü yoğunlaşmış endüstrilerin kendi özel mal varlıkları ya da büyük sermayeleri sayesinde tekel olmanın faydalarını elde etme şansları daha yüksektir.¹⁹³

Rekabet politikasının ekonomik ve ekonomik olmayan amaçları olabileceğini savunanlar vardır. Bunları çok genel iki başlıkta toplamak mümkündür. Rekabet politikasının ekonomik etkinlik amacı ve toplumun genel çıkarlarına hizmet etme amacı (politik amaç). Bu görüşlerin bir ucunda, rekabet politikasının tek amacının ekonomik refahı maksimize etmek olduğu düşüncesi vardır. Buna göre, rekabet politikası yönetiminin adalet ve eşitlik gibi sosyo-ekonomik kriterlerine yer yoktur. Aksi görüşe göre ise, rekabet politikası, yalnızca bir iktisadi amaca indirgenemeyecek olduğu gibi kolayca tarif edilemeyecek birçok değere bağlıdır.¹⁹⁴

Rekabet politikasına dair etkinlik eksenli görüşler, etkinlik haricindeki hedeflerin subjektif olduğunu ve dolayısıyla tutarlı bir şekilde uygulanamayacağını iddia etmektedirler.¹⁹⁵ Öte yandan, yasal düzenlemeler tek başına piyasaların etkin çalışmasının garantisi değildir. Devletin genel politikasındaki tutarlılık adına diğer devlet politikalarının da temel piyasa ilkelerine uyması gerekmektedir.

Serbest piyasa ekonomisi sisteminde optimum kaynak dağılımı sağlanarak refahın maksimize edilmesi ekonomik etkinlik olarak tanımlanabilir.¹⁹⁶ Dolayısıyla ekonomik etkinliğin¹⁹⁷ nihai hedeflerinden biri de, *tüketici refahının artırılması*dır. Fiyatları artırıp üretimi azaltan rekabeti bozucu uygulamalardan tüketicileri korumak için yeterli kuralların ve politikaların olması zorunludur. Rekabet politikasının, diğer

¹⁹³ POSNER, R., 1976, a.g.e., s. 18.

¹⁹⁴ WORLD BANK/OECD, *A Framework for the Design and Implementation of Competition Law and Policy*, World Bank, Washington DC, 1999, s. 1-2.

¹⁹⁵ AKTAŞ a.g.e., s. 27.

¹⁹⁶ Ş. ARDIYOK, *Doğal Tekeller ve Düzenleyici Kurumlar Türkiye İçin Düzenleyici Kurum Modeli*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2002, s. 10.

¹⁹⁷ Ekonomik etkinliğin türlerinden, kaynakların etkin olarak dağıtımını ifade eden "dağılım etkinliği" ve üretimde verimliliği ifade eden "üretim etkinliği" ayrıca ilerde incelenecektir.

ekonomik ve sosyal amaçlara hizmet etmesinin planlandığı durumlarda dahi, tüketici refahının artırılması genellikle önemli ve merkezi bir amaç olarak kabul edilmektedir.

Ancak bu görüşler zaman zaman sert eleştirilere hedef olmaktadır. Bu görüşü paylaşmayanlara göre, ekonomi politikasının birçok amaçlarını rekabet politikasıyla gerçekleştirmeye kalkmak, rekabet politikasını ve bu arada rekabet hukukunu gerçek amacından saptırır ve etkisiz hale getirir. Örneğin iktisadi alanda yoğunlaşma ile enflasyon arasında herhangi bir ilişkinin olup olmadığını araştıran çalışmalar yapılmış, tartışmalı sonuçlar ortaya çıkmıştır. Weiss ABD’de 1959-63 dönemlerini esas alan çalışmasında, yoğunlaşma ile fiyat artış oranları arasında istatistiksel öneme sahip herhangi bir ilişkiye rastlamamıştır.¹⁹⁸

Atiyas’a göre rekabet politikasını diğer müdahale biçimlerinden çok daha tercih edilir kılan bazı özellikleri vardır. Bunların başında gerek tasarım gerek uygulama aşamasında gerektirdiği idari kapasitenin diğerlerine göre çok daha az olması gelir. Örneğin vergi ve sübvansiyon yolu ile müdahale, müdahale edilecek her piyasada ürünlerin arz ve talep esnekliklerinin bilinmesini, her ürün için gerekli vergi ve sübvansiyonun hesaplanmasını, ondan sonra da uygulamada firmaların bu vergi ve sübvansiyonlara riayet ettiklerini denetlemesini gerektirir. Bu, aynı zamanda çok ciddi bir bilgi altyapısının kurulması da demektir. Oysa rekabet politikası deyim yerinde ise, bilginin merkezileşme gereğini asgari düzeyde tutar. Rekabet politikasının temel felsefesi oyunun kurallarının belirlenmesi ve kurallara uymayan davranışların cezalandırılmasıdır. Uygulamada rekabet politikasının en önemli yaptırım gücü, aktif denetimden değil, caydırıcılıktan kaynaklanır. Rekabet politikasını felsefe olarak klasik doğal tekel regülasyonundan ayıran özelliği de budur. Bu anlamda en etkin rekabet politikası, belki de müdahale gereğinin en az olduğu, kurallara uyumun temelde caydırıcılık ile sağlandığı bir politikadır.¹⁹⁹

¹⁹⁸ Y. WEISS, “Business Pricing Policies and Inflation Reconsidered”, *Journal of Political Economy*, Vol. 74, s. 61.

¹⁹⁹ ATİYAS, a.g.m., 2000, s. 41.

İkinci özellik, rekabet politikasının, doğası gereği, diğer politika araçlarından daha saydam, uygulama kriterlerinin de daha objektif olmasıdır. Uygulamada takip edilecek normların birçoğu zaten uluslararası deneyim ile belirlenmiştir. Bu yüzden siyasi müdahalelere, rant kollamaya çok daha az açıktır. Bu saydamlık, hem rekabet politikasının toplum tarafından meşru görülmesini sağlar, hem de yolundan sapması halinde, bu sapmanın kamuoyu tarafından çok daha kolayca tespit edilmesini mümkün kılar. Bu saydamlığın varlığı, rekabet politikasında öznelliğin olmadığı anlamına gelmez, ama boyutlarının diğer müdahale araçlarına göre çok daha az olduğunu gösterir.²⁰⁰

Üçüncü özellik, yine rekabet politikasının meşruiyeti ile ilgilidir. He ne kadar rekabet politikasının temel mantığı artan biçimde ekonomik etkinliği kollamak olarak şekillenmekte ise de, doğası gereği, rekabet politikasının önlemeyi hedeflediği davranış biçimleri, çoğunlukla iktisadi hayatta güçlü olanların başvuracakları davranış biçimleridir. Temelde güçlünün gücünü istismar etmesini önlemeyi hedefleyen bir yaklaşımın toplumun geniş kesimleri tarafından son derece meşru görüleceği açıktır. Meşruiyetinin tartışma götürmemesi, bu müdahale aracını diğerlerinden çok daha çekici kılmaktadır.²⁰¹

1.3. ABD VE AB REKABET POLİTİKALARININ KARŞILAŞTIRMALI EKONOMİK ANALİZİ

Amerika Birleşik Devletleri'ndeki antitröst politika ile Avrupa Birliği'ndeki rekabet politikasını dört açıdan kısaca karşılaştırmak farklı bir bakış açısı sağlayabilir. Bunlar: (i) üreticinin korunması, (ii) rekabet, (iii) tüketici artığının maksimizasyonu ve (iv) toplumsal refahın maksimizasyonu olarak sayılabilir.

Tüm ülkelerde toplam refahı artırmak için en iyi yol, refahın en yüksek seviyeye çıkarılmasına ya da tüketici rantının maksimizasyonuna yoğunlaşan rekabet politikaları uygulamaktır. ABD'nin günümüzdeki antitröst politikası bu yolda nisbeten

²⁰⁰ ATİYAS, a.g.m., 2000, s. 42.

²⁰¹ ATİYAS, a.g.m., 2000, s. 42.

daha ileri gitmiştir. Avrupa Birliği'nde, toplam refahın maksimizasyonu hedefi açısından, ABD tarzı antitröst politikalara geçilmesini önleyen politik engellerden bazılarının, açık bir şekilde refah azaltıcı ortak eylem sorunları olmadığı düşünülebilir. Ancak bir dereceye kadar iki toplumdaki en faydalı antitröst politikaların farklılaşmasına sebep olabilecek faktörleri vurgulamak gerekir. Şimdiki ekonomik ve politik koşullarda, Avrupa Birliği'nin antitröst politikalarının AB'deki toplam refahı arttırmak için neden en iyi olduğunun bir çok nedeni vardır.²⁰² Bunlara aşağıda kısaca değinilecektir.

Yukarıda incelendiği üzere, rekabet politikası amaçları ülkelere göre ve tarihsel süreç içerisinde farklılık göstermektedir. Ulaşılmak istenen hedefler arasında bir görüş birliği bulunmamaktadır. Rekabet düzenlemelerinin tek yasal amacının tüketici refahının maksimizasyonu²⁰³ olduğunu ifade eden görüşler, ekonomik etkinlik amacını ortaya koyarken, rekabet düzenlemelerinde genel olarak hedefler daha geniş tutulmuştur. Örneğin, rekabet politikasının, rekabeti sağlamak ve demokrasiyi beslemek gibi iki ayrı amacından söz edilmektedir.²⁰⁴

AB'nin rekabet politikası, AB'de toplam refahı arttırmak için en iyi olabilirken, AB'nin politikasından farklı bir politika olan ABD antitröst politikası da Amerika'da toplam refahı arttırmak için en iyi olabilir. Çünkü rekabet politikası; geleneksel antitröst analizlerin fazlaca üzerinde durduğu, ürün piyasasının dağıtım etkinliğinin ötesine geçen bir yapıya sahiptir. Bu yorumda, rekabet politikasının dört değişik alanda etkisini düşünebiliriz: politik kurumlarda, şirket yönetiminde, gelir dağılımında ve risk almada (risk-bearing). Bu önemli etkiler, AB' de, ABD'den farklı

²⁰² B.H. McDONNELL ve D.A. FARBER, "Are Efficient Antitrust Rules Always Optimal?", *The Antitrust Bulletin*, Fall-2003, s. 807-808.

²⁰³ R. BORK, *The Antitrust Paradox: A Policy at War with Itself*, New York: Basic Books, 1978, s.8.

²⁰⁴ R. SINGLETON, "Competition Policy for Developing Countries: A Long-run, Entry Based Approach", *Contemporary Economic Policy*, Volume 15, No: 2, 1997, s. 1.

olarak görünebilir. Bu farklı etkileri bulduktan sonra, şunu diyebiliriz ki, ABD için en iyi olan antitröst politika, AB için en iyi politika olmayabilir.²⁰⁵

Rekabet politikasının yukarıda listelediğimiz dört alana etkileri aşağıdaki başlıklarda incelenecektir. Ondan sonra, ABD ve AB rekabet politikalarının yakınlaşma olasılıkları irdelenecektir.

1.3.1. Rekabet Politikasının Kurumsal Yapılara Etkileri Açısından Ekonomik Analizi

Rekabete ilişkin kanunlar, yoğunlaştıkları ürün piyasasında neden oldukları üretici ve tüketici artışı etkisinin ötesinde de sonuçlara sahiptirler. Farklı rekabet hukuku rejimleri, ekonomik ve toplumsal hayatta oldukça farklı kurumsal düzenlemelere neden olabilirler. Özelde, rekabet kanunları, politik kurumların yapısını ve şirket yönetim kurallarını ve anlayışını etkileyebilirler. Farklı antitröst rejimleri incelerken, onların ürün piyasasındaki direkt etkilerinden başka, geniş çapta bu kurumlar üzerinde de fazlaca etkili olduğunu dikkate almalıyız. Ancak, bu etkiler ABD’de, AB’de ve gelişmekte olan ülkelerde farklı farklı olabilir.

Konuya mikro ölçekte bakıldığında firmaların fiyatlar ve ticari faaliyetlere etki eden diğer faktörler üzerinde kontrol sağlamak amacıyla piyasa gücüne sahip olma güdülerini gözardı edilemez. Zira piyasadaki aktörler için nihai amaç rekabette bulunmak veya tüketicileri tatmin etmek değil, salt kâr elde etmek ve piyasada hâkim konuma gelmektir.²⁰⁶

²⁰⁵ Kaldı ki; ABD antitröst politikasının temel amacı, etkinliği sağlamak yoluyla toplumsal refahı maksimize etmek iken, AB rekabet politikasının temel amacının ortak bir pazar oluşturmak ve ortak pazarın dengeli gelişimini sağlamak olduğunu söylemek mümkündür.

²⁰⁶ K.C. SANLI, **Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’da Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği**, Rekabet Kurumu Yayını, No:49, 2000, s. 7.

1.3.1.1. Politik Kurumlara Etkisi

D.J. Gifford ve R.T. Kudrle, toplumsal refahın maksimizasyonuna yoğunlaşan rekabet politikasının toplam sosyal refahı²⁰⁷ en iyi şekilde artıracığını varsayarlar. Sadece ürün piyasasındaki etkilerine yoğunlaştığımız zaman bu varsayım doğru olmasına rağmen, birçok dolaylı etkisini göz önüne aldığımızda bu varsayım yanlışlığı ispatlanabilir.²⁰⁸ Politik kurumlara olan etkisini dâhil etmek, Gifford ve Kudrle'nin rekabet veya üreticinin korunması, "büyük kötüdür" politikası olarak adlandırdıkları antitröst politikaları seçmek için bazı gerekçeler doğabilir.²⁰⁹

Avrupa bağlamında konunun başka bir yönü daha vardır. Liberalizmin en parlak dönemi olan ondokuzuncu yüzyılda dahi, Avrupa ülkelerinde özel teşebbüs ABD'de olduğu kadar geniş bir serbestiye sahip olmamıştır. Avrupa kıtasındaki sanayi kuruluşları hemen daima, resmi makamların müdahalesine maruz kalmışlardır.²¹⁰

Bu durumda özel teşebbüsler, resmi makamlarla iyi geçinmek için ellerinden geleni yapmak zorunda kalmışlardır. Örneğin yönetim kurulu üyelerini, hükümet tarafından himaye edilen kişiler arasından seçmek, özel teşebbüslerin resmi makamlara yaranmak için başvurdukları bir yol olmuştur.²¹¹ Bu durum zamanla karşılıklı etkileşimi doğurarak kamu tercihi teorisine hak verecek gelişmeleri ortaya çıkarmıştır.

Kamu tercihi teorisinin temel varsayımı burada yol gösterici olabilir. Çeşitli çıkar grupları, çıkarlarını arttıracak politikaların devlet tarafından uygulamasını talep ederler. Ancak etkin bir çıkar grubu oluşturmak da çok masraflıdır. Çıkar grupları için önemli bir problem, potansiyel grup üyelerinin talep ettiği, bir şeyi bedava elde etme

²⁰⁷ Pigou'ya göre sosyal refah, bireylerin refahlarının toplanması ile elde edilir. Bir bireyin refahı ise, onun elde ettiği tatminin toplamıdır. Sosyal refah fonksiyonu da şu şekilde yazılabilir: Bireysel faydaların toplamının maksimizasyonuna yönelmek. Bkz. A.B. ATKINSON ve J.E. STIGLITZ, *Lectures on Public Economics*, New York, Mc Graw Hill, 1980, s. 339.

²⁰⁸ D.J. GIFFORD ve R.T. KUDRLE, "EU Competition Law and Policy: How Much Latitude for Convergence With the U.S.?", *The Antitrust Bulletin*, Fall-2003, s. 705.

²⁰⁹ GIFFORD ve KUDRLE, *a.g.m.*, s.706.

²¹⁰ L.V., MISES, *Bürokrasi*, 2. Baskı, Çev.: F. ERGİN, Liberte Yayınları, Ankara, 2000, s. 64.

²¹¹ MISES, *a.g.e.*, s. 64.

(free-rider problem) dürtüsüdür²¹². Potansiyel üye sayısı çok az olan gruplar, bu üyelerin hepsi grubun üzerinde durduğu sorunlarda kuvvetli riske sahipse, büyük ihtimalle bedavacılık (free-rider) problemini aşacak ve etkin bir şekilde lobi faaliyeti yapacaktır. Bu gibi lobi faaliyetlerinin toplumsal maliyeti yüksektir. Bu maliyet, hem lobi faaliyetinin kendisinin maliyeti ve daha da önemlisi, lobinin sonucu olan politikaların neden olduğu dolaylı sosyal maliyet şeklinde olur. Bu politikaların topluma maliyeti, çıkar gruplarının kazandıkları miktardan fazladır.²¹³

Bir endüstri kolu için örneğin iki çeşit yapı ele alınabilir: İlki, birçok küçük üreticiden oluşur. İkincisi, çok az sayıdaki büyük üreticilerden oluşur. Standard çıkar grubu teorisine göre, diğer şartlar eşit olduğunda, ikinci grup bir çıkar grubu olmak için kendini daha iyi organize edebilecek ve etkin bir şekilde lobi faaliyeti yapabilecektir. Refahın maksimizasyonu politikası (ürün piyasasında) ile yoğunlaşmış piyasa yapısı ve onun yol açtığı ciddi üretim maliyeti tasarrufları arasındaki tercih hakkında şöyle bir analiz yapılabilir:

Refah maksimizasyonu politikası, amacını gerçekleştirmek için yoğunlaşmış piyasa yapısına izin verebilir. Rekabet politikası ise, öyle bir yapıya izin vermemek eğilimindedir. Rekabet politikası, böylelikle, ürün piyasasında başlatılmış olan toplumsal rant (social surplus) kaybına neden olabilir. Fakat çok yoğunlaşmış endüstriyel yapının, işletmelerin çok ve etkili politik organizasyonlar kurmalarına neden olacağını bir ihtimal olarak akılda tutmak gerekir. Bunlar, endüstri kolunu memnun eden maliyetli politikaları netice verebilir ve topluma maliyeti çok yüksek olabilir. Eğer lobi faaliyetinin topluma yüklediği maliyetler, arttırılmış yoğunlaşma sayesinde elde edilen üretim ile ilgili kârlardan daha çok ise, bu durumda rekabet politikası, sadece ürün piyasasındaki refah etkilerine bakan refahın maksimizasyonu politikasından, gerçekten de daha yüksek bir sosyal refaha neden olacaktır.

²¹² Eski dilde “tereffühcülük” olarak adlandırılan bu kavramı, bir çıkar karşılıksız elde etme dürtüsü olarak niteleyebiliriz. Literatürde buna “bedava binici sorunu” da denmektedir. Bkz.: SEYİDOĞLU, 1999, a.g.e., s.134.

²¹³ P.A. McNUTT, *The Economics of Public Choice*, Cheltenham, UK, Edward Elgar Publishing Limited, 1996, s. 187-189.

Az sayıdaki büyük şirketler her zaman daha kolay bir şekilde politik anlamda organize olamayabilirler. Küçük şirketlerin önemli bir kısmı bazen etkin bir şekilde birleşebilirler. Rekabet politikalarının, popüler olan kamu tercihi yaklaşımı çerçevesinde geliştirilen izahlarından biri şöyledir: Bu kanunlar, kendilerini büyük ve etkin rekabetçilere karşı korumak için organize olan küçük işletmelerin baskıları sonucunda çıkarılmıştır.²¹⁴ Fakat çıkar grubu teorisi, az sayıdaki büyük işletmelerin kendilerini organize etmede büyük avantaja sahip olduklarını da vurgular. Bu teori, tamamı deneysel çalışmalara bağlı olmasa da, bazı deneysel çalışmalar sonucu ortaya atılmıştır. Daha küçük işletmelerin ve çok yoğunlaşmış grupların ne kadar çok etkin olduğu tabii ki zor bir deneysel sorudur. Etkin lobi sonucu bunların sebep olduğu toplumsal kayıplar (deadweight)²¹⁵ belki tam olarak ölçülemeyebilir, ancak bunun ciddi bir miktara ulaştığı kuşkusuzdur. Bu etkinin zorunlu olarak ve tek başına ürün piyasası etkinliğini belirlediğini söylemek zordur. Ancak, politik etkinin makul ve potansiyel olarak oldukça önemli bir etki olduğu ve hesaba katılması gerektiği ifade edilmektedir.

Endüstriyel yoğunlaşmanın ikinci politik maliyeti, oligopolcülerin ve monopolcülerin piyasadaki konumlarını, kendi tercihlerini politikacılara kabul ettirmek amacıyla baskı yapmak için kullanabilmeleri olasılığıdır. Örneğin, yerel yönetim tarafından işletilen ve limandaki seferlerin çoğunluğu büyük bir havayolu şirketi tarafından yapılan bir havalimanında, o havayolu şirketi kendi tercihlerinin kabul edilmesini istediğinde, kendini pazarlık yapma şansı yüksek bir pozisyonda bulur. Eğer o hava yolu şirketi, seferlerini başka havaalanlarına taşımaya kalkarsa (çünkü bu şirket başka havalimanlarında da bürolara sahip olabilir) ve diğer şirketler kaldırılacak olan seferler yerine yeni seferler koyamayacaklarsa, havaalanı yönetimi o havayolu şirketinin isteklerini karşılamaya kendini mecbur hissedecektir.²¹⁶

²¹⁴ McDONNELL ve FARBER, a.g.m., s. 810.

²¹⁵ Deadweight loss, hükümetin koyduğu kısıtlamalar dolayısıyla üretici ve tüketici fazlasında ortaya çıkan düşüşler ve böylece toplumsal refah düzeyinde meydana gelen gerilemeyi ifade eden kısaca toplumsal kayıptır. H. SEYİDOĞLU, "Deadweight loss", *İngilizce-Türkçe Ekonomi ve İşletmecilik Terimleri Açıklamalı Sözlük*, İstanbul, Güzem Can Yayınları, 1999, s. 82. Burada ifade edilen kayıplar hükümet düzenlemelerinden değil, lobi faaliyetlerinden kaynaklanan kayıptır.

²¹⁶ McDONNELL ve FARBER, a.g.m., s. 810.

Rekabet analizcileri, endüstriyel yapının potansiyel politik etkilerini fark edebilirler. Fakat onlar genellikle bunu, antitröst hakkında bir politik argüman olarak kabul etme eğilimindedirler. Ekonominin standart odağı olan iktisadi piyasalar üzerinde yoğunlaşmaktan ziyade politik kurumlarla ilgilenen bu argüman, bir açıdan doğru olabilir. Ancak buradaki yaklaşım açık bir şekilde ekonomik bakış açısını gerektirir. Günümüzde, piyasa dışı fenomenlere iktisadi mantık uygulanmaktadır. Dolayısıyla, politik kurumlara uygulanması da, bu mantığın bir gereğidir. Buna ek olarak, genel denge teorisi ve refah iktisadı, bir ekonomik politikanın fark edilebilir etkilerinin görüldüğü birçok alandaki tüm yansımalarını belirlemeye çalışırlar. Bu yüzden, rekabet politikasının sosyal ve siyasal hayattaki etkileri konusundaki yaklaşım, modern iktisadın uğraş alanı ile çelişmez.

Rekabet politikasına ilişkin bu yaklaşım, iktisat ile Chicago tarzı görüş arasında bir gerilim meydana çıkarabilir. Bir tarafta, Chicago Okulu tröst karşıtları, rekabet politikası amacına uygun olarak, görece yoğunlaşmış endüstrilere ve büyük şirketlere büyümeleri için izin vererek, nispeten görünmez el ve bırakınız yapsınlar (laissez-faire) yaklaşımını destekleme eğilimindedir. Diğer tarafta, yine Chicago Okulu Kamu Tercih Teorisi, öyle bir yapı içindeki politik lobi faaliyetinin artan olasılığını ve o lobi faaliyetinin sosyal maliyetlerini analiz etmektedir.²¹⁷ Bu iki noktanın, bir birleşik analizde bir araya getirilmeleri gerektiği ortadadır.

Rekabet hukuku alanında ekonomik görüşün baskın olduğunu savunan en etkin kitaplardan biri olan Posner'in Antitröst Hukuku²¹⁸ adlı kitabı, burada değinilen argümanı özet bir şekilde anlatır. Posner, bu konuyu kitabında ele alır ve karşı argüman olarak şunu ileri sürer: Yoğunlaşmış endüstriler, gerçekte, politik süreci daha fazla manipüle edebilecekken, daha az yoğunlaşmış endüstrilere oranla, politik süreci manipüle etmeye daha az ihtiyaç duyarlar. Çünkü yoğunlaşmış endüstrilerin kendi özel mal varlıkları ya da büyük sermayeleri sayesinde tekel olmanın faydalarını elde etme şansları daha yüksektir.²¹⁹ Belki uzun dönemde, piyasa güçlerinin tekeli dağıtabilme

²¹⁷ McDONNELL ve FARBER, a.g.m., s. 811.

²¹⁸ R. POSNER, *Antitrust Law An Economic Perspective*, London, The University of Chicago Press, 1976.

²¹⁹ POSNER, R., 1976, a.g.e., s. 18.

gücüne karşı, yoğunlaşmış endüstriler kendi pozisyonlarını korumak için devlet yardımı isteyebilirler. Buna ek olarak, onlar kendilerinin lobi gücünü, tekel güçlerini devam ettirmekle alakalı olmayan alanlarda, örneğin hükümet teşviki almak için de kullanabilirler.²²⁰

Posner ayrıca şunu da iddia etmektedir: Tekele karşı olan politik argüman, ekonomik argümandan çok kesin bir şekilde farklı değildir. İkisinin politika amaçları çok da farklı değildir.²²¹ Eğer yoğunlaşmış endüstriler, sahip oldukları politik güçleri sadece kendi tekel durumlarını güçlendirmek için kullanmış olsalardı, şu doğru olabilirdi; yoğunlaşmanın ürün piyasasındaki üretim etkinliğini (productive efficiency) artırdığı durumlarda, işletmeler sahip oldukları ekonomik durumu korumak için politik güçlerini kullanmaya gerek duymayacaklardı. Bu yüzden, havalimanı örneğine geri dönersek, farklı yerlerde birçok merkeze sahip olma durumu (hub system) eğer doğal bir avantaj sunuyorsa, belki, havayolu şirketlerinin havalimanındaki rekabeti azaltmak için havayolu yetkilileri üzerinde kendi etkilerini kullanmaları hususunda fazlaca endişe etmeye gerek yoktur. Fakat şirketler eğer sahip oldukları politik gücü, tekel konumlarını devam ettirmekle ilgili olmayan teşvik çeşitlerini almak için kullanırsa, daha sonra, ürün piyasasındaki tehlikesiz bir yoğunlaşma bile, politik alanda istenmeyen sonuçlara neden olacaktır. Havalimanı örneğinde, hâkim durumdaki havayolu şirketi, yerel etkisini halkın çıkarlarına uygun olmamasına rağmen, hükümetten havalimanını genişletmek için teşvik almak için kullanabilir. Öyle durumlarda, sadece ürün piyasasındaki etkinlik üzerine yoğunlaşan politika, ekonomik yoğunlaşmanın politik etkilerini de hesaba katan politikadan farklılaşır.²²²

Ekonomik yoğunlaşmanın politik kurumlardaki etkisini dikkate almak, Amerikan antitröst kanunun oluşumunu anlatan tarihin bir bölümüyle de uygunluk arzeder. O kanunun yasamayla ilgili tarihinde, bize yasanın amacı hakkında ne söylendiğine dair uzun süren bir tartışma var. Ürün piyasası etkinliğinde yoğunlaşanların birçoğu, Robert Bork'un argümanına olumlu bakar. O argüman,

²²⁰ McDONNELL ve FARBER, a.g.m., s. 812.

²²¹ H. HOVENKAMP, *Federal Antitrust Policy: The Law of Competition and Its Practice*, Second Edition, Minn, West Group, 1999, s. 50-51.

²²² McDONNELL ve FARBER, a.g.m., s. 812.

yasanın amacının tüketici refahını ve etkinliğini artırmak olduğunu ileri sürer.²²³ Fakat, diğer yazarlar aynı tarihi sürece baktıklarında, o tarihi süreçte şu değişik amaçları algılıyorlar: Üreticilerden tüketicilere doğru geliri yeniden dağıtmak, küçük işletmeleri, onların kültürel ve ahlaki değerlerinden dolayı korumak, büyüklüğe karşı geleneksel popülist güvensizlik, büyük şirketlerin ve yoğunlaşmış endüstrilerin demokratik kurumlar üzerindeki etkisine dair endişe.²²⁴

Antitröst yasının tarihi gelişimine yukarıda değinilmiştir. Orada antitröst kanunların akla en yakın amacının, demokratik kurumları koruma endişesi olduğunu fark edilebilir. Yüzyılın sonundaki antitröst kanunlar, ilerlemeci politik hareket ortamında gelişmiştir. İki ABD başkanı, Theodore Roosevelt ve Woodrow Wilson, tröst parçalayan liderler olarak öne çıkmışlardır. O hareketin temel endişelerinden biri, büyük ulusal işletmelerin Birleşik Devletler siyasetinde sahip olmaya başladıkları etkiydi. Şirketlerin ekonomik gücünü azaltmayı hedefleyen antitröst kanunların, onların politik güçlerini de azalttığı kanısını doğurmuştur.²²⁵

Sonuçta, Birleşik Devletler'in ve Avrupa Birliği'nin antitröst politikalarını karşılaştırmanın, bu konuyla şu şekilde ilgisi kurulabilir: Çok tartışmalı bir görüş şudur ki, Avrupalılar daha arzu edilebilir bir rekabet politikasına sahiptirler. AB'de olduğu gibi, eğer ABD'de ekonomik yoğunlaşmanın politik etkileri, ürün piyasası etkilerini bastırmak için yeterince güçlüyse, rekabet politikası veya üreticinin korunması politikası tüm ekonomi genelinde etkinliği, ürün piyasasındaki tüketici veya toplam rantın maksimize edilmesi politikasından daha iyi şekilde sağlayabilir. Belki, AB politikası AB'nin kendisi için çok anlamlı gelirken, ABD politikası da, ABD'ye çok makul gelebilir. Bu şu demektir: Eğer Avrupa Birliği, ABD'nin karşılaştığından daha fazla şekilde yoğunlaşmış endüstrilerin aşırı politik düzenleme yapabilme/yaptırabilme güçlerinin ciddi sonuçlarıyla karşılaştıysa, bu doğru olabilir. Bu konuda ciddi bir olasılık, kültürel hassasiyettir. Avrupa Birliği piyasası ve politikasının birkaç büyük şirket tarafından kontrol edilmesi durumunda, o şirketler bir veya birkaç ülkeden

²²³ HOVENKAMP, a.g.e., s. 51.

²²⁴ HOVENKAMP, a.g.e., s. 50-51.

²²⁵ McDONNELL ve FARBER, a.g.m., s. 814.

geliyorsa doğal olarak buna itiraz edilebilir. Diğer ülkeler gücün bir elde yoğunlaşmasından hoşnut olmayabilirler.²²⁶

İkinci ihtimal, ABD politik kurumlarından daha fazla şekilde, tüm Avrupa çapındaki politik kurumlar, çıkar gruplarının istilasına çok kolay hedef olabilirler. ABD federal hükümetine göre, AB, Avrupa Komisyonu gibi nispeten güçlü bir yürütme birimine sahip olmasına karşın, nispeten zayıf yasama birimine ve zayıf yargı birimine sahiptir. Avrupa kurumlarının şeffaflık konusundaki yetersizlikleri hakkında da birçok tartışma var. Amerikan kurumlarına oranla, Avrupa kurumlarındaki şeffaflık eksikliği, onları şirket gruplarının istilasına daha kolay hedef yapabilir. En azından bazı Avrupa Birliği politikası gözlemcileri bunun böyle olduğuna inanmaktadır.²²⁷

Eğer iyi organize olmuş çıkar grupları AB’de daha çok zarar veriyorsa, Avrupa politik kurumları, ABD politik kurumlarına nispeten, çıkar gruplarının işini zorlaştırmak için daha az güce sahiptirler. ABD’ye oranla, çıkar grubu organizasyonlarının maliyeti Avrupa’da daha yüksekse, o maliyetler Avrupa’daki antitröst politikaların etkilerinin hesaplanmasında çok önemli olabilir. Eğer öyleyse, Avrupa’daki etkin rekabet politikası, rekabet veya üreticinin korunmasına daha fazla önem verebilir.

AB’nin kendi antitröst politikasında, neden bütün olarak refah maksimizasyonu amacını kabul etmediğini açıklamak için politik düşüncelerin yardımcı olabileceği düşünülebilir. Bu husus bir kuralcı ayırım (normative twist) ile şu şekilde açıklanabilir: Gifford ve Kudrle, siyasetin AB’yi en faydalı politikayı uygulamaktan alıkoyduğunu iddia ederler. Bunun aksine, şu argüman ileri sürülebilir: AB’nin kurumları bağlamında, AB’nin antitröst politikası aslında en iyi olabilir. Bir diğer zayıf ihtimal de, AB’de antitröst politikanın etkilerinin, sadece etkinlik merkezli olan antitröst politikaya karşı ağır basmasıdır.

²²⁶ McDONNELL ve FARBER, *a.g.m.*, s. 814.

²²⁷ McDONNELL ve FARBER, *a.g.m.*, s. 815.

1.3.1.2. Rekabet Politikasının Şirket Yönetimlerine Etkisi

Rekabet politikasının şirket yönetim kurumlarına olan etkisi hak ettiği kadar az ilgi görmüş konulardan biridir. Antitröst politikanın²²⁸ temel faydalarından biri, şirket yönetiminin daha iyi olmasını desteklemek olabilir. Bu alanda AB ile karşılaştırıldığında ABD'deki antitröst politikaların göreceli maliyetleri ve faydalarının hesaplanmasında önemli farklılıklar olabilir. Ancak bu farkın içeriği tam olarak belli değildir. Bu belirsizlik, hem ürün piyasasındaki rekabet ile şirket yönetimi arasındaki kesin ilişki hakkındaki belirsizlikten, hem de şirket yönetimiyle alakalı olan durumlarda, Gifford ve Kudrle tarafından tanımlanan farklı antitröst politikaların ürün piyasasındaki rekabete etkileri hakkındaki belirsizlikten kaynaklanır.²²⁹

Büyük şirketler, bazı ciddi vekalet sorunlarıyla (agency problem) karşılaşabilirler. Bu şirketlerin direktörlerine ve üst seviyeli yöneticilerine en önemli ortak kararları alma konusunda çok yetki verilmiştir. Bu durum onlarda, yetkilerini hissedarlardan ziyade kendi çıkarları için kullanma eğilimi doğurabilir. Şirket yönetim sistemi, bu gibi vekalet sorunlarını kontrol altına almak için bir çok değişik metotlar geliştirir. Biri, dostça olmayan bir şekilde yönetimi ele geçirme ve gözdağıdır. Yöneticileri kontrol etmek için ikinci yol, adaleti sağlayacak tazminattır. Üçüncü önemli bir metot, yönetici işgücü piyasalarıdır.²³⁰

Şirketler çok çeşitli nedenlerden dolayı kâr maksimizasyonunun gereklerinden saparlar. Bu sapmanın en genel nedeni de *vekâlet* (agency problem) sorunudur. Zaten X-etkinliği de genel olarak bir vekâlet sorununun bulunduğu ortamlarda önem kazanır veya bir vekâlet sorununun varlığının ifadesidir. Vekâlet sorununa verilebilecek en yaygın örneklerden biri, profesyonel yöneticiliğin geliştiği firmalarda, firma sahipleri ile yöneticiler arasındaki ilişkidir. Bu ilişkide vekâlet sorununun ortaya çıkmasının nedeni, firma sahipleri ile yöneticilerin hedeflerinin aynı

²²⁸ Antitröst hukuku veya politikası sözcükleri daha çok ABD rekabet politikası için kullanılır. Buna karşın AB ve Türkiye söz konusu olduğunda Rekabet hukuku veya Rekabet politikası yerleşmiş kavramlardır.

²²⁹ McDONNELL ve FARBER, *a.g.m.*, s. 816.

²³⁰ McDONNELL ve FARBER, *a.g.m.*, s. 816.

olmamasıdır (örneğin firma sahiplerinin hedefi en fazla kârı elde etmek iken, yöneticilerin hedefi kendi nüfuzlarını pekiştirmek, atalet veya saygınlık olabilir). Firma sahiplerinin yöneticiyi tam denetleyememeleri, bunun için gerekli olan ayrıntılı bilgiye sahip olmamaları ve yöneticilerin bir bilgi avantajı içinde olmaları nedeniyle, firmalar, kâr maksimizasyonunun gerekleri yerine yöneticinin hedeflerine göre yönetilebilir. Örneğin sahipler belki firmanın kârını gözlemleyebilirler, ama bu kârın (veya zararın) ardında şansın mı yoksa yöneticinin kararlarının veya performansının mı yattığını bilemezler. Bu durumda yöneticiler üstün performans içinde olmak yerine ataleti tercih edebilir, bu da etkinlik kaybına yol açabilir.²³¹

Yönetimsel davranışı kontrol etmenin bağımsız bir aracı, ürün piyasası rekabetidir. Eğer yöneticiler işi çok kötü yönetiyorlarsa ve bu, yüksek maliyetlere ve fiyatlara veya düşük kalite ürünlere (output) neden oluyorsa, rekabete dayalı bir piyasada, onlar kısa bir zamanda piyasa paylarını kaybedeceklerdir. Piyasa payında aşırı dramatik bir düşüş, iflasa ve yöneticilerin işlerini kaybetmelerine neden olur. Buna karşılık, ürün piyasasında daha az rakibi bulunan bir şirket, yüksek fiyata düşük kalite ürünler veya servisler sunsa bile, uzun zaman için karlı olarak kalabilecektir. Şirketler arasındaki rekabet, hem hangisinin iyi iş yaptığı hakkında bilgi hem de yöneticilere işlerini daha iyi yapmak için teşvik sağlar. Bazan, ekonomistler ürün piyasası rekabetçiliğiyle, teknik etkinlik veya şirket içindeki gevşekliğin derecesi arasındaki ilişkiden söz ederler. Harvey Leibenstein, bu ilişkiyi X-etkinliği hakkındaki çalışmasında ortaya atmıştır. Leibenstein, rekabetin X-etkinliğine etkisinin, rekabet ile dağıtım etkinliği (allocative efficiency) arasındaki geleneksel ilişkiden daha güçlü ve daha önemli olduğunu ileri sürmüştür. Şirket yönetiminde rekabetin etkisini ciddi bir şekilde analiz etme yönünde birkaç girişim olmuştur. Birkaç çalışmada da o etkiyi deneysel olarak ölçme çabası olmuştur. Ne teorik çalışmalar ne de deneysel çalışmalar belirsizliği giderme konusunda yeterlidir. Fakat genel olarak rekabetin, şirketleri, üretimlerini etkin şekilde organize etmeye teşvik ettiği ileri sürülebilir.²³²

²³¹ ATİYAS, a.g.m., 2000, s. 32.

²³² H. LIEBENSTEIN, "Allocative Efficiency vs. X-Efficiency", *American Economic Review*, No. 56, 1966, s. 392.

Bu durumun yöneticileri disiplin altına alma yöntemlerinden en önemlisi olduğu söylenebilir. Yönetici yavaş bir şekilde çalışır ve gevşekliğin makul bir derecesi için alan bırakır. Fakat, yöneticilere, işlerini çok kötü şekilde yapmaktan kaçınmaları hususunda, kesinlikle çok kuvvetli teşvik sağlar. Yukarıda bahsedilen mekanizmaların hepsi, ürün piyasası rekabeti kadar önemli bazı kısıtlamalara sahiptir. Bu kısıtlamalar, şirketin devralınmasına karşı geliştirilen savunmaları, dostça olmayan şekilde şirket ele geçirmeleri, 1980'lerde oldukları duruma göre çok etkisiz hale getirmiştir. Çoğu gözlemci şöyle düşünmektedir: yüksek miktarlardaki eşitlik amaçlı tazminatlar, o aktörleri kontrol etme yolu olmaktan ziyade, kontrol edilememiş aktörlerin bir kötülük yapabileceklerinin işaretidir. İş gücü piyasaları, yöneticilerin bireysel etkinlikleri hakkında oldukça kusurlu bilgilere sahiptir ve kötü yönetim ancak uzun bir gecikmeden sonra ortaya çıkabilir.²³³

Ürün piyasası rekabeti yalnız disiplin altına alıcı mekanizma olduğu için değil, yukarıda bahsedilen metotları tamamladığı için de önemlidir. Ürün piyasasında güçlü bir rekabetle karşılaşan şirkette, kötü yönetim performansı çok çabuk belli olur. Monopoller karlı bir şekilde üretimlerine devam edebilirler ve bu yüzden, bu şirketler oldukça kötü yönetilseler bile dışarıdan başarılı görünebilirler. Rekabete maruz olan şirketlerde, eğer dışarıdakiler kötü yönetimi ortaya çıkarırsa, daha sonra, kötü yönetim kısa sürede daha düşük hisse senedi fiyatlarında belli olacaktır. Sonuçta, bu durum hem şirketi dostça olmayan şekilde devralmaya daha kolay hedef yapacak, hem de tazminatları şirketin hisse senetlerinin değeriyle ilişkili olan yöneticileri de direkt olarak zarara sokacaktır. Rekabetçi şirketlerin daha çabuk ve daha fazla oranda kötü yönetimlerinin görünür olması, iş gücü piyasasının ne kadar etkin şekilde yöneticilerin performansını değerlendirdiğini de göstermelidir. Bu yüzden, ürün piyasası rekabeti, hem direkt olarak hem de dolaylı olarak şirket yönetiminin hayati bir parçasıdır. Son zamanlarda Polonya şirketleri hakkında yapılan bir çalışma, tamamlayıcılık lehinde fikir verici kanıtlar sağlıyor olmasına rağmen, şu ana kadar, ürün piyasası rekabeti ile

²³³ McDONNELL ve FARBER, a.g.m., s. 816-817.

şirket yönetiminin diğer özellikleri arasındaki tamamlayıcılıklar hakkında birkaç deneysel çalışma vardır.²³⁴

Öncelikle, tek ve kabul edilmiş bir rekabet politikası kavramının olmadığı belirtilmelidir. Zira değişik ekonomik, sosyal ve kültürel ihtiyaçlar ve menfaatler, farklı ülkelerde farklı rekabet politikalarını ortaya çıkarmaktadır. Ulusal rekabet politikalarındaki farklılıklar, rekabet kanunlarındaki amaçlara da yansımaktadır.²³⁵

AB rekabet politikası oluşturulurken, ekonomik etkinliği teşvik etmenin yanında, ekonomik özgürlük, özel ve politik gücün ayrılması ve yayılması ve geleneksel olarak korunan ekonomilerin deregülasyonunun da hedeflendiği belirtilebilir.²³⁶

Bazı ülkelerde, rekabet kuralları ihlal edildiğinde cezalandırma yerine, etkin rekabetin sağlanması amacıyla şartların oluşturulması öncelikli amaç olarak görülmekte ve bu amaçla deregülasyon, özelleştirme, gümrük vergisi indirimi yoluyla pazarları açma veya kota ve lisansların kaldırılması, rekabet politikasının öncelikli hedefleri arasında değerlendirilmektedir. Hatta Hoekman ve Holmes, güçlü bir rekabet politikasında önceliğin liberal ticaret rejiminde ve doğrudan yabancı yatırım politikasında olması gerektiğini belirtmektedirler. Bu değerlendirme sonucunda, rekabet otoritelerinin hükümet içinde danışmanlık rolü büyük önem kazanmaktadır. Rekabet otoriteleri, hükümetlerin kamu politikalarını oluşturma sürecinde muhtemel öneri ve müdahaleleriyle, piyasa ekseni çözümlere ulaşmada etkili olabileceklerdir. Rekabet politikası geniş anlamıyla ele alındığında, rekabet kanununun her derde deva olmadığı açıktır.²³⁷

Örneğin şirket yönetiminde ürün piyasası rekabetinin rolü hakkındaki bu ilişkiler, daha güçlü şekilde ABD'ye uymaktadır. Kıta Avrupasının şirket yönetimi sistemi (İngiltere hariç), Amerikan sisteminden oldukça farklıdır. Avrupa'daki halka

²³⁴ McDONNELL ve FARBER, *a.g.m.*, s. 818-820.

²³⁵ C.M. CORREA, "Competition Law and Development Policies", (Ed.: Roger Zach), *Towards WTO Competition Rules*, London, Kluwer Law International, 1999, s. 363.

²³⁶ E.U. PETERSMANN, "The Role of Competition Policy in Providing a More Equitable Playing Field for Development in Globalizing Markets: A Challenge for Governments and Multilateral Organisations", *Papers Presented at the pre-UNCTAD X Seminar*, United Nations, Geneva, 1999, s. 60.

²³⁷ HOEKMAN ve HOLMES, *a.g.m.*, s. 889.

açık en büyük anonim şirketler bile, şirketi etkin şekilde kontrol eden büyük hissedarlara (kişi, aile veya kurum, çoğunlukla bir banka) sahiptir. Amerikalı dağınık hissedarlara oranla büyük hissedarlar, şirket yönetiminin performansını denetlemek ve izlemek için daha çok istek sahibi ve daha şanslıdır.²³⁸ ABD'nin aksine, bu yüzden, denetim ve kaydı arttırırlar. Diğer yandan Avrupa'da yukarıda bahsedilen diğer mekanizmalar daha az güçlüdür. Bu durum, Avrupa şirket yönetimini zayıflatma eğilimindedir. İki şirket yönetimi sisteminden hangisinin daha iyi iş yaptığı tartışılmaktadır.

Bu farkların sonucu olarak, ABD veya kıta Avrupa'sında ürün piyasası rekabetinin, vekalet maliyetlerinde en önemli kısıtlayıcı olup olmadığı belirsizdir. Bir tarafta, Amerikan piyasa merkezli mekanizmalarına oranla, yoğunlaşmış hissedarlık Avrupa'daki yönetimle ilgili temsilcilik problemlerini çözmede daha başarılıdır. ABD'ye oranla, Avrupa'da bir kısıtlayıcı olarak ürün piyasası rekabeti, yöneticiler üzerinde daha az etkiye sahiptir. Diğer tarafta, Avrupa'ya oranla, Amerika'da diğer disiplin altına alıcı mekanizmalar yöneticileri daha iyi sınırlandırır, Avrupa'daki ürün piyasası rekabeti, vekalet maliyetlerinde bir kısıtlama olarak daha da önemli olabilir. Bu durum, her zaman kabulü zorunlu bir doğru değildir. Eğer, Amerika'ya oranla, Avrupa'daki vekalet sorunu ciddi veya daha ciddi devam ederse, ürün piyasası rekabetinin tamamladığı diğer mekanizmalar (şirketi devralma, eşit tazminat ve iş gücü piyasası) üzerine yapılan az vurgu, öyle bir rekabeti Avrupa'daki şirket yönetimi için önemsiz hale getirebilir. Genel olarak, belirsizlikten tamamen uzak olmasa bile, Avrupa sistemine oranla, ürün piyasasındaki şiddetli rekabetin Amerikan sisteminde daha merkezi olduğu ortaya çıkar. Bu görüş, ürün piyasası rekabetinin AB'de hiçbir öneme sahip olmadığı anlamına gelmemektedir. Sadece, belki de, daha az önemli demektir.

Rekabet politikasının amaçlarının belirlenmesinde, ürün piyasası rekabetinin şirket yönetimi konusunda ortaya çıkaracağı sonuçları irdelemek gerekir. Burada diğer bir belirsizlik kaynağı daha vardır. Gifford ve Kudrle tarafından şirket yönetimiyle ilgili olarak rekabeti teşvik etmek için tanımlanan dört tane politika hedefinin (rekabet,

²³⁸ A. SHLEIFER ve R. VISHNY, "Large Shareholders and Corporate Control", *Journal of Political Economy*, Vol.: 94, 1986, s. 461.

üreticinin korunması, tüketici rantının korunması ve refah maksimizasyonu) göreceli değerleri tam açık değildir. Burada, rekabetle ilgili yönü şudur: Verimsizleşen şirketler, rakip firmaya geçen müşteriler tarafından hemen cezalandırılabiliriyorsa, rekabet güçlüdür. Rekabet politikasının hangi çeşidi böyle bir rekabeti en iyi şekilde teşvik eder? Üreticinin korunması amacı, bu açıdan açık şekilde en kötü politika hedefi olarak görünebilir. Üreticinin korunması, az etkin şirketlerin çok etkin rakipleriyle girdiği rekabetten az etkilenmelerini sağlar. Öyle bir politikanın şirket yönetimine etkisi potansiyel olarak korkunçtur. Eğer şirketler rakipleri kadar çalışmazlarsa, ürün piyasası rekabeti, şirketlerin ve yöneticilerin zenginliğini tehdit ederek, şirket yönetiminin iyileşmesine katkıda bulunabilir. Etkin rakiplerden şirketleri korumak, bu yüzden, şirket yöneticilerini kontrol etme sistemini tümünden kötü bir şekilde yaralar. Rekabet politikasının şirket yönetimine bu etkisi, rekabet kanunlarının analizinde vurgulanan dağıtım etkinliği sonucuyla en azından aynı öneme sahiptir.

Rekabetin (rivalry) amacı zaman zaman bir bilmeceye dönüşmektedir. Bazı yorumlarda rekabet, şirketlerde ve onların yöneticilerinde rekabetçi baskıyı arttırıcı olarak anlaşılmaktadır. Aslında bazı yorumcular, teknik etkinliği arttırmak için bir yol olarak, “yarışma”ya geri dönülmesini savunur. Diğerleri, yarışmayı bir dereceye kadar farklı anlarlar. Gifford ve Kudrle rekabet ve üreticinin korunmasını benzer fenomenler olarak görme eğilimindedirler.²³⁹ Ancak onlar, bazılarının rekabeti üretkenliğin bir uyarıcısı olarak yeniden canlandırmaya çalıştıklarına işaret etmişlerdir. Rekabet savunucularından bir kısmı, rekabete verilen zarar ile rakiplere verilen zararı birbirinden ayırır. Sadece, ikincisi üreticinin korunmasına eşittir. Fakat bu farkı muhakemelerin pratikte devam ettirebilmeleri zordur. Antitröst politikanın şirket yönetimine etkileri hakkında söylenenler doğru ise, yarış hızlandırmanın üreticinin korunmasını dejenere etmeyi mi yoksa etmemeyi mi gerektirdiği hususu, önemli bir sorun olur.

Özetleyecek olursak, ürün piyasası rekabeti, şirket yönetimi üzerinde güçlü bir etkiye sahiptir ve bu yüzden, şirketlerin ne kadar etkin çalıştıkları üzerinde de belirleyici olabilir. Bu etki, farklı şirket yönetimi sistemlerinden dolayı Avrupa

²³⁹ McDONNELL ve FARBER, a.g.m., s. 821.

Birliği'nde bir hayli farklıdır. Büyük olasılıkla, Avrupa Birliği'ndeki ürün piyasası rekabeti, yönetimle ilgili yanlış davranışlar üzerinde daha az önemli bir kısıtlayıcıdır.

Bununla beraber, şu iki nokta rahatlıkla belirtilebilir. Birincisi, bu bölümde tartışılan etkiler önemlidir ve antitröst analizcilerin üzerinde yoğunlaştıkları direkt dağıtım etkinliği etkileriyle aynı öneme sahiptir. İkincisi, antitröst politikaların şirket yönetimine etkileri ABD'de ve Avrupa Birliğinde farklı farklıdır ve bu fark oldukça önemlidir. Bu yüzden, ABD ve Avrupa Birliği'ndeki antitröst politikalarda farklı tercihlerin faydalarının ve maliyetlerinin ayrıntılı bir şekilde hesaplanmasında, şirket yönetimine etkileri açısından yapılan tahminler de farklı olacaktır. Bütün yönleri hesaba katılmış bir politikanın (örneğin, refah maksimizasyonu amacı) ABD için en iyi olacağını ve diğer bir politikanın (örneğin, üreticinin korunması amacı) da Avrupa Birliği için en iyi olacağını söylemek doğru olmayabilir. Sonunda, aynı politika her ikisi için de en iyi olabilir. Ancak, tahmin ve değerlendirmeler ABD ve Avrupa Birliği için farklı olabilecektir.²⁴⁰

1.3.2. Rekabet Politikası ve Refah Ekonomisi Analizi

Amerika Birleşik Devletleri'ndeki antitröst kanunu tartışan akademisyenler, refah maksimizasyonu amacı tartışmasını hep sürdürmüşlerdir. Fakat antitröst hukuku hakkındaki tartışmalar, antitröst kanunların ekonomik etkinlik ve onun hukuktaki rolü üzerine etkisinin, akademik tartışmalara ayrıntılı bir şekilde konu olmasına ilgisiz görünmektedir. Çünkü antitröst hukuku üzerine ekonomik analizler ilk önce ABD'de ün kazanmıştır. Bu bölümde, yasal kuralları ekonomik etkinliğe dayandırma taraftarı olan en güçlü tezlerden ikisi incelenecektir. Burada bu tezler eleştiri konusu yapılmayacaktır. Daha doğrusu, ABD antitröst kanununa oranla Avrupa Birliği rekabet kanunu bağlamında, bu tezlerin gücünün nisbeten azaldığı irdelenecektir. Buna karşılık olarak, etkinsizlik (nonefficiency/fairness) faktörlerini hesaba katma tezinin, Avrupa Birliği bağlamında daha güçlü olduğunu söylemek mümkündür.

²⁴⁰ McDONNELL ve FARBER, a.g.m., s. 823.

1.3.2.1. Etkin Yasal Kurallar ve Optimal Vergilendirme

ABD'deki antitröst kanunu tartışan akademisyenler arasındaki baskın görüş, antitröst kanunun sadece ekonomik etkinliğin maksimizasyonuna yoğunlaşması gerektiğidir. Onlara göre Antitröst kanun, toplumun refahını artıran kazançların tüketiciler arasında paylaşılıp paylaşılmadığı veya küçük üreticiler üzerindeki etkisi hakkında hiç bir endişe taşımamalıdır. Bu yaklaşımı sorgulamanın bir sebebi şudur: tüketiciler ve küçük üreticiler, büyük firmaların sahiplerinden daha fakir olabilirler, bu yüzden, etkin rekabet kuralları kötü dağıtım etkinliğine sahip olabilir. Soru şudur: antitröst kanun dağıtımla hiç ilgilenmeden sadece refah maksimizasyonuna bağlı olmalı mı olmamalı mı? Daha genel bir soru antitröst alanın ötesine geçer. Yasal düzenlemeler gelirin dağıtımıyla ilgili kaygılar içermeli mi yoksa onlar o kaygıları vergi sistemine mi terk etmeli? Bu çalışmalar, antitröst kanunu tartışan akademisyenler üzerinde henüz çok fazla etkiye sahip görünmese de, bu genel soru üzerine şu an oldukça fazla akademik çalışma mevcuttur. Yasal kuralların (antitröst kurallar dâhil) neden dağıtımla değil de üretim etkinliği üzerine daha çok yoğunlaşması gerektiği hakkında bazı güçlü tezler ortaya çıkmıştır. Fakat bu tezler ABD'ye oranla Avrupa Birliği'ne daha az uygun düşmektedir.

Dağıtımla ilgili amaçların yararı üzerine son zamanlardaki tartışmalar, çifte tahrif tezinde (double-distortion argument) yoğunlaşmıştır. Bu tez, genel bir sorun olarak, vergi sisteminin yeniden dağıtımla uğraşmada, regülasyon sisteminden daha etkin bir yol olduğunu ileri sürer. Tez teknik ve karmaşık olmasına rağmen, temel argümanı açıktır. Yeni kurallar geliri zenginden fakire yeniden dağıtsın diye ekonomik olarak etkin olan yasal kuralı yeniden düzenlediğimizi farzedelim. Etkin kuraldan uzaklaştığımız için, zorunlu olarak direkt etkinlik maliyeti olur. Fakat kural değişimi daha az belirgin olan ikinci bir değişime yani ekonomik kayba neden olacaktır. Fazladan bir saat daha çalışmayı düşünen birisi son birim vergi oranındaki bir artıştan dolayı düşüncesinden vazgeçebilir. Fazladan çalışarak, kendilerini dezavantajlı yasal düzenlemelerin hedefi haline getirdiklerini bilmeleri, onları caydırabilir. Bu yüzden, yeniden dağıtımcı kuralın direkt etkinlik maliyeti yanında, bir de gelir vergisinde olduğu gibi, iş gücü arzını tahrif ederek etkinlik maliyetine yol açar. Bundan dolayı,

etkin bir yasal kuralı yürürlüğe sokarken, aynı miktardaki parayı, zenginlere uygulanan vergi oranını artırarak daha etkin bir şekilde transfer etmek mümkündür.²⁴¹

Bu sonuç, tartışılmaz değildir. Örneğin, eşitlemeye çalıştığımız gelirin kendisi değil de, daha ziyade gelire ilişkili olan miktar ise yasal kurallar yeniden dağıtımın etkinliğine katkıda bulunabilir. Çifte tahrif tezi, antitröst (diğer yasal düzenlemelerde olduğu gibi) hukukun ideal olarak etkinlik üzerine yoğunlaşmasını ve yeniden dağıtımı vergi sistemine bırakmayı ileri sürer. Vergi sistemi, toplumun yeniden dağıtımcı sistemini idare etme gücüne sahipse fonksiyonların ayrılması başarılabilir. Avrupa Birliği'nin çok kısıtlanmış mali enstrümanları göz önüne alındığında, Avrupa için bu daha az doğrudur.

Genelde, Avrupa ülkeleri (en azından kuzey ülkeleri) Birleşik Devletler'e oranla gelir eşitsizlikleri konusunda çok ilgilidirler. Bu ülkelerin bazıları, herhangi bir Avrupa ülkesindeki rekabet kanununun refah etkilerini sağlama kapasitesinde olan yüksek vergi oranlarına sahiptir. Fakat Avrupa Birliği üyeleri refah seviyeleri bakımından önemli ölçüde farklılaşırlar ve eşitsizlik Avrupa Birliği' nin doğuya doğru genişleme projesiyle artmaktadır. Buna ek olarak, güçlü şirketler Avrupa boyunca ne tesadüfi olarak ne de mali destekçilerine göre dağılmış değillerdir. Bu yüzden, üretici rantı (producer surplus) öncelikle en güçlü ve zengin olan Avrupa Birliği üyelerinde birikecek ve çevredeki mevcut refah eşitsizliklerini artıracaktır. Avrupalıların tek bir ülke içinde değil de Avrupa Birliği genelinde refahın dağıtımıyla meşgul olduklarını farzederek, etkin kurallar -üretici ile tüketici arasındaki ayrıma ilgi göstermeden toplam artı değere yoğunlaşan kurallar- refahı yanlış yöne pompalama eğiliminde olacaklardır.

Çifte tahrif tezi, bu etkiye karşı en iyi cevabın, refahın ait olana geri dağıtımında vergi sistemini kullanmak olduğunu ifade eder. Problem şudur, Avrupa Birliği gerekli mali enstrümanlara sahip değildir. Avrupa Birliği'nin hem gelir kaynakları hem de harcamaları üye devletlerarasındaki refah eşitsizlikleri konusundaki

²⁴¹ McDONNELL ve FARBER, a.g.m., s. 824.

endişeyi göstermesine rağmen, AB bütçesi önemli bir etkiye sahip olmak için çok küçüktür.

Avrupa Birliğinin ve ABD hükümetinin mali göstergeleri arasındaki fark dikkat çekicidir. Avrupa Birliği bütçesi, tüm Avrupa'nın gayri safi milli hâsılasının (GSMH) %1,5 ini kapsar. Buna karşılık, ABD hükümetinin şu anki bütçesi yaklaşık olarak gayri safi yurt içi hâsıla (GSYİH) nın % 20 sidir. Parasal terimlerle ifade edersek, ABD hükümetinin bütçesi 2 trilyon dolardır.²⁴² Avrupa Birliği'nin bütçesi 100 milyar Euro'dur. Fakat bunun yarısı tarımın desteklenmesi için kullanılır.²⁴³ Avrupa Birliği'nde, toplam bütçeden oluşturulan fonların sadece üçte biri üye devletler arasındaki ekonomik eşitsizliği azaltmak için kullanılabilir.

ABD'nin tersine Avrupa Birliği gelir kaynakları da kısıtlanmıştır. Bu dört kaynakla sınırlandırılmıştır: gümrük vergileri, yiyeceklerdeki ihraç vergileri, üye devletlerin katma değer vergisinin az bir bölümü (% 1 in altında), ve üye devletlerden gayri safi milli hâsıllarına göre alınan vergiler. Bunlardan sonuncusu üye devletler arasında yeniden dağıtımını sağlamak için belirlenmiştir. Fakat oradan gelen miktar toplam gelirin yarısından azdır. Bu şekilde, Avrupa Birliği'nin gelirlerinin ve vergilerinin yarısından az bir kısmı ülkeler arasındaki dağıtımla ilgili kaygılara göre şekillendirilmektedir. Tüm Avrupa ekonomisi açısından değerlendirildiğinde, o şekillendirmenin sorunu gündeme getirme olasılığı zayıftır. Amerika'nın tersine olarak, Avrupa kendi içindeki refah eşitsizliklerinin üstesinden gelmek için tamamen mali enstrümanlara bel bağlayamaz. Bu yüzden, düzenleyici politikalarda (rekabet hukuku da dâhil) değişiklikler yapılmasını ve bu değişikliklerde dağıtımla ilgili sorunların da hesaba katılması gerektiğini savunan güçlü bir tez vardır.²⁴⁴

Avrupa Birliği içindeki dengesiz dağıtımın etkileri sorununa ek olarak, etkin rekabet kanunları refahı Avrupalı tüketicilerden yabancı üreticilere taşıyabilir. Avrupa

²⁴² OMB (Office of Management and Budget), *A Bird's Eye View of the Budget*, <http://www.whitehouse.gov/omb/budget/fy2003/cguide.pdf> (Giriş tarihi: 20.08.2004)

²⁴³ TABLE A: FINANCIAL PERSPECTIVE EU-15, http://www.europa.eu.int/comm/budget/pdf/financialfrwk/perpfin/tbl20002006eur15_en.pdf, (Giriş tarihi: 21.08.2004). Tabloya göre bu oranlar 2004-2005-2006 yıllarında da aynı düzeyde seyredecektir.

²⁴⁴ McDONNELL ve FARBER, *a.g.m.*, s. 826.

Birliği, yabancı hissedarların refahını az zengin olan Avrupa tüketicilerine yeniden dağıtmak için ciddi bir vergilendirme mekanizmasından yoksundur. Yabancı şirketlerin Avrupadaki faaliyetlerine uygulanan kurumlar vergisi (corporate tax) bu işleve hizmet edebilir. Fakat Avrupa Birliği böyle bir vergiyi koymak için herhangi bir yetkiye henüz sahip değildir.

Bundan dolayı dağıtımla ilgili kaygılar üye devletlerin kendi sınırlarınının ötesine geçerse, Avrupa Birliği o kaygıları vergi sistemi sayesinde giderme yeteneğinden yoksun kalabilir. Bu, vergilendirmenin yeniden dağıtımın sağlanmasında regülasyondan daha iyi bir mekanizma olduğu tezine zarar verir. Bu tez, kendi kendine, dağıtımla ilgili kaygıların Avrupa Birliği rekabet hukukunun garantisi altında olduğunu ispatlamaz. Etkinlik sonuçları, dağıtımla ilgili faydalardan hâla daha önemlidir. Ancak, tamamen etkinlik merkezli olan tez için karşılaştırmalı olarak söylersek, çok güçlü mali enstrümanların var olduğu ABD'ye oranla, Avrupa'da ki dağıtımı dikkate almayan kurallar daha güçsüzdür. Sonuç olarak, Gifford ve Kudrle tarafından listelenen dört amaca baktığımızda, refah maksimizasyonu Avrupa Birliği bağlamında daha az önemli, tüketici rantı ise daha fazla ağırlığa sahip gözükmektedir

1.3.2.2. Etkin Yasal Kurallar ve Riskten Kaçınma

Refahın kapsamlı bir şekilde dağıtılmasıyla ilgili kaygılar bir tarafa bırakılsa bile, ekonomik etkinlik tartışmalı bir yasal amaçtır. Özellikle hukuk ve iktisat hareketinin ilk zamanlarında, akademisyenler bir sosyal değer olarak etkinliğin meşruluğuna fark edilir bir ilgi göstermişlerdi. O zaman da ekonomik etkinliği en çok savunan Richard Posner'di. Tartışmanın diğer tarafında ise Guido Calabresi, Jules Coleman ve Ronald Dworkin gibi hukuk konusunda tanınmış kişiler vardı.²⁴⁵

Posner'in 1980'de ilk tahminlerini değiştirdikten sonra yazmış olduğu makalede bu konunun ayrıntılı tartışması bulunabilir. Tezin en önemli yeri şunu ifade eder: Bireylerin yasal kurallara gerçekten onay verip vermediklerini belirlemenin bir yolu olmadığı için, bizim yapabileceğimiz en iyi iş ima edilmiş onaya bakmaktır. Bunu

²⁴⁵ McDONNELL ve FARBER, a.g.m., s. 827.

başarmanın bir yolu, eğer işlem maliyetleri sıfırsa, partilere yasal kural hakkında mutabık olup olmadıklarını sormaktır. Posner şöyle der: “bu prosedür, bilhassa bazı ihtimalleri netleştirme konusunda yetersiz kalan sözleşmelerde, yargıcın tarafların niyetleri hakkında karar vermesine benzer.”²⁴⁶ Bu yüzden, Posner şöyle der: “Kurumun belli kazançlara, örneğin, bir bireyin hayatı, sağlığı veya malı bir kazada zarar görürse ve bir taraf ihmalkâr olmadığı için tazminat ödemek zorunda değilse, izin vermesine rağmen, refah maksimizasyonunu sağlayacak bir kurum, o kurumdan etkilenecek kişilerin onayıyla meşru kılınabilir.”²⁴⁷

Antitröst kontekste uyarlandığı şekliyle, argüman şöyle işler. Belli bir örnek olayda, etkinlik merkezli antitröst kuralları bazı bireyleri memnun edebilir ve bazılarını da incitir. Örneğin, etkin kuralları, tüketicilerin ve krizde olup da mallarını satan iş adamlarının faydasına olacak şekilde fiyatları aşağı çekebilir. Etkin kuralları, çoğu zaman, daha verimli şirketler yüzünden iş yapamaz hala gelen üreticileri ve bazen de etkinlik kazançları baskın şirkete akarken yüksek fiyatlar ödeyen tüketicileri incitir. Her şeyi hesaba katarsak, net kazançlar kayıplardan daha fazladır (aksi takdirde, kural etkin olamaz). İçinde bulunduğu ekonomik duruma ilişkin herhangi bir spesifik bilgiden mahrum olan rasyonel bir vatandaş, peşinen etkin kurallara razıdır. Çünkü, o etkin kuralları, kendisine genelde en yüksek ekonomik refahı sağlarlar.

Bu argümanın en önemli kısmı şudur; bireyler ortalama kazançlarını maksimize etmek isterler ve kaybetme riski en azından eşit kazanma imkânı ile dengelendiği sürece kaybetme riskini umursamazlar. Ekonomik etkinlik, genelde, vatandaşların kazanç elde edeceklerini garanti eder. Fakat o süreçte ortaya çıkacak risk seviyesi hakkında konuşmaz. Kural, tüm nüfus için düşünüldüğünde refah artışı sağlanmasına karşın, bazı bireyler, herhangi bir spesifik durumda, daha kötü bir pozisyona sürüklenebilirler. Fakat bireyler riskten hoşlanmıyorlarsa, etkin kural sayesinde daha iyi durumda olacaklarını bekleseler bile kaybetme riskini alma konusunda isteksiz olacaklardır. Daha açık şekilde, riskten hoşlanmayan bireyler,

²⁴⁶ R.A. POSNER, “The Ethical and Political Basis of the Efficiency Norm in Common Law Adjudication”, *Hofstra Law Review*, Vol.:8, 1980, s. 487.

²⁴⁷ POSNER, 1980, a.g.m., s. 488.

önceden, etkin antitröst politikalara razı olmayabilirler. Çünkü, onlar için ortalama net kazanç, risk taşıma yüzdesini artırmak için yeterli değildir.

Riskten kaçınma duygusunun antitröst kanun ile nasıl uyandırıldığını anlamak çok kolaydır. Bir milyon kişinin dahil olduğu bir ekonomi düşünelim. Etkin antitröst politikanın tüketici fiyatlarını düşüreceğini, öylelikle, normal bir tüketicinin bir yıl için 10 dolarlık (veya toplam 10 milyon \$) tasarruf edeceğini farzedelim. Bununla birlikte, etkin politika her yıl 100 tane küçük firmayı iş yapamaz hale getirecek. Her küçük firma sahibi 70.000 dolar (toplamda 7 milyon \$) kaybedecek. Net kazancın ortalaması kişi başına 3 dolardır. Posner'in argümanı şudur; eğer sen önceden kazanan mı yoksa kaybeden mi olacağını bilmezsen, sen bu kumarı kabul etmek zorundasın. Çünkü, sen etkin kanun sayesinde ortalama olarak 3 dolar kazanmayı düşünüyorsun. Fakat, bu kuralın onu nasıl etkileyeceğini bilmeyen birisinin önceki pozisyonundan hareketle, sen bu kumara razı olmayabilirsin. Eğer sen riskten hoşlanmayan birisiysen, bir tüketici olarak on binde bir ihtimal ile 70.000 dolar kaybetmemek için, bir tüketici olarak her yıl için fazladan 10 dolar ödemeye istekli olabilirsin. Daha genel olarak, etkin antitröst kanunun sağladığı sosyal kazançlar, çoğunlukla az ve büyük ölçüde yaygın fiyat düşüşleri şeklinde olur. Sosyal maliyetler ise, işçi ve iş sahiplerinden oluşan küçük bir gruba yüklenir. Bu küçük grup, maliyetlerden ağır bir şekilde etkilenir. Eğer bireyler riskten hoşlanmıyorlarsa, daha fazla ekonomik güvence için, kontrolsüz bir rekabetin getireceği bazı bireysel faydaları bırakmaya istekli olabilirler.²⁴⁸

Bununla birlikte, riskten kaçınma tek faktör değildir. Bazı durumlarda, bireyler yatırım portföylerini çeşitlendirerek veya sigorta sayesinde riskleri ortadan kaldıracakları ve harekete geçirici güdülerinde bir değişim olmaz. Önemli bir faktör olan riskten kaçınma ortadan kaldırılmadıkça, Posner'in etkinliğin meşruluğuyla ilgili argümanı geçerlilik kazanmayacaktır.

Riskten kaçınma, birkaç sebepten dolayı, Avrupa Birliği rekabet politikasını değerlendirmede daha önemli olabilir. Birincisi, sıkı kurallara bağlı bir ekonomide şirketlerin kapanmasından ve işsizlikten kaynaklanan gerçek ekonomik kayıplar daha

²⁴⁸ POSNER, 1980, a.g.m., s. 489.

büyük olabilir. İkincisi, kayıpları genele (tüm insanlara) dağıtan mekanizmalar daha zayıf olabilir. Üçüncüsü, Avrupalılar riskten hoşlanmayan kişiler olabilir. Bu noktalar sırasıyla dikkate alınacaktır.

İlk nokta, katı kurallı ekonominin sonuçlarıyla alakalıdır. Avrupalılar, çalışanlara ileri düzeyde iş güvencesiyle (bununla birlikte, diğerleri için daha yüksek işsizlik) ekonomik istikrarı Amerikalılardan daha çok vurgularlar. Bu fark, Amerikan iş gücü piyasasının fazla esnekliğine bağlanmaktadır. Gifford ve Kudrle'nin vurguladığı gibi, "ABD ile keskin bir karşıtlık içinde olan Avrupa'yı oluşturan devletlerin her birisinde en önemli politik güç, üretimin ve istihdamın mekân olarak sabitlenmesini, etkinliğin ve büyümenin istikrarından önce görmektedir."²⁴⁹ Bu yüzden, genel politik denge Avrupa'da farklı gözükmektedir.

Örneğin, tüm Avrupa ülkeleri işçi çıkarmayı kısıtlayan yasalara sahiptir. Standartlar değişir: Fransız kanunları, işverenin gerçek ve ciddi bir gerekçeye sahip olmasını gerektirir; Alman kanunları, kişi veya onun davranışları veya acil sosyal ihtiyaçlarıyla ilgili sebepleri gerektirir; ötekilerine göre Laissez-faire olan İngiliz kanunları, işten çıkarma için yeterli sebeplerin varlığı hakkında adil bir inanç gerektirir. Buna karşılık, ABD'deki genel kural şudur: işçiyi işten çıkarmaya iten motif ırk gibi bazı yasak etkenler olmadığı sürece, işveren işçiyi işten çıkarmak için hiç bir gerekçeye ihtiyaç duymaz.

Bu türdeki politika farkları, ekonomik davranışlarda değişmelere veya intibaklara neden olabilir. Çünkü işçiler şirketle uzun dönemli ilişkiler içinde olmayı bekleyebilirler. İstihdam esnasında, onların güdüleri ve davranışları da farklıdır. Daha güvenli iş ilişkilerinin varlığı, işçilerin "şirkete özel kapital"e (sadece belli bir şirkette kullanılan ve başka şirketlere olduğu gibi transfer edilemeyen beceri ve bilgiler) yatırım yapmalarını mantıklı hale getirir. Jim Chen'in açıkladığı gibi, "insanoğlu, bir ortamda, aynı gereçler ve becerilerle daha fazla çalıştıkça, mevkisinde daha da uzman olur."²⁵⁰

²⁴⁹ GIFFORD ve KUDRLE, a.g.m., s.708.

²⁵⁰ J. CHEN, *Globalization and Its Losers*, Minn, Global Trade, 2000, s. 1157-1165'den aktaran, McDONNELL ve FARBER, a.g.m., s. 831.

Bu yüzden, Avrupalı işçilerin, şirkete özel beceri ve bilgiye dayalı daha çok yatırım yaptıklarını tahmin edilebilir.

Bu davranış, şirket kapanmalarına ve işsizliğe dayanan kayıpları artırır. İşçi eğer işini kaybederse, şirkete özel kapitali değersiz olur. Hiçbir sigorta politikası öyle bir kaybı telafi edemez. Buna ek olarak, Avrupa'da daha yüksek olan işsizlik yüzünden, boşa kalan Avrupalı işçiler, daha uzun süreli işsizliklerle karşılaşacaklardır. Bu, sigortanın kolayca telafi edemeyeceği diğer bir kayıptır.

Benzer şekilde, Avrupalıların ekonomik istikrara verdikleri genel önem ve geçmişte küçük üreticileri koruyan yerel düzenlemeler yüzünden, üreticiler de mevcut şirketlerine hem mali kapital hemde insan kapitali şeklinde daha fazla yatırım yapmaya teşvik edildiler. Etkin antitröst politikaya geçiş, küçük firma başarısızlıklarının sayısını artırır. Bu da, sahiplerin kapitalinin kaybıyla sonuçlanır. Bu kayıplar çok büyük olabilir. Çünkü ürün piyasasındaki rekabet azlığı hem iş yeri sahiplerini hem de işçileri şirkette daha büyük yatırım yapmaya teşvik eder. Avrupadaki rekabet kanunu, bu potansiyel kayıba karşı oldukça hassas görünmektedir. Gifford ve Kudrle göre, Avrupa'nın antitröst politikası, "bir düzene göre yerleşmiş olan şirketleri, beklenmedik şoklara karşı korur".²⁵¹ Riskten kaçınma, mevcut şirketlere yönelik bu koruyucu tutumları açıklamaya yardım edebilir. Küçük şirketlerin sahiplerinin, yatırımlarını çeşitlendirmeleri zordur; iş yeri sahibinin kaynakları, kendi şirketinin kaynaklarıyla sınırlıdır. O, geniş hissedar portföyü sayesinde yatırımlarını çeşitlendirmekten uzaktır. Buna ek olarak, Amerikan sistemine oranla, Avrupadaki şirket finansmanı yoğun bir şekilde banka kredilerine dayanır ve dolayısıyla, halka satılabilen menkul değerler daha azdır. Portföy çeşitlendirmesi, yatırımcılar için çok zordur. Borç verenler de eşitsiz bir şekilde dağılmışlardır. Çünkü onların kredileri belli bir coğrafya bölgesiyle veya uzun süredir ilişki içinde oldukları şirketlerle sınırlıdır.²⁵²

Netice şudur ki Avrupa'da, iş başarısızlığı veya iş kaybı riski hem daha geniş hem de daha çeşitlenmiştir. Riskten kaçınma, rekabet hukukunun özel amacı olan ekonomik etkinliğin geçerliliğini değerlendirmekte, daha uygundur. Çünkü küçük

²⁵¹ GIFFORD ve KUDRLE, *a.g.m.*, s.709.

²⁵² McDONNELL ve FARBER, *a.g.m.*, s. 832.

üreticiler piyasanın dışına itildiğinde Avrupalıların kaybedeceği daha çok şey vardır ve bu tür kayıplara karşı sigorta yaptırma olanakları azdır. Bu tür risklerden korunmak için, bir dereceye kadar ekonomik etkinlikten vazgeçmeye istekli olabilirler.

Son olarak, Avrupa sosyal politikasında istikrara yapılan fazla vurgu, sıradan Avrupalıların fazla riskten kaçınan kişiler olduklarının göstergesi olabilir. Göç, yüksek riski olan bir iştir. Bu yüzden, Amerika'ya göç eden Avrupalılar, kıtada kalanlara oranla fazla risk alabilen kişilerdir. Bu, iki kültürü zıt yönere taşır. Buna ek olarak, geçen yüzyılda, Avrupalılar, kendi topraklarında iki dünya savaşı, politik kargaşa, ekonomik durgunluk dalgası ve hiper enflasyon şeklinde en kötü istikrarsızlık durumlarıyla trajik tecrübeler edinmişlerdir. Bu tecrübeler, Avrupa'nın kültürel değerleri üzerinde bir etki bırakmış ise, bu durum şaşırtıcı değildir.

Riskten kaçınmanın Avrupa Birliği'nin şu andaki rekabet politikasını haklı çıkardığı iddia edilmemektedir.. Sadece, riskten kaçınmanın, Avrupa rekabet hukukunda toplam net kazancı (total surplus) arttırmaya yapılan az vurguyu haklı çıkaracağı ileri sürülmektedir. Özelde riskten kaçınma, Avrupalı rasyonel bir düzenleyicinin antitröst bir amaç olarak, üreticinin korunmasına daha fazla önem vermesine neden olabilir.

Rekabet politikalarının refah etkilerini karşılaştırmak çok daha kompleks bir konudur. Sadece ürün piyahasındaki *dağıtım etkinliğine* bakılamaz. Tüm ekonomi genelindeki etkileri dikkate almak gerekir. Buna ek olarak, antitröst politika diğer değişkenlerden izole edilerek incelenemez. Tüm ekonomi genelinde refah etkileri üretebilen diğer alanlardaki politikaların birçoğunun etkileri de dikkate alınmalıdır. Amerikan toplumu mu yoksa Avrupa toplumu mu daha yüksek toplam refahı sağlar? Buna cevap vermek kolay değildir.²⁵³

Son olarak şunu ifade etmek gerekir ki, rekabet politikalarının aynılaştırma ihtimali bir takım sonuçlar doğurur. Bu konuda yapılan analizler eğer farklı antitröst politikaların AB ve ABD daha için iyi ve gerekli olduğunu söylerse, aynılaştırma gerekli görülmeyebilir. Özellikle Avrupa toplumu bir yığın birbiriyle ilgili piyasa ve kurumları değiştirmeyi tercih etmediği sürece, aynılaştırma imkânsız görünmektedir. Biri diğerine

²⁵³ McDONNELL ve FARBER, a.g.m., s. 833-34.

benzemek için kendisinin rekabet politikasını değiştirirse, her iki toplumda bundan zarar görebilir.

Kuşkusuz, toplumlardan birinin, piyasalarının ve kurumlarının birçoğunu diğer topluma benzeyecek şekilde değiştirmesi de mümkündür. Avrupa sermaye piyasasının, iş gücü piyasasının ve politik kurumlarının, Amerika'dakilerine benzeme yönünde olduğunu gösteren işaretler vardır. Özellikle AB rekabet politikasının ABD politikasına benzemesi olasılığı yüksek görünmektedir. Fakat yle bir değişme için birçok engelin olduğu söylenebilir. Avrupalılar, herşey dikkate alındığında, böyle bir değişimin gerekli olmadığına karar verebilirler. Çünkü rekabet politikasını değiştirmek ancak aynı anda birçok diğer politikaların ve kurumların değişmesiyle anlamlı olabilir. Tüm bu değişiklikleri yapmak çok maliyetli olabilir. Çünkü AB'nin ve ABD'nin antitröst politikaları daha büyük sistemlere uyarlanmış unsurlardır. AB ve ABD toplumları, kendilerine özgü farklı politik, sosyal ve ekonomik sistemlerinde aynen kalabilirler. Tarihi olaylar, bu toplumsal farklılıklara yol açmıştır ve toplumlar, tarihlerinden kaçmayı göze alamazlar. Onlar değişmek isteseler bile, değişimin karmaşıklığı ve zorluğu yüzünden, birçok farklı kurum uzun ve yavaş bir adaptasyon sürecine neden olacaktır.²⁵⁴

²⁵⁴ McDONNELL ve FARBER, a.g.m., s. 835.



İKİNCİ BÖLÜM

REKABET HUKUKU VE TARİHÇESİ

2.1. ABD, AB VE TÜRKİYE REKABET HUKUKU DÜZENLEMELERİ

2.1.1. Amerika Birleşik Devletleri

Modern anlamda rekabete ilişkin ilk yasal düzenlemeler yapma düşüncesi XIX. Yüzyılın ortalarında, önce 1889'da Kanada'da ve daha sonra ABD'de ticari hayatta tröstleşme eğilimlerinin artması üzerine tartışılmaya başlanmıştır. *Sherman Act*²⁵⁵ 1890 yılında Kongre'de kabul edilmiş ve ABD'nin ilk federal rekabet yasası (antitröst kanunu) yürürlüğe girmiştir. *Senatör Sherman* Kongre'de bu yasanın hazırlanış gerekçesini açıklarken;

"Biz nasıl ki siyasal yönetim biçimi olarak siyasal erkin tek elde toplandığı monarşi düzenini reddedip, çoğulcu, demokratik bir yönetim biçimini benimsemişsek, bu anlayışın doğal sonucu olarak ticari hayatta da piyasanın monarkları olan tekel ve tröstlere karşı çıkmalıyız." demiş ve bir anlamda rekabetin korunması ve gelişmesine ilişkin düzenlemelerin başta ekonomik gerekçeler olmak üzere siyasi ve sosyal gerekçeler de taşıdığını ifade etmiştir.²⁵⁶

Senatör'ün adıyla anılan Sherman Kanunu'nun ilk iki maddesi, şu hükümleri içermektedir²⁵⁷:

"Madde 1: Federe devletlerarası (eyaletlerarası) ya da ABD ile başka devletlerarası ticareti ve rekabeti sınırlar nitelikte olan, her türlü sözleşme, gizli anlaşma, tröst veya benzeri davranışlar hukuka aykırıdır.

²⁵⁵ Bu yasa, hazırlayıcısı olan senatör Sherman'ın adıyla anılmaktadır.

²⁵⁶ MÜFTÜOĞLU, 2000b, a.g.m., s. 5.

²⁵⁷ Kanun maddelerinin tercümesi Öz ,2000, a.g.e., s. 26'den alınmıştır.

Madde 2: Federe devletlerarası (eyaletler arası) ya da ABD ile başka devletlerarası ticaretin bir alanında tekelleşen, tekelleşmeye teşebbüs eden ya da tekelleşmek için başkalarıyla sözleşme ya da gizli anlaşma yapan herkes cürüm işlemiş sayılır.”

Rekabetin yatay veya dikey anlaşmalar ve uygulamalar yoluyla kısıtlanmasını ve tekelleşmenin yasaklanmasını düzenleyen *Sherman Act*'ın XX. Yüzyılın başında görülmeye başlayan birleşme/devralma dalgası karşısında yetersiz kalması üzerine, 1914 yılında *Clayton Act* ve *Federal Trade Commission Act* kabul edilmiştir. Unutulmamalıdır ki, Sherman kanununun 2. maddesi monopollerini değil, monopolleşmeyi yasaklamaktaydı.²⁵⁸ *Clayton Act* ve *Federal Trade Commission Act*, ilgili ürün piyasası tanımı, ilgili coğrafi piyasa tanımı ve birleşmeler yoluyla piyasa gücü elde edilmesine ilişkin düzenlemeleriyle daha sonraki mahkeme kararları üzerinde önemli etkilere sahip olmuştur.²⁵⁹ Federal Ticaret Komisyonu (FTC) da bu yasaya göre kurulmuştur. 1936 yılında *Robinson-Patman Act* ile fiyat ayrımcılığı konusunda yeni bir düzenleme yapılmış, 1950 ve 1960 yıllarında ise, yasama alanında yapılan diğer düzenlemelerle rekabet hukuku ve özellikle birleşmeler alanındaki mevzuat takviye edilmiştir.²⁶⁰

ABD'de, bir yüz yılı aşkın sürede antitröst hukukunun gelişimi sadece bu düzenlemelerden ibaret değildir. Bunların yanında doktriner düzeyde tartışma ve çalışmalar ile çok sayıda mahkeme kararları (bir anlamda içtihat hukuku) ABD'de güçlü bir rekabet geleneğinin yerleşmesini sağlamıştır. 1938 yılında çıkarılan bir başka yasa *Wheeler-Lea Act*'tir. Bu yasa aldatici teşebbüs davranışlarını yasaklamaktaydı. 1950

²⁵⁸ P.R. GREGORY ve R.C. STUART, *Comparative Economic Systems*, Fifth Edition, Boston, Houghton Mifflin Company, 1996, s. 175.

²⁵⁹ D. HILDEBRAND, *The Role of Economic Analysis in the EC Competition Rules*, The Hague, The Netherlands, Kluwer Law International, 1998, s. 369.

²⁶⁰ MÜFTÜOĞLU, 2000b, a.g.m., s. 6.

yılında çıkarılan *Celler Kefauver Act* ise birleşmeler üzerindeki yasaklamaları genişletici nitelikte idi.²⁶¹

Antitöst hukuku, ABD'de sadece bireylerin özgürlüğünü koruma aracı olarak değil, aynı zamanda ABD'nin serbest rekabete dayalı ekonomi politikasını güçlendirmenin bir aracı ve ekonomik etkinliği sağlamak yoluyla toplumsal refahı artırmanın bir enstrümanı olarak görülmektedir. ABD'de rekabetin kısıtlanmasına yönelik bir takım uygulamalar ilke olarak yasaklanmıştır. Bu ilkenin içini dolduracak olan ise, içtihat hukukunun (*case law*) oluşumunu sağlayan mahkeme kararlarıdır.

2.1.2. Avrupa Birliği

Kıta Avrupasında rekabete ilişkin düzenlemeler, İkinci Dünya Savaşı sonrasında rastlamaktadır. İkinci Dünya Savaşı takiben ABD, politik ve ekonomik bakımdan Batı Dünyasının lideri haline gelmiş ve bu liderlik rolüne uygun olarak çok kapsamlı ve katı bir rekabet politikası izlemiştir. ABD'nin liderliğindeki müttefiklerin baskısı sonucu Japonya ve Almanya ekonomik gücün yoğunlaşmasını engelleyen yasal düzenlemeler yapmak durumunda kalmışlardır.²⁶²

Aslında İkinci Dünya Savaşı öncesinde Avrupa'da boy gösteren karteller ve bunların diğer alanlardaki istenmeyen sonuçları, rekabet düzenlemelerinin yapılması gereğini ortaya çıkarmaktaydı. Bu dönemde, özellikle Almanya'da kartellerin yoğun bir şekilde ortaya çıkması ve Nasyonal Sosyalistlere destek vermeleri, kartellerin dünyayı savaşa götüren totaliter rejimlerin gelişmesinde asli bir rol oynadığı düşüncesini doğurmuş ve Avrupa'da kartel oluşumlarına karşı güçlü bir eğilimin belirmesine neden olmuştur. Monopoller ve karteller ekonomik gücün dağıtılması hedefine zıt olduğu gibi, ekonomiyi böyle bir hedeften de radikal şekilde uzaklaştırmaktadırlar. İkinci Dünya Savaşından önce Naziler, yoğunluğu yüksek ve kartelleşmiş bir ekonominin merkezi

²⁶¹ GREGORY, STUART, a.g.e., s. 176.

²⁶² MÜFTÜOĞLU, 2000b, a.g.m., s. 6.

planlama sistemine rahatlıkla dönüştürülebildiğini göstermişlerdir. Bu sistemin dışında kalanlar kamu yararı adına çeşitli ayrımcılık yöntemleri ile disipline edilmişlerdir. 1933'ten sonra bu amaca ulaşmak için geleneksel ekonomik baskılar yetersiz kalınca, özel karteller resmi yollarla zorunlu kartellere dönüştürülmüşlerdir.²⁶³

Bu acı tecrübelerin yanı sıra ABD'nin rekabete karşı ödün vermeyen yaklaşımı, Avrupa ülkelerinin üretici ve tüketicileri üzerinde de etkili olmuştur. Bu etkileşim içinde Almanya'dan başlamak üzere rekabet kanunları kabul edilmeye başlanmıştır. 1958 yılında, ABD ekolünden farklı nitelikler taşıyan ve sosyal piyasa ekonomisi görüşünden etkilenen Alman Kartel Kanunu kabul edilmiştir.

Ancak asıl önemli gelişme, 18 Nisan 1951 tarihinde imzalanan Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğu (AKÇT) Antlaşmasının başlattığı süreçte Avrupa Ekonomik Topluluğunu (AET) kuran Roma Antlaşmasının 1 Ocak 1958'de yürürlüğe girmesidir. Münhasıran kömür ve çelik sektörlerine yönelik olan AKÇT Antlaşması rekabet düzenlemeleri bakımından iki önemli madde (65 ve 66) içermektedir. Söz konusu maddeler hükümleri Roma Antlaşmasında öngörülen rekabet sistemine de öncülük etmiştir.²⁶⁴

Birlik Antlaşmasının 2'nci maddesi;

“Topluluk, ortak bir pazarın, ekonomik ve parasal bir birliğin kurulması ve 3 ve 3A maddelerinde yer verilen ortak politikaların ve faaliyetlerin yürürlüğe konulması yolu ile Birliğin bütünü içinde ekonomik faaliyetlerin uyumlu ve dengeli kalkınmanın, çevreye saygılı, sürekli ve enflasyonist olmayan bir büyümenin, ekonomik performansların yüksek derecede bütünlüğünün, yüksek seviyeli bir istihdam ve sosyal korumanın, yaşam seviyesinin, üye devletler arasında ekonomik ve sosyal bütünlükle

²⁶³ A. JACQUEMIN, “Theories of Industrial Organisation and Competition Policy: What are the Links?”, *Working Paper-2000*, European Commission Forward Studies Unit, 2000, s. 17.

²⁶⁴ MÜFTÜOĞLU, 2000b, a.g.m., s. 7.

dayanışmanın iyileştirilmesi görevine sahiptir.”²⁶⁵ demek suretiyle Avrupa Birliğinde ortak bir pazarın yaratılması hedefinin gerçekleşmesinin bir aracının rekabet hukuku olduğunu zımnen ifade etmektedir. Yukarıda anılan 2. maddede temel amaç “üye ülkeler arasında bir ortak pazarın yaratılması” olarak belirlenmiş ve madde 3 (g)’de ifadesini bulan “iç piyasa dahilinde rekabetin bozulmamasını sağlayacak bir sistemin kurulması” bu amaca yönelik önemli araçlardan birisi olarak kabul edilmiştir.²⁶⁶ Bu çerçevede, Birlik Antlaşmasında rekabet politikası başlığı altında ayrı bir bölüme yer verilmiştir. Bu bölümde yer alan ve teşebbüsler arası rekabeti kısıtlayıcı uygulamaları düzenleyen 81²⁶⁷ ve hakim durumdaki teşebbüslerin bu hakim durumlarını kötüye kullanmalarını yasaklayan 82. maddelerle teşebbüslere uygulanacak rekabet kuralları düzenlenmiştir. Her iki madde Avrupa Birliği rekabet mevzuatının temel iki direği olarak kabul edilmektedir.²⁶⁸

Birlik Antlaşması’nın Ortak Pazar’da rekabeti bozabilecek nitelikte olan anlaşma, karar ve uyumlu davranışların yasaklanmasına ilişkin olan 81. maddesi aşağıdaki hükümleri içermektedir²⁶⁹.

“1. Üye devletler arasındaki ticareti etkileyebilecek ve ortak piyasa içindeki rekabeti önleyecek, sınırlandırarak ya da bozacak etkileri olan işletmeler arası tüm anlaşmalar, işletmelerin ortaklık kararları (teşebbüs birlikleri kararları), çıkar yolu uygulamalar (uyumlu eylemler) ve özellikle;

²⁶⁵ C. BAYDAROL, *Avrupa Birliğini Kuran Andlaşma*, İstanbul, İKV Yayını, 1993. İlgili maddenin çevirisi bu kitaptan alınmıştır.

²⁶⁶ HILDEBRAND, *a.g.e.*, s. 10.

²⁶⁷ Amsterdam Antlaşması’nın 1 Mayıs 1999’da yürürlüğe giren 12. maddesi uyarınca Roma Antlaşması’nın 85 ve 86. maddelerinin yeni madde numaraları 81 ve 82 olarak belirlenmiştir. Bu çalışma boyunca yaptığımız atıflarda 1999 öncesindeki kararlar da dahil olmak üzere, biz yeni madde numaralarını kullanacağız.

²⁶⁸ MÜFTÜOĞLU, 2000b, *a.g.m.*, s. 7.

²⁶⁹ H. GÜNUĞUR, *Avrupa Ekonomik Topluluğu’nu Kuran Antlaşma*, Ankara, TOBB Yayını, 1988, s. 65-66.’daki tercüme aynen alınmıştır.

a) Doğrudan doğruya ya da dolaylı şekilde alış veya satış fiyatını ya da diğer uzlaşma koşullarını saptamaya,

b) Üretimi, piyasaları, teknik gelişmeyi ya da yatırımları sınırlamaya veya kontrol etmeye,

c) Piyasaları veya gereç kaynaklarını (arz koşullarını) paylaşmaya,

d) Ticari hasımlar bakımından, eşdeğerdeki edimlerle aynı olmayan koşulları uygulayarak, onları bu nedenle rekabette dezavantajlı duruma düşürmeye,

e) Akitlerin yapılmasını, niteliği gereği olarak ya da ticari törelere göre bu akitlerin konusuyla ilişkisi olmayan ek edimlerin hasımlar tarafından kabul edilmesine bağlamaya,

varan [anlaşmalar] Ortak Pazar ile bağdaşmaz ve yasaklanmıştır.

2. İşbu madde uyarınca yasaklanan anlaşmalar ya da kararlar kesinlikle yok sayılır.

3. Bununla beraber, 1. paragraf hükümleri; ürünlerin üretilmesinin ya da dağıtılmasının iyileştirilmesine veya teknik ya da ekonomik gelişmenin aşamasını yükseltmeye katkıda bulunan ve bunun sonucunda, ondan yararlananlara dengeli bir yarar payı sağlayan,

- İşletmeler arasındaki her anlaşmaya ya da tip anlaşmalara,

- İşletmeler arasındaki her ortaklık kararına ya da tip kararlara,

- Çıkar yollu her uygulamaya ya da çıkar yollu uygulama tiplerine,

Uygulanmayabilir, öyle ki:

a) Bu amaçlara ulaşmak için kaçınılmaz olan sınırlamaları ilgili işletmelere zorla kabul ettirmesin,

b) Söz konusu ürünlerin önemli bir bölümü için bu işletmelere rekabeti ortadan kaldırmak olanağı vermesin.

Roma Antlaşması'nın hakim durumun kötüye kullanılmasını yasaklayan 82. maddesi aşağıdaki hükmü içermektedir:

“Üye devletlerarası ticareti engelleyebilir nitelikte olan ve ortak pazarda veya ortak pazarın önemli bir bölümünde, bir ya da birden fazla işletme tarafından hakim durumun kötüye kullanılması, ortak pazarla bağdaşmayacağından yasaktır. Söz konusu kötüye kullanma halleri özellikle aşağıdakileri içerir:

a) Doğrudan ya da dolaylı olarak haksız alış veya satış fiyatı ya da diğer ticari koşulların belirlenmesi;

b) Üretimin, pazarların veya teknik gelişimin, tüketicinin zararına olacak şekilde sınırlandırılması;

c) Eşdeğer nitelikli sözleşmelerde, tarafları rekabet edebilirlikleri açısından dezavantajlı konuma getirecek şekilde farklı koşullar uygulanması;

d) Sözleşmelerin, niteliği veya ticari yaşamın gereği olarak bu tür sözleşmelerin konusu ile ilgisi olmayan ek yükümlülüklerin kabulü şartına bağlanması.”

Trebilcock'un ifadesiyle, bu maddeler ve bu maddelerin uygulanmasından sorumlu Rekabet Dairesi, etkinlik ve entegrasyon amacını birlikte yürütmeye çalışmıştır. Yukarıdaki maddeler, Avrupa Birliği boyutundaki işlemler ve uygulamalar için geçerlidir. Yerel işlem ve uygulamalar, üye ülkelerin yerel rekabet kanunlarına göre yürütülmelidir.²⁷⁰

Ancak Roma Antlaşması, imzalandığı dönemin şartları gözönüne alınarak, teşebbüsler arasında gerçekleşen ve hakim durum yaratma ya da mevcut bir hakim

²⁷⁰ TREBILCOCK, a.g.e., s. 96.

durumu güçlendirme yoluyla rekabeti önemli ölçüde kısıtlayan birleşme ya da devralmalara ilişkin bir düzenlemeden yoksun bırakılmıştır. Bu eksiklik 4064/89 Sayılı Birleşme Tüzüğü'nün 1990 yılında yürürlüğe girmesi ile giderilmiştir.²⁷¹

Roma Antlaşması'nda yer alan rekabet kurallarını ulusal rekabet kanunlarından ayıran önemli iki özellik; ilk kez rekabete ilişkin uluslararası bir düzenleme olması ve temel amacının, üye ülkeleri içeren ortak bir pazar yaratılmasıdır. Bu bağlamda, Avrupa Birliği rekabet düzenlemelerinin dar bir ekonomik etkinlik amacından daha fazlasıyla ilgili olduğu kabul edilmektedir.²⁷²

Birlik Antlaşması, uluslararası niteliği ile rekabet hukuku alanında üye devletler düzeyinden AB düzeyine, aralarındaki ticaretin etkilenmesi ölçüsünde egemenlik devri öngörmüştür. Ayrıca, Birlik Antlaşmasının uygulanması sırasında ortaya çıkan AB rekabet mevzuatı, Avrupa Birliği Adalet Divanı (ABAD) kararları ile ulusal rekabet mevzuatları karşısında üstünlük kazanmıştır. Bu çerçevede, üye devletlerin ulusal rekabet hukukları, ancak üye devletlerarası ticareti etkilemeyen rekabeti sınırlayıcı uygulamalar söz konusu olduğu ve AB mevzuatı ile çatışmadığı ölçüde uygulanmaktadır. Roma Antlaşmasının yürürlüğe girmesinden sonra birçok üye ülke Birlik Antlaşması'nda ve ikincil mevzuatta öngörülen düzenlemelere paralel olarak kendi ulusal rekabet kanunlarını çıkarmış ya da değiştirmişlerdir. Avrupa Birliği'nde Rekabet hukuku alanında yetkili kurumlar: *Avrupa Birliği Komisyonu*, Komisyon'ca alınan kararların yargısal denetimini yapan *İlk Derece Mahkemesi* ve *Avrupa Birliği Adalet Divanı (ABAD)*'dir.²⁷³

²⁷¹ MÜFTÜOĞLU, 2000b, a.g.m., s. 7.

²⁷² a.g.m., s. 7.

²⁷³ a.g.m., s. 8.

2.1.3. Türkiye

1982 Anayasası “Devlet, para, kredi, sermaye, mal ve hizmet piyasalarının sağlıklı ve düzenli işlemelerini sağlayıcı ve geliştirici tedbirleri alır; piyasalarda fiili veya anlaşma sonucu doğacak tekelleşme ve kartelleşmeyi önler” (Anayasa, Madde 167/1) demek suretiyle Devlete, piyasaları rekabet hukuku kuralları gereğince düzenleme görevi vermiştir. İşte 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun yasalaştırılması bir anlamda anayasal buyruğun yerine getirilmesidir.

Kanunun hazırlanmasında etkili olan bir diğer unsur da, uluslararası anlaşmaların Türkiye’ye yüklediği yükümlülüklerdir. Burada özellikle, Türkiye ve AET arasındaki ortaklık ilişkilerini içeren 12 Eylül 1963 tarihli Ankara Anlaşması çerçevesindeki yükümlülüklerden söz etmekte yarar vardır. Ortaklık Anlaşması’nın 16 ncı maddesi, Roma Antlaşmasının rekabet, vergi ve mevzuatın uyumlaştırılması ile ilgili hükümlerinde anılan ilkelerin, ortaklık ilişkisinde uygulanmasını öngörmüştür. Nitekim, Türk Rekabet Kanunu büyük ölçüde Roma Antlaşmasının 81 ve 82. maddelerini kaynak almıştır. Ayrıca, belirtmek gerekir ki, 6 Mart 1995 tarihli Ortaklık Konseyi Kararı ile 1 Ocak 1996’da yürürlüğe giren Avrupa Birliği ile Türkiye arasındaki Gümrük Birliği’nin ortaya çıkardığı yeni durum, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun kabulünde önemli bir rol oynamıştır.²⁷⁴

RKHK 1994 yılı sonunda kabul edilerek yürürlüğe girmiş olmasına rağmen, rekabetin korunmasına ilişkin olarak bir yasal düzenleme yapılmasına yönelik çalışmalar 1971 yılına kadar geri götürülebilecek eski bir tarihi geçmişe sahiptir.

²⁷⁴ MÜFTÜOĞLU, 2000b, a.g.m., s. 8.

2.2. Genel Olarak Türk Rekabet Hukuku

2.2.1. Rekabetin Korunması Hakkında Kanun

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un amacı, mal ve hizmet piyasalarındaki rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı anlaşma, karar ve uygulamaları ve piyasaya hakim olan teşebbüslerin bu hakimiyetlerini kötüye kullanmalarını önlemek, bunun için gerekli düzenleme ve denetlemeleri yaparak rekabetin korunmasını sağlamaktır. Bu amacın gerçekleştirilmesine yönelik olarak Kanun kapsamındaki işlemleri ve bunlara yönelik tedbirleri üç ana başlık altında toplamak mümkündür:

Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde mal ve hizmet piyasalarında faaliyet gösteren ya da bu piyasaları etkileyen her türlü teşebbüsün aralarında yaptığı rekabeti engelleyici, bozucu ve kısıtlayıcı anlaşma, uyumlu davranışlar ve kararlar,

Piyasada hakim durumda olan teşebbüslerin bu hakimiyetlerinin tesbiti ve kötüye kullanılmasının önlenmesi,

Hakim durum yaratmaya veya var olan bir hakim durumu güçlendirmeye yönelik ve bunun sonucu olarak rekabeti önemli ölçüde azaltacak birleşme ve devralma niteliğindeki her türlü hukuki işlem ve davranışların denetlenmesi.²⁷⁵

Yasal düzenlemenin çatısını oluşturan ve yasaklayıcı hükümler içeren 4, 6 ve 7'nci maddelerin getirdiği düzenlemeler aşağıda biraz daha ayrıntılı olarak ve ayrı başlıklar altında incelenecektir. Ayrıca Kanun'un 2'nci maddesinde; yukarıda belirtilen maddi hususların yanı sıra rekabetin korunmasına yönelik tedbir, tespit, düzenleme ve denetlemeye ilişkin işlemlerin de Kanun kapsamına girdiği belirtilmiştir. Böylece, mal ve hizmet piyasalarında sağlıklı bir rekabet ortamının yaratılmasına yönelik her türlü

²⁷⁵ MÜFTÜOĞLU, 2000b, a.g.m., s. 11.

işlemin, rekabeti kısıtlayıcı nitelikteki eylemlerin önlenmesini de içerecek şekilde Kanun'un uygulama alanının içinde olduğu anlaşılmaktadır.

Rekabet Kurumu'nun karar organı olan Rekabet Kurulu'nun görev ve yetkilerinin düzenlendiği 27'nci maddenin (g) ve (h) bentlerinde; rekabet hukuku ile ilgili mevzuatta yapılması gereken değişiklikler konusunda doğrudan veya Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'nın talebi üzerine görüş bildirmek ve rekabeti sınırlayıcı anlaşma ve kararlarla ilgili olarak diğer ülkelerin mevzuat, uygulama, politika ve tedbirlerini izlemek, Kurul'un görev ve yetkileri arasında sayılmıştır. Bu hükümler ışığında, ülke genelinde rekabet kuralları ve diğer ilgili mevzuattan oluşan rekabet politikasının oluşturulmasına ve bunun sağlıklı bir şekilde yaşama geçirilmesine katkıda bulunmanın, Rekabet Kurulu çalışmalarının önemli bir bölümünü oluşturduğu ortaya çıkmaktadır.

Bu kısımda Türk Rekabet Hukukunun politika araçlarını daha ayrıntılı şekilde incelemek, sonraki bölümlere ışık tutması bakımından yararlı olacaktır. Bu araçlar incelenirken RKHK' un sistematüğini takip etmeye gayret gösterilecektir.

2.2.2. Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar

Rekabet sınırlamaları işletmelerin aralarında yaptıkları anlaşmalar, işletme birliklerinin aldığı kararlar veya uyumlu eylemlerle ortaya çıkabilir. İşletmelerin aralarında tüzel kişiliği haiz olan veya olmayan birlikler oluşturmaları yasal sınırlar içinde mümkün olduğundan, gerek bu işletme birliklerinin yasal oluşum sonucu, gerekse kanuna karşı hile yolu ile piyasaları manipüle edici kararlar almaları söz konusu olabilir. İleride ayrıntılı olarak inceleneceği gibi, bu oluşumlar iktisat teorisi açısından genellikle oligopolistik yapılar ve bu yapının değişik türleri şeklinde tezahür etmektedir. Ancak bu bölümde Türk Rekabet Hukukunun genel düzenlemeleri inceleyecektir. Bu düzenlemelere ilişkin iktisadi çözümler ise bir sonraki bölümde hem teorik düzeyde hem de uygulamadan alınan örnek davaların ekonomik incelemeleri ile yapılmaya çalışılacaktır.

Türk rekabet hukukunu şekillendiren temel yasal belge olan 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (RKHK)'nın 4. maddesi rekabeti sınırlayıcı anlaşma, uyumlu eylem ve işletme birliği karar ve eylemlerini yasaklamıştır. İlgili madde düzenlemesi şu şekildedir:

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

Bu haller, özellikle şunlardır:

- a) Mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kar gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi,*
- b) Mal veya hizmet piyasalarının bölüşülmesi ile her türlü piyasa kaynaklarının veya unsurlarının paylaşılması ya da kontrolü,*
- c) Mal veya hizmetin arz ya da talep miktarının kontrolü veya bunların piyasa dışında belirlenmesi,*
- d) Rakip teşebbüslerin faaliyetlerinin zorlaştırılması, kısıtlanması veya piyasada faaliyet gösteren teşebbüslerin boykot ya da diğer davranışlarla piyasa dışına çıkartılması yahut piyasaya yeni gireceklerin engellenmesi,*
- e) Münhasır bayilik hariç olmak üzere, eşit hak, yükümlülük ve edimler için eşit durumdaki kişilere farklı şartların uygulanması,*
- f) Anlaşmanın niteliği veya ticari teamüllere aykırı olarak, bir mal veya hizmet ile birlikte diğer mal veya hizmetin satın alınmasının zorunlu kılınması veya aracı teşebbüs durumundaki alıcıların talep ettiği bir malın ya da hizmetin diğer bir mal veya hizmetin de alıcı tarafından teşhiri şartına bağlanması ya da arz edilen bir mal veya hizmetin tekrar arzına ilişkin şartların ileri sürülmesi,*

Bir anlaşmanın varlığının ispatlanamadığı durumlarda piyasadaki fiyat değişmelerinin veya arz ve talep dengesinin ya da teşebbüslerin faaliyet bölgelerinin, rekabetin engellendiği, bozulduğu veya kısıtlandığı piyasalardakine benzerlik göstermesi, teşebbüslerin uyumlu eylem içinde olduklarına karine teşkil eder.

Ekonomik ve rasyonel gerçeklere dayanmak koşuluyla taraflardan her biri uyumlu eylemde bulunmadığını ispatlayarak sorumluluktan kurtulabilir.”

Yukarıda metni verilen 4'üncü maddede; rekabeti sınırlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran ya da doğurabilecek nitelikte olan anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararları yasaklanmaktadır. 4'üncü maddeyle ilgili olarak, teşebbüs veya teşebbüs birliklerince oluşturulan anlaşma ve kararların rekabeti kısıtlama amacını taşıması veya rekabetin kısıtlanması etkisini doğurabilecek nitelikte olmasının, maddenin yasaklayıcı hükmünün uygulanması için yeterli olduğu söylenebilir.

Bu maddeyle ilgili olarak ifade edilmesi gereken bir diğer husus, söz konusu maddenin birden fazla teşebbüsün iradesiyle oluşan işlemleri (işletme birliği kararları) konu almasıdır. Başka bir deyişle, bağımsızca alınması gereken ekonomik kararların ortaklaşa oluşturulması durumunda, işlem 4'üncü madde kapsamına girmektedir. Bu noktada, teşebbüs birliği kararlarının da; üyelerinin irade ve çıkarlarını yansıtması nedeniyle, birden fazla teşebbüsce oluşturulmuş sayılacağı, dolayısıyla bu madde kapsamında inceleneceği ortaya konulmalıdır. Yazılı olmayan veya bağlayıcı olmayan anlaşma ve kararlar (tavsiye kararları), hukuki geçerliliğine bakılmaksızın, rekabeti sınırlayabilecek nitelikte olması durumunda 4'üncü madde kapsamında değerlendirilmektedir. Ancak yazılı olmayan anlaşma ile “uyumlu eylem” kavramlarını birbirine karıştırmamak gerekir.²⁷⁶

²⁷⁶ MÜFTÜOĞLU, 2000b, a.g.m., s. 12.

4'üncü maddede, rekabeti sınırlayıcı işlemlere ilişkin bazı örnek durumlar sayılmıştır. Ancak, rekabeti kısıtlayıcı nitelikte olan ve teşebbüslerin ortak iradesiyle oluşan işlemler, madde de belirtilen örneklerle sınırlı değildir.

Kanun, yukarıda metnini verdiğimiz 4. maddesinde teşebbüs, anlaşma, uyumlu eylem, işletme birliği gibi çeşitli terimlere yer vermiştir. Aynı kanunun 3. maddesi ise bazı ortak terimlerin tanımını yapmaktadır. Çalışma boyunca Türk rekabet hukukuna ilişkin olarak yapılacak hukuki ve ekonomik analizlere temel olması açısından 3. maddedeki bu tanımları aynen burada vermek yararlı olacaktır.

“Bu Kanun'un uygulanmasında;

Bakanlık: *Sanayi ve Ticaret Bakanlığını,*

Rekabet: *Mal ve hizmet piyasalarındaki teşebbüsler arasında özgürce ekonomik kararlar verilebilmesini sağlayan yarışı,*

Hakim Durum: *Belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücünü,*

Teşebbüs: *Piyasada mal ve hizmet üreten, piyasalayan, satan gerçek ve tüzel kişilerle, bağımsız karar verebilen ve ekonomik bakımdan bir bütün teşkil eden birimleri,*

Teşebbüs Birliği: *Teşebbüslerin belirli amaçlara ulaşmak için oluşturduğu tüzelkişiliği haiz ya da tüzelkişiliği olmayan her türlü birlikleri,*

Mal: *Ticarete konu olan her türlü taşınır ve taşınmaz eşyayı,*

Hizmet: *Bir bedel veya menfaat karşılığında yapılan bedeni, fikri veya her ikisi beraber olan faaliyetleri,*

Kurum: *Rekabet Kurumunu,*

Kurul: Rekabet Kurulunu,

ifade eder."

2.2.2.1. Teşebbüs Kavramı

Teşebbüs ya da işletme kavramı, ekonomi, işletme, ticaret hukuku, endüstri iktisadı gibi farklı disiplinler açısından değişik tanımlamalara tabi olmakla beraber burada daha çok rekabet hukuku içindeki anlamı ile bağlı kalınmaya çalışılacaktır. Ekonomik hayatta, küçük bir şahıs işletmesi, tüzel kişi işletmeler içerisinde yer alan büyük bir holding, kamu ve özel sermayeli şirketler, kooperatifler, devletin sahip olduğu teşebbüsler, yerel yönetimlerin oluşturdukları örneğin belediye iktisadi teşebbüsleri yer alabilmektedir.

Ekonomik hayata katılan bu sujeler, gerçek ya da tüzel kişi olabilecekleri gibi, bağımlı ya da bağımsız bir yapıya da sahip olabilirler²⁷⁷. Türk rekabet hukuku sistemi, söz konusu ekonomik sujelerden teşebbüsleri ve teşebbüs birliklerini esas almaktadır.

Teşebbüs veya diğer adıyla işletme kavramı sadece RKHK'nın değil, genel olarak tüm rekabet kurallarının uygulanmasında temel bir kavramdır.

Teşebbüse ilişkin olarak RKHK'nın 3. maddesindeki tanımı yukarıda verdik. Buna göre teşebbüs, "*piyasada mal ve hizmet üreten, pazarlayan, satan gerçek ve tüzel kişilerle, bağımsız karar verebilen ve ekonomik bakımdan bir bütün teşkil eden birimleri*" ifade eder.

Buna karşılık Avrupa Birliği rekabet hukukunda da çok geniş bir uygulamaya sahip olan teşebbüs kavramı, Roma Antlaşmasının ilgili maddelerinde tanımlanmadığından AB Komisyonu teşebbüs kavramını geniş bir şekilde

²⁷⁷ İ.Y. ASLAN, *Rekabet Hukuku*, Genişletilmiş 2. Basım, Bursa, Ekin Kitabevi, 2001, s. 31.

yorumlamaktadır. Komisyon'a göre “*üretim, dağıtım veya hizmet verme gibi ticari ve ekonomik faaliyetlerle uğraşan tek kişinin işlettiği dükkandan, büyük sanayi şirketlerine kadar bütün varlıklar*” işletmedir.²⁷⁸ Yine ABAD’ın çeşitli kararlarına bakıldığında teşebbüs kavramı, hukuki ve finansal tanımı ne olursa olsun bağımsız ve sürekli bir şekilde ekonomik faaliyette bulunan kurumlar olarak nitelendirilmektedir.²⁷⁹

Türk rekabet hukuku sisteminde işletme ya da teşebbüslerin nitelikleri veya unsurlarına ilişkin bazı hükümler söz konusudur. Örneğin RKHK’nın tanımına dikkat edilecek olursa, teşebbüsün unsurları arasında, piyasada mal ve hizmet üretmek, pazarlamak ve satmak kadar, bağımsız karar alabilmek ve ekonomik bütünlüğe sahip olmak özelliklerinin de önemli olduğu görülür. RKHK’da işletme yerine teşebbüs kavramının tercih edilmiş olması, işletme veya işletmelerin piyasa ekonomisi mantığı içinde daha çok bir teşebbüsün iç yapısı görünümünde olmaları mantığı ile açıklanabilir.²⁸⁰

Rekabet Kurulu teşebbüs kavramını en kapsamlı şekilde, Ankara Su ve Kanalizasyon İdaresi Genel Müdürlüğü (ASKİ)’nin su ve atık su piyasasında hakim durumunu kötüye kullanıp kullanmadığını saptamak amacıyla yaptığı ilk inceleme nedeniyle verdiği kararda incelemiştir.²⁸¹ Aşağıda bir kısmı verilen karar²⁸², teşebbüse ilişkin ilkesel kurallara yer vermektedir.

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un 3. maddesinde teşebbüs; “piyasada mal veya hizmet üreten pazarlayan, satan gerçek ve tüzel kişilerle bağımsız karar verebilen ve ekonomik bakımdan bir bütün teşkil eden birimler” olarak tanımlanmıştır. Buna göre teşebbüs tanımında iki kriter ortaya çıkmaktadır:

²⁷⁸ İ.Y. ASLAN, *Avrupa Topluluğu Rekabet Hukuku*, Ankara, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, 1992, s. 55.

²⁷⁹ O. GÜZEL, *AT Rekabet Hukuku Kurallarının Bankacılık Sektörüne Uygulanması*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2003, s. 10.

²⁸⁰ E. ERDEM, *Türk ve AT Rekabet Hukukunda Birleşme ve Devralmalar*, Beta Basım Yayın, İstanbul, 2003, s. 20.

²⁸¹ ERDEM, a.g.e., s. 17.

²⁸² ASKİ, RKK, No: 01-12/114-29, (RG, 04.01.2002, S. 24630).

1. Fonksiyonel Ölçüt: Piyasada mal veya hizmet üretme, pazarlama, satma diğer bir deyişle piyasada ekonomik faaliyet gösterme,

2. Şekli Ölçüt: Bağımsız karar verebilme ve ekonomik bakımdan bir bütün teşkil etme.

Kanun'da ekonomik faaliyet açısından herhangi bir sınırlama öngörülmemiştir. Dolayısıyla herhangi bir mal veya hizmet piyasasında üretim, satış, pazarlama ve dağıtım gibi ekonomik sürecin herhangi bir aşamasında faaliyet göstermek ekonomik faaliyet unsuru açısından yeterlidir. Ayrıca, faaliyeti yürütenin hukuki niteliği de önem taşımamaktadır, gerçek veya tüzel, kamu veya özel ekonomik faaliyette bulunan bütün aktörler teşebbüs kabul edilmektedir.

4054 sayılı Kanun'da kamu teşebbüslerinin Kanun uygulamasına muhatap olup olmayacakları konusunda herhangi bir bilgiye yer verilmemekle birlikte, Kanun'un 2. maddesinin gerekçesinde *"Rekabetin sağladığı yararların bir bütün olarak ekonominin tüm alanlarından istenmesi normaldir. Bu nedenle rekabet kuralları ekonomik faaliyette bulunan her teşebbüse uygulanmalıdır. Teşebbüslerin kamu kurumlarına veya özel kişilere ait olmasının önemi yoktur. Her ne kadar rekabet hukukunda da kamu yararı ve kamu düzeninin korunması amaçları ön plana çıkıyorsa da genel ekonomik menfaatlere hizmet etmekle görevlendirilmiş teşebbüslerin bu görevlerini yerine getirmelerinin rekabet kurallarıyla çatışmaması gerekir..."* denilmek suretiyle kamuya ait teşebbüslerin de kanun kapsamında olduğu açıkça ifade edilmiştir.

Genel ekonomik menfaate yönelik hizmetlerin ise telefon, su, elektrik, doğalgaz, posta, demiryolu ve havayolu ulaşımı, iş ve işçi bulma hizmetleri gibi hizmetleri kapsadığı genel olarak kabul edilmektedir.

Nitekim, Türk hukukundaki uygulamaya bakıldığında Yargıtay tarafından verilmiş olan, "Taraflardan biri olan idarenin, evvelden, bir takım şartları hazırlayarak bunları bir icap şeklinde umuma arz ve ferdin bu şartları zımnen kabul etmesi suretiyle hizmetten faydalanması tecelli ve tezahür eden ve özel hukuk alanında sigorta ve nakliye mukaveleleri gibi emsali bulunan bu sözleşmeler de onların tamamen aynıdır. Bunlar özellikle, ticari ve sınai niteliği daha kuvvetli görülen teşebbüsler olup demiryolları, tramvay ve diğer nakil vasıtaları, su, havagazı, telefon, radyo, televizyon gibi faaliyetler bu sınıfa dahil bulunmaktadır. Bu teşebbüsler Devlet (Kamu idaresi) ya da mahalli idareler veya kamu kurumları tarafından işletildiği vakit, bunların ticari bir teşebbüs teşkil edeceği, bu

kurumlarla fertler arasındaki ilişkilerin özel hukuk kurallarına tabi olacağı ve bunun sonucu olarak anılan işler karşısında ferdin durumunun tamamen akdi nitelikte bulunduğunu kabul etmek gerekir." şeklindeki kararda (Yargıtay 4. H.D.;16.6.1975, E.975/3743-K.975/7667) sözü edilen faaliyetlerin ekonomik faaliyet olarak nitelendirildiği görülmektedir.

4054 sayılı Kanun'da kamu teşebbüsünün tanımı yapılmamış ve kapsamı belirlenmemiştir. Kamu teşebbüsleri devletten ayrı bağımsız bir yasal kişiliğe sahip olabilecekleri gibi merkezi, bölgesel veya yerel idare içerisinde de yer alabilirler. Merkezi veya yerel kamu idarelerinin kendilerinin ekonomik faaliyette bulunmaları durumunda teşebbüs kabul edilip edilmeyecekleri hususunda, kamu otoritelerinin kamu yetkisini kullanarak yapmış olduğu işlemleri ayrı tutarak, ayrı bir tüzel kişilik olmasa dahi sürdürülen ekonomik faaliyetler bakımından kamu idarelerinin teşebbüs olarak kabul edilmesi gerekir.

Bu açıklamalardan sonra ASKİ'nin faaliyetlerinin ekonomik faaliyet niteliği taşıyıp taşımadığı ve sonuç olarak ASKİ'nin teşebbüs sayılıp sayılmayacağına değerlendirmesine geçilecek olursa, yukarıda açıklandığı ve Yargıtay içtihadında da belirtilmiş olduğu gibi iktisadi nitelik taşıdığı şüphe taşımayan su dağıtımı ve kanalizasyon hizmetlerini yürütmekle görevli olan ASKİ'nin teşebbüs olarak kabul edilmesi gerekmektedir.

Teşebbüs tanımında yer alan diğer kriter ise bağımsız karar vermedir. Bağımsız karar verme, teşebbüsün aldığı kararların kendi dışında bir organın onayına tabi olmamasıdır. Bu anlamda doğru bir tespit için hukuki değil, ekonomik bağımsızlık esas alınmalıdır. Ekonomik bağımsızlık konusunda fikir vermesi açısından şu tanım verilebilir: *"Bir işletmenin ekonomik bakımdan bağımsız sayılabilmesi için, o işletmenin yönetim ve muhasabe özerkliğine sahip olması, üretim finansman ve sürüm politikasının kendi ekonomik amaç ve çıkarları doğrultusunda kendi bünyesi içerisinde belirlenmesi, bu yoldaki ekonomik planlama ve karar yetkilerinin kendi bünyesi içerisinde kalması, kısaca başka bir işletmenin ekonomik egemenliği altında bulunmaması gerekmektedir."*

Bağımsız karar verme kriteri açısından bakıldığında, ASKİ'nin yukarıdaki tanıma uygun olarak belediyeden ayrı bütçeye, ayrı gelir kaynaklarına sahip olduğu görülmektedir. ASKİ'nin kararları belediye başkanının onayı gereken iki istisnai hal haricinde- Belediye Başkanı aynı zamanda ASKİ Yönetim Kurulu Başkanıdır- kendisi dışında herhangi bir organın onayına da tabi değildir. Yönetim açısından da belediyeden ayrı bir yönetime sahiptir. Burada irdelenmesi gereken husus Ankara Büyükşehir Belediye Meclisi'nin aynı

zamanda ASKİ'nin Genel Kurulu'nu teşkil etmesi ve bu durumun ASKİ'nin bağımsızlığına hanel getirip getirmeyeceğidir. ASKİ'nin tabi olduğu 2560 sayılı Kanun'un öngördüğü esaslardan biri de belediye meclisinin ASKİ ile ilgili konuları görüşmek üzere, meclis toplantılarından ayrı olarak toplanması ve bu toplantıda sadece ASKİ'nin faaliyet alanına giren işlerin görüşülmesidir. Bu durumun Kanun tarafından özerk bütçe ile birlikte bağımsızlığı sağlamak için getirilmiş unsurlardan biri olduğu kabul edilmektedir.

Ayrıca, bu noktada yukarıda değinilmiş olan teşebbüs tanımına dönecek olursak, merkezi veya yerel idare bünyesinde yer alan ayrı bir tüzel kişiliği olmayan birimlerin dahi teşebbüs niteliği taşıdığı kabul edildiği düşünüldüğünde, müstakil bütçeye, belediyeden ayrı gelir kaynaklarına ve ayrı bir yönetime sahip olan ASKİ'nin bağımsız olduğu ve bu çerçevede teşebbüs olarak kabul edilmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

Ancak aynı gruba bağlı işletmeler söz konusu olduğunda ortaya farklı bir sorun çıkmaktadır.

Aynı gruba bağlı işletmeler arasında yapılan rekabeti sınırlayıcı anlaşmaların geçersiz sayılıp sayılamayacağı ve bu gibi işletmelerin kendi gruplarından olmayan rakiplere karşı takındıkları kötüye kullanma niteliğindeki davranışların rekabeti sınırlayıcı kabul edilip edilmeyeceği sorununun tespit edilebilmesi için, hakim durumun saptanmasında tek bir işletme olarak kabul edilip edilemeyecekleri önemlidir. Ayrıca kamu işletmelerinin ne zaman genel ekonomik faaliyet gösteren işletmeler, ne zaman rekabet kurallarının uygulandığı alelade kamu işletmeleri olduklarının saptanması önem kazanmaktadır.²⁸³ Yukarıda verilen ASKİ kararında kısmen bu soruna değinilmiştir.

Rekabet hukuku sistemlerinin genel amaçları ve işleyişleri açısından kamu işletmeleri istisnai bir durum olarak görülmelidir. Çünkü rekabet hukuku zaten özgür girişimi ve rekabeti esas alan piyasa ekonomisi mantığı üzerine bina edilir. Bir anlamda piyasa ekonomisi aksaklıklarını regüle etmenin bir aracıdır rekabet hukuku. Piyasa ekonomisi mantığında ise kamu işletmelerine istisnai ve hatta de facto olgu olarak

²⁸³ BADUR, a.g.e., s. 50.

bakılır. Bu nedenle olsa gerek, RKHK’da kamu işletmeleri ile ilgili özel bir hüküm bulunmamaktadır. Ancak rekabet hukukunun amacını gerçekleştirebilmesi için inceleme ve kararlarda gerek rekabeti sınırlayıcı uygulamalar, gerekse muafiyetler açısından kamu teşekküllerinin özel işletmelerle aynı muameleye tabi tutulmaları gerektiği savunulmaktadır²⁸⁴. Özellikle Türkiye gibi kamu işletmelerinin çok olduğu ülkelerde aynı işi yapan kamu işletmeleriyle özel işletmeler arasında ayrımcı uygulamalar yapmak, kartellere ve tekelleşmeye göz yummak anlamına gelir ki, bu durumda rekabet hukukunun varlığı pek de anlamlı olmaz.

Piyasalarda faaliyet gösteren kamu iktisadi teşebbüsleri piyasalara mal ve hizmet sundukları için RKHK’daki teşebbüs tanımına uymaktadırlar. Kanunun “kapsam” maddesinde “her türlü teşebbüsten” söz edilmesi KİT’lerin de rekabet kurallarına tabi olması gereğini ortaya koymaktadır.²⁸⁵

Devletin bazı işletmelerine özel hak ve yükümlülükler tanımış olması, onların rekabet kurallarından muaf tutulacakları anlamına gelmemelidir. Bununla birlikte, genel ekonomik menfaate hizmet etmekle görevlendirilmiş işletmelere rekabet kuralları uygulanırken, en azından geçiş döneminde, onların bu görevlerini yerine getirmesi de engellenmemelidir. Aslan’a göre bir işletmenin genel ekonomik menfaate hizmet etmekle görevlendirilmiş kabul edilebilmesi için şu koşullar aranmalıdır:

- Bütün tüketicilere eşit şekilde hizmet etme görevi,
- Tekel olmanın belirli ayrıcalıklarından yararlanma,
- Hizmetin doğrudan devlet tarafından yapılacak kadar önemli olması,

²⁸⁴ N. İNAN, “Türk Rekabet Kanun Tasarısının Birinci Bölümü” AT Rekabet Politikaları Hukuk Düzeni ve Türk Rekabet Kanun Tasarısı, *Uluslararası Sempozyumu*, İstanbul, 1993, s. 66.

²⁸⁵ T. KÖKSAL, *Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Hukuku Çerçevesinde Kamu Teşebbüsleri ve İnhisari Haklar*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2002, s. 140.

-Yapılan hizmetin şartları ve koşulları ile ilgili düzenlemeler yapma yetkisinin hükümet tarafından verilmiş olması.²⁸⁶

Üzerinde durulması gerekli bir diğer konu, devletin egemenlik gücüne dayanarak yaptığı zorlayıcı işlemlerle rekabet kurallarını ihlal etmesi durumudur. Eğer bir işletme hükümet emirleri nedeniyle belirli işlemleri yapıp yapmama konusunda tüm özgürlüğünü yitirirse, bu işlemler rekabet kuralları kapsamına girmeyecektir. Ancak, işletme davranışlarını belirlemede az da olsa bir özgürlüğe sahipse, bu durumda rekabeti sınırlayıcı davranışları, Kanun’u ihlal edici kapsamda değerlendirilecektir. AB’de bu konuda aynı kıstas uygulanmaktadır. Rekabeti bozucu kamusal kararların denetiminin RKHK kapsamında yapılamayacağı açıktır. Ancak idarenin her türlü eylem ve kararı yargısal denetime tabi olduğu için, farklı bir prosedür izlenerek söz konusu tasarrufların yasaya aykırılık iddiasıyla iptali talep edilebilir²⁸⁷.

İşletme (teşebbüs) kavramına ilişkin açıklamalara son vermeden önce teşebbüs birliği kavramına da değinmek gerekir. RKHK’a göre *Teşebbüs Birliği, teşebbüslerin belirli amaçlara ulaşmak için oluşturduğu tüzelkişiliği haiz ya da tüzelkişiliği olmayan her türlü birlikleri* ifade eder. Teşebbüs birliği kavramı içerisine meslek birliklerini de dahil etmek mümkündür.

2.2.2.2. Teşebbüs Birliği Karar ve Eylemleri

RKHK’nın 4. maddesi ile sınırlama getirilen bir diğer hukuki kavram, teşebbüs birliklerinin piyasalarda rekabetin sınırlanmasına yol açan karar ve eylemleridir. Bu düzenlemenin kapsamını belirleyebilmek için, öncelikle teşebbüs birliği teriminin anlam ve içeriğinin bilinmesi gereklidir. Kanun “**Tanımlar**” kenar başlıklı üçüncü maddesinde teşebbüs birliği kavramının tanımını da vermiştir.

²⁸⁶ ASLAN, 2001, a.g.e., s. 59-60.

²⁸⁷ BADUR, a.g.e., s. 51.

2.2.2.2.1. Teşebbüs Birlikleri

RKHK'nın 3. maddesinde "Teşebbüs Birliği: Teşebbüslerin belirli amaçlara ulaşmak için oluşturduğu tüzel kişiliği haiz ya da tüzel kişiliği olmayan her türlü birlikleri ifade eder" tanımlaması yapılmıştır.

Teşebbüsler genellikle ortak çıkarlarını korumak ve geliştirmek, gerek tüketicilere gerekse birlik dışında kalan işletmelere karşı daha güçlü olmak, bazen de piyasa dengelerini etkileyebilecek bir aktör konumu kazanmak amacıyla teşebbüs birlikleri oluştururlar. Bu birliklerin alacağı rekabeti sınırlayıcı kararlarla, işletmeler arası anlaşmalar yoluyla rekabetin sınırlanmasının ekonomik etkileri birbirinin hemen hemen aynıdır. Teşebbüs birlikleri iki veya daha fazla işletmenin oluşturdukları topluluklardır.²⁸⁸

Teşebbüs birlikleri, teşebbüslerin ve/veya üyelerinin çıkarlarını koruyan, kollayan, mesleğin düzenlenmesinde işlev sahibi olan ve bu yolda kararlar alabilen kuruluşlardır. Meslek odaları, dernekler, eser sahipleri birlikleri, federasyonlar, konfederasyonlar, kooperatifler, kooperatif birlikleri veya meslek kuruluşları, kişilik kazanamayan dernekler bunlara örnek olarak gösterilebilir. Hukuksal yapı, özel veya kamu hukukuna dahil olma, kar amacı gütmeme, hak ve/veya fiil ehliyetine sahip olmama nitelendirmede önemli değildir.²⁸⁹

Ekonominin belirli bir sektöründe veya endüstride genellikle birbirine rakip olan teşebbüslerin çıkarlarını korumak ya da onları teşvik etmek amacıyla kurulmuş birlikler, ticaret birlikleri olarak nitelendirilirler. Belirli bir sektör veya endüstri işletmelerini içeren ticaret birlikleri, bu yönüyle işletme birliklerinden daha kapsamlı

²⁸⁸ BADUR, a.g.e., s. 70.

²⁸⁹ TEKİNALP/TEKİNALP, Ü. TEKİNALP, a.g.e., s. 392.

olmakla birlikte,²⁹⁰ şüphesiz bunlar da RKHK 4. maddesi ve RA 81. maddesi kapsamında teşebbüs birliği olarak değerlendirilecektir.

Teşebbüs birliğinin hukuka uygun olarak kurulmuş olmasının ve tüzel kişiliğe sahip olup olmamasının önemi yoktur. Şayet fiili bir birlik varsa ve işletmeler bu fiili birliğin kararlarına uyuyorlarsa, ortada bir işletme birliği vardır.²⁹¹ Rekabet Kanunu teşebbüs birliğini, "teşebbüslerin belirli amaçlara ulaşmak için oluşturduğu tüzel kişiliği haiz ya da tüzel kişiliği olmayan her türlü birlikler" olarak tanımladığına göre teşebbüs birlikleri için önemli olan husus, birliğin üyelerinin teşebbüs olarak kabul edilen topluluklardan oluşmasıdır. Bu doğrultuda en az iki teşebbüsün varlığı zorunludur. Ekonomik bir bütün oluşturan birkaç işletmenin oluşturduğu topluluk, RKHK anlamında teşebbüs birliği olarak kabul edilemez.

Rekabet Kurulu Basın İzleme Araştırma Kurulu (BİAK) ile ilgili kararında: "BİAK, tüzel kişiliği bulunmayan, Avrupa ülkelerinde uygulanmakta olan okurluk araştırmalarına benzer nitelikte bir araştırmayı gerçekleştirme ve finanse etme amacı ile bir araya gelen reklâm ajansları, reklâm verenler ve mecra kuruluşları temsilcilerinden oluşan, projenin işletilmesinden ve koordinasyonundan sorumlu kuruldur. Kanun'un "Tanımlar" başlıklı 3'üncü maddesinde teşebbüs birliği kavramının, "Teşebbüslerin belirli amaçlara ulaşmak için oluşturduğu tüzel kişiliği haiz ya da tüzel kişiliği olmayan her türlü birlikleri" kapsadığı ifade edilmiştir. Aynı maddede teşebbüs ise, "piyasada mal veya hizmet üreten, pazarlayan, satan gerçek ve tüzel kişilerle, bağımsız karar verebilen ve ekonomik bakımdan bir bütün teşkil eden birimler" olarak tanımlanmaktadır. Satışa arz ettikleri gazete, dergi ve işlevleri gereği ifa ettikleri hizmet nedeniyle basın kuruluşlarının bir teşebbüs olduklarına kuşku bulunmamaktadır. BİAK üyesi diğer kuruluşlar olan Uluslararası Reklamcılık Derneği, Reklamcılar Derneği ve Reklam Verenler Derneği de yine teşebbüslerden oluşan ve tüzel kişiliği haiz teşebbüs

²⁹⁰ I.V. BAEL ve J.F. BELLIS, *Competition Law of the EEC*, Oxfordshire, 1990, s. 331.

²⁹¹ ASLAN, 1992, a.g.e., s. 45.

birlikleridir. Dolayısıyla BİAK, bünyesinde hem teşebbüs birliklerini hem de teşebbüsleri bulunduran bir teşebbüs birliğidir"²⁹² demektedir.

AB rekabet hukukunda işletme birlikleri kavramı geniş yorumlanmaktadır. İşletme birliği kavramından sadece ilgili ülkenin işletmelerinin kurduğu ticari birlikler değil, uluslararası anlaşmaların kurallarına uyularak kurulmuş ticari birlikler de anlaşılmalıdır. Bu kavrama tüzel kişiliği olmayan fiili birlikler de dahil edilmektedir. Birliğin yasal statüsünün 81/1. madde bağlamında bir önemi yoktur. Hatta Avrupa Birliği Adalet Divanı (ABAD), International Energy Agency Davasında,²⁹³ kamu görevi yapmakta olan teşebbüs birliklerini de 81/1. madde kapsamında değerlendirmiştir.²⁹⁴

Serbest meslek faaliyetlerinin iktisadi ve ticari yönleri dikkate alınarak, RKHK kapsamında değerlendirilebileceğine ilişkin görüşlere ve kararlara aşağıda yer verilecektir. Ancak uygulamada meslek birliklerinin bağlı oldukları ilgili bakanlık emirleri veya meslek birliklerine ilişkin özel yasal düzenlemelerle RKHK hükümleri arasında zaman zaman çelişik durumlar ortaya çıkabilmektedir. Bu durumda olaya hukuk tekniği yönünden bakılacak olursa, iç hukuk açısından iki kanun arasında bir uyumsuzluk vardır. Kanunlar arasında bir uyumsuzluk çıkması halinde, hangi kanunun uygulanacağı konusunda hukukta belirlenmiş ilkeler vardır. Buna göre öncelikle özel olan kanun uygulanır. Ancak hem mesleki faaliyet örgütlenmelerini düzenleyen kanunlar hem de RKHK özel kanundur. Bir diğer genel kural, önceki kanundaki bazı hükümlerin sonraki kanuna aykırılık teşkil etmesi durumunda bu hükümlerin, sonraki kanunla yürürlükten kalkmış olmasıdır. Böylece RKHK'dan önce çıkarılmış olan Kanunlarda yer alan hükümlerin uygulanamayacağı, bunların RKHK ile ortadan kaldırıldığı söylenebilir. Ama RKHK'dan sonraki tarihli bir kanunda benzer hükümlerin yer alması halinde, sorun daha da karmaşık bir hal alacaktır. Kanunlar hiyerarşisi gereği, her kanunun Anayasa'ya uygun olması zorunluluğu göz önünde bulundurularak,

²⁹² BİAK, RKK, No: 99-13/99-40, (RG, 03.07.1999, S. 23744).

²⁹³ INTERNATIONAL ENERGY AGENCY, O. J. 1983, L. 376/30.

²⁹⁴ ASLAN, 1992, a.g.e., s. 75.

Anayasa'nın 167. maddesi gereğince Anayasa'nın lafzına ve ruhuna aykırı düşen hükümler iptal edilebileceklerdir. AB uygulamasında, AB hukukunun ulusal hukuklara üstünlüğü ilkesi gereği, rekabet kurallarının uygulanacağı sonucuna ulaşılmaktadır.²⁹⁵

Coapi²⁹⁶ kararında Komisyon, serbest meslek sahiplerinin, avukatlar da dahil olmak üzere hizmetin fikri, teknik veya uzmanlık gerektiren nitelikte olmasının, kişilere bire bir sunulmasının, faaliyetin ekonomik niteliğini etkilemeyeceği gerekçesiyle rekabet kurallarına tabi olacağına hükmetmiştir.

Olay, 29 Ağustos 1990 tarihinde Komisyon'a, *Colegio Oficial de Agentes de la Propiedad Industrial (Coapi)* hakkında bir şikâyet ulaşması ile başlamıştır. Şikâyetçi *Coapi*'nin, fikri ve sınaî mülkiyet acentelerinin sunduğu hizmetler için geçerli ve uyulması zorunlu ücret tarifeleri düzenlemek suretiyle Antlaşma'nın 81(1). Maddesini ihlal ettiğini öne sürmüştür.

Kamu makamlarının *Coapi*'ye asgari ücret tespit yetkisi tanımış olmalarının, bu sonucu değiştirmeyeceği belirtilmiştir. Çünkü bu yetkinin devlet tarafından verilmiş olması 81. maddenin olduğu kadar, Birliğin amaçları arasında "ortak pazar içinde bozulmayacak bir rekabet sisteminin kurulması"nı emreden 3(f) maddesinin de ihlal edilmesi anlamına gelmektedir. Birliğin bu yetkiyi kullanmış olması 81/1. maddenin ihlalini oluşturur. Acentelerin serbest meslek sahibi olması hizmetin fikri, teknik veya uzmanlık gerektiren nitelikte olması, kişilerle birebir ilişkilerle sunulması, bu faaliyetin ekonomik faaliyet olma özelliğini değiştirmez. Ancak birlik kararı, uyulması zorunlu olan bir kamusal karardan kaynaklanıyorsa, o zaman aynı sonuca ulaşmak daha zordur.²⁹⁷ Bu konu bağlamında Rekabet Kurulu uygulamaları ile ilgili olarak bazı örneklere ileride değinilecektir.

²⁹⁵ ASLAN, 2001, a.g.e., s. 35.

²⁹⁶ COAPI, Commission Decision, 30.01.1995, O. J. L. 122/37.

²⁹⁷ BADUR, a.g.e., s. 72;ASLAN, 2001, a.g.e., s. 36.

2.2.2.2.2. Teşebbüs Birliği Kararları

Teşebbüs birliğinin esas amacı, üye teşebbüsler arası dayanışma ve işbirliğini güçlendirmektir. Fakat bu amacın dışında teşebbüs birliğinin bizzat iktisadi ve ticari faaliyetlerle meşgul olması da mümkündür. Ancak bu takdirde, rekabeti sınırlayıcı faaliyetin bizzat tarafı olan birliğin "teşebbüs" olarak kabul edilip edilmeyeceği sorunu ortaya çıkar. Bu durumda doğal olarak ilgili birlik, teşebbüs olarak kabul edilirse, söz konusu teşebbüsler arasında RKHK 4. maddesinde hukuka aykırı faaliyetler içerisinde sayılan teşebbüs birliği kararıyla birlikte, doğrudan doğruya teşebbüsler arası anlaşma veya uyumlu eylemin var olup olmadığı sorusu akla gelecektir.²⁹⁸

Baskın görüşe göre, rekabet hukuku açısından teşebbüs birliği kararlarının üyeler için uyulması zorunlu (bağlayıcı) kararlardan olması gerekmez. Rekabeti sınırlayıcı nitelikteki bağlayıcı kararlar, tavsiye kararları, Kanununun 4. maddesi gereği hukuka aykırıdır. Herhalde birlik üyelerinin iktisadi sorunlara yönelik düşünceleri, önerileri, tecrübe aktarımları teşebbüs birliği kararı olarak nitelendirilemez. İşletme birliklerinin hukuken bağlayıcı nitelikteki kararları ile tavsiye kararları arasında zorunlu bir ayırım yapılması gerekmektedir.²⁹⁹

Teşebbüs birliği kararları ifadesindeki karar sözcüğü bir bağlayıcılık unsuru olarak kullanılmaktadır. Yani birliğin kurallarına uygun olarak alınmış ve birlik üyelerince uygulanan kararlar *işletme birliği* kararlarıdır. Bununla birlikte işletme birliklerince alınan kararların üyelere doğrudan dikte edilmesi veya onları zorlayıcı yaptırımlar içerir bir şekilde olması gerekli değildir.³⁰⁰ Tavsiye kararları da üyelerinin

²⁹⁸ M. TOPÇUOĞLU, *Rekabeti Kısıtlayan Teşebbüsler Arası İşbirliği Davranışları ve Hukuki Sonuçları*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2001, s. 124.

²⁹⁹ a.g.e., s. 124.

³⁰⁰ EFEM, a.g.e., s. 63.

tümünün aynı doğrultuda bir uygulamasını içeriyorsa işletme birliği kararı kapsamında değerlendirilebilir.

AB rekabet hukuku uygulamasına göre Komisyon, tavsiye kararlarını da bu kapsamda değerlendirmektedir. Önemli olan bu değerlendirme yapılırken, birlik üyesi tüm işletmelerin söz konusu tavsiye kararına uymaları ve aynı doğrultuda hareket ederek rekabeti fiilen sınırlandırmaları şartlarının aranmasıdır. Yani tavsiye niteliğindeki işletme birliği kararlarının hiç bir bağlayıcılığı yoksa yasaklanmalarını gereklidir.³⁰¹ Ancak uygulamalar göstermiştir ki, teşebbüs birlikleri Kanun'daki "birlik kararı" yasaklayıcı kapsamına girmemek amacıyla aslında zorlayıcı olan kararları tavsiye kararı şeklinde lanse etmek eğilimindedirler.

ABD'de Sherman Kanunu'nda teşebbüs birliği kararlarının rekabeti sınırlayıcı olması halinde, yasaklanacağına dair açık bir hüküm bulunmamasıyla beraber ABD rekabet hukukunda da teşebbüs birlikleri kararlarının "işbirliği" olarak kabul edilerek, Kanun'un birinci maddesi kapsamına gireceği kabul edilmektedir.³⁰²

Bir teşebbüs birliği kararının varlığından söz edebilmek için, kuruluşun tüzel kişiliği haiz olması gerekmez. AB Komisyonu Cematek Kararında³⁰³ tüzel kişiliğe sahip olmayan bir işletme birliğinin tavsiye kararını, 81/1. madde çerçevesinde rekabeti sınırlayıcı bulmuştur.

Cematek tekstil üreticilerinin oluşturduğu yedi ulusal kuruluştan oluşan ve tüzel kişiliğe sahip olmayan bir işletme birliğidir. Bu birlik, AB üye ülkeleri ile İsviçre'nin büyük üreticilerinin çoğunu bünyesinde barındırmaktaydı. Cematek her dört yılda bir ITMA adlı "Uluslararası Tekstil Makine Fuarı"nı düzenlemekteydi. Cematek fuarın, ilkesel olarak her üyenin ülkesinde sırayla düzenleneceğini kararlaştırmışsa da

³⁰¹ L. RITTER, W.D. BRAUN ve F. RAWLINSON, *EEC Competition Law a Practitioner's Guide*, Boston, 1993, s. 64.

³⁰² AKINCI, a.g.e., s. 218.

³⁰³ CEMATEK, Commission Decision , 24.12.1971, J. O. 227. L., s. 26.

Avrupa'da bu fuarı düzenleyecek şartlara sahip üç kent vardı. Hanower, Paris ve Milan. Cematex'in getirdiği fuar kuralları, üyelerin kendi ürünlerini Batı Avrupa'da açılan diğer fuar ve sergilerde göstermelerini, fuarın düzenlenmediği üç yılda yasaklamıştır. Aynı yasak fuarın düzenlendiği dördüncü yıl için de tavsiye kararı şeklinde getirilmiştir. Ama adı tavsiye olan bu yasağa tüm üyeler uymakta ve ITMA'nın düzenlendiği yılda da diğer fuarlara katılmama yasağına uygun hareket etmekteydiler. Komisyon Cematex'in hem fuarın düzenlenmediği üç yıla ilişkin yasağını, hem de dördüncü yıl için yapılan tavsiye kararını, rekabeti sınırlayıcı bulmuş ve 81/1. madde kapsamında işletme birliği kararı olarak değerlendirmiştir.³⁰⁴

Bir başka konu serbest meslek faaliyetleri ve meslek birlikleri ile bunların kararlarının rekabet hukuku açısından nasıl yorumlanacağıdır. Serbest meslek faaliyetleri kural olarak iktisadi faaliyetlerdir ve işletme kavramının kapsamına girdiği ölçüde RKHK hükümleri bunlara da uygulanmalıdır. Örneğin, serbest meslek olarak faaliyet gösteren bir bilgisayar programcısı, program yapıp bunları bir bedel karşılığında satar veya pazarlanması için bedel karşılığında lisans verirse, bir işletme sayılması gerekir ve RKHK kapsamında değerlendirilmelidir.³⁰⁵

AB Komisyonu işletme kavramını yorumlarken, ekonomik ve ticari faaliyette bulunmayı esas almakla birlikte, bu tür etkinliklerde kişi ve kuruluşların niteliğini de inceleyerek, genişletici yorumlar yapabilmektedir. Örneğin yukarıda değinilen Coapi Kararında³⁰⁶ serbest meslek sahiplerinin, avukatlar da dahil olmak üzere hizmetin fikri, teknik veya uzmanlık gerektiren nitelikte olmasının, kişilere bire bir sunulmasının, faaliyetin ekonomik niteliğini etkilemeyeceği gerekçesiyle rekabet kurallarına tabi olacağına hükmetmiştir.

³⁰⁴ D. J. GILSTRA, D. F. MURPHY, : *Leading Cases and Materials on the Competition Law of the EEC*, Third Edition, Deventer-Netherland, 1985, s. 138' den aktaran, BADUR, a.g.e., s. 74.

³⁰⁵ S. EROĞLU, *Rekabet Hukukunda Bilgisayar Programlarının Korunması*, İstanbul, Beta Yayınları, 2000, s. 143.

³⁰⁶ COAPI, , O.J. L. 122/37, Commission Decision , 30.01.1995.

Olay, 29 Ağustos 1990 tarihinde Komisyon'a, *Colegio Oficial de Agentes de la Propiedad Industrial (Coapi)* hakkında bir şikâyet ulaşması ile başlamıştır. Şikâyetçi *Coapi*'nin, fikri ve sınaî mülkiyet acentelerinin sunduğu hizmetler için geçerli ve uyulması zorunlu ücret tarifeleri düzenlemek suretiyle Antlaşma'nın 81(1). Maddesini ihlal ettiğini öne sürmüştür. *Coapi*, İspanya'da faaliyette bulunan fikri ve sınaî mülkiyet acentelerinin profesyonel meslek birliğidir. Ülkedeki acentelerin tamamını bünyesinde barındıran ve tüzel kişiliği olan birlik, İspanyol kamu hukuku hükümlerine tabidir. İspanya'da 2/74 no'lu Kanun'da meslek birlikleri "yasa ile kurulan ve resmi olarak tanınan, tüzel kişiliği haiz, görevlerini gerçekleştirmek için gerekli hukuki ehliyete sahip meslek kuruluşları" olarak tanımlanmaktadır. Bu birliklerin görevleri ise yine yasada, "profesyonel hizmetlerin düzenlenmesi, üyelerin mesleki menfaatlerinin korunması ve savunulması" olarak ifade edilmektedir. Kanunun 5. bölümünde asgari ücretlerin hangi şartlarda ve hangi organ tarafından belirleneceği düzenlenmektedir. Birlik karar ve eylemlerine karşı yargı mercii olarak idare mahkemelerinin görevli olduğu yine kanunun 8.bölümünde belirtilmektedir.

Coapi düzenlemelerinin 49. maddesi, tüm birlik üyelerinin, genel kurul tarafından onaylanmış olan asgari ücret tarifesini uygulayacakları hükmünü amirdir. Söz konusu tarifeler bir kamu otoritesinin onayına tabi değildir. Maddede ayrıca İspanya dışından gelecek hizmet alıcıları iki sınıfa ayrılmakta ve her biri için farklı ücretlerin uygulanacağı da öngörülmektedir. Birliğin disiplinle ilgili yetkilerinin yer aldığı 35. maddede, "genel kurulun kabul ettiği tarifelerin altında ücretlerle hizmet sunmak" cezalandırılacak davranışlar arasında sayılmıştır. Cezalar çoğunlukla para cezası olurken, kimi zaman ise meslekten geçici veya sürekli uzaklaştırma şeklinde de olabilmektedir. *Coapi*, genellikle yılda bir kez yaptığı genel kurul toplantılarında, ücret tarifelerini düzenli olarak artıran, kimi zaman da hizmetlerin yer aldığı kategorilerde değişiklikler yapan kararlar almıştır.³⁰⁷

³⁰⁷ M. ÖZDEN, *Profesyonel Meslek Birlikleri*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2004, s. 49-50.

Diğer taraftan Komisyon AOIP/Beyrard kararında³⁰⁸ elektrikli aletlerde patentli buluş sahibi olan Bay Beyrard'ın, Fransa içi ve dışında bu buluşunun üretim ve satışını AOIP isimli teşebbüse devretmesiyle, buluşunu ticaret konusu haline getirdiğini ve bu nedenle de kendisinin bir teşebbüs olarak değerlendirileceğini belirtmiştir. Benzer şekilde Reuter/BASF kararında da³⁰⁹, kimya araştırmacısı Bay Reuter'i, bir şirket grubu aracılığıyla araştırma sonuçlarını üçüncü kişilere satması nedeniyle, danışman olarak ticari faaliyet içinde bulunması sonucu teşebbüs kabul etmiştir.

Komisyon ekonomik faaliyetlerde bulunan kişi ya da kurumun hukuki niteliğini ve elde edilen kar miktarını, işletme tanımı için tek ölçüt olarak almamaktadır. Örneğin hayır işleri için antika müzayedeleri düzenleyen kurum ya da kişiler, işletme olarak değerlendirilmez. Fakat bu iş aynı kişilerce ve belirli zamanlarda tekrar ediliyorsa, bu davranış biçimi Komisyon'u RA 81/1 madde anlamında bir işletme varlığına hükmetmeye itebilir. Komisyon yine başka bir kararında kar amacı olmaksızın gösteriler yapan bir topluluğu, işletme olarak değerlendirmiştir. Gereğesinde de topluluğun hiç kar sağlamayan, sadece yönetim masrafları için ufak bir işletme gibi çalışmasını, rakiplerinin bu kadar az bir parayla çalışabilmesi söz konusu olmadığından, rekabet ortamını zedelemiş ve hakim durumunu kötüye kullanmış olarak nitelendirmiştir³¹⁰.

Benzer şekilde Rai/Unitel Kararında³¹¹, Salzburg Festivali çerçevesinde yapılan bir gösteride Don Carlos operasında rol alan bir sanatçı işletme kabul edilmiştir. Bu sanatçının sanatını icra etmek için istediği koşullar ve bu koşullara uygun olarak yapılan anlaşmalar, rekabet ortamını ortadan kaldıracı nitelikte bulunmuş ve RA'nın 81/1 maddesi kapsamında değerlendirilmiştir. Gereğçe olarak da özel bir durumda

³⁰⁸ AOIP/BEYRARD, J.O. L 6, Commission Decision , 13.1.1976.

³⁰⁹ REUTER/BASF, J.O. L 254, Commission Decision , 17.9.1976.

³¹⁰ G. EFEM, *Avrupa Topluluğu Rekabet Politikası Bakımından RA Md. 85'e Kavramsal Bir Yaklaşım*, Basılmamış Doktora Tezi, Ankara, 1993, s. 56.

³¹¹ RAI/UNITEL, J.O. n L 157, Commission Decision, 15.6.1978.

bulunan sanatçıların kabul ettiği şartlar, diğer sanatçılar için rekabet edilemez bir ortam yaratmaktadır denmiştir. Buna benzer bir örnek boks maçlarında söz konusu olmuştur. Boks maçlarını organize eden kişilerin, boksörlerin ve menajerlerin haberi olmaksızın, bir araya gelerek maçlar üzerinden alacakları yüzdeleri saptamaları ve Avrupa'da yapılacak tüm maçlar için bu fiyatı üstü kapalı bir biçimde empoze etmeleri, rekabet ortamını zedeleyici bir anlaşma türü olarak kabul edilmiştir. Görülüyor ki, artistik ve sportif işlerle ekonomik ve ticari işler arasındaki sınırı saptamak güç de olsa, AB'de işletme kavramı geniş bir biçimde tüm ekonomik etkinlikler için kullanılmakta ve uygulama alanı bulmaktadır³¹².

Türk Rekabet Hukuku uygulamasında meslek birlikleri teşebbüs birliği kavramı içerisinde değerlendirilmektedir. Buna ilişkin Rekabet Kurulu'nun bazı kararlarını burada analiz etmek yerinde olacaktır. Örneğin Türk Eczacılar Birliği (TEB) kararı³¹³ şu şekilde gelişmiştir:

İlaç ve Kimya, Petrol ve Lastik Endüstrisi İşverenler Sendikası (İEİS)'nden alınan, 08.05.1998 tarih ve 1214 sayılı şikâyet başvurusunda yer alan;

“İEİS üyesi firmaların satışlarını artırmaya yönelik uygulamalarıyla ilgili olarak TEB ve bazı eczacı odalarının şikâyetlerini değerlendiren Sağlık Bakanlığı'nın göndermiş olduğu uyarı yazıları üzerine, İEİS Yönetim Kurulu'nun 19.12.1997 tarih ve 102 sayılı Kararı aldığı ve TEB ile bağlı eczacı odalarının 102 sayılı Karar'ı boykot etme amacıyla, eczanelerin alım koşullarını düzenleyen ve yaşama geçirilen bir teşebbüs birliği kararı aldığı, TEB ve eczacı odalarınca alınan kararın 4054 sayılı Kanun'un 4 ve 6'ncı maddelerine aykırı olduğu” iddiaları ile ilgili olarak soruşturma yürütülmüştür. Gerek TEB'in ve gerekse birliğe bağlı eczacı odalarının, 4054 sayılı Kanun'un 3'üncü maddesi anlamında teşebbüs birliği oldukları; TEB bünyesinde alınan

³¹² EFEM, a.g.e., s. 58.

³¹³ TEB/İEİS, RKK, 00-35/393-220, RG, Sayı 24550, Tarih, 11.10.2001.

ve soruşturmaya konu olan birlik kararının ise teşebbüs birliği kararı olduğu sonucuna varılmıştır.

Soruşturma sonucunda; TEB tarafından alınan birlik kararının, alım koşullarının piyasa dışında belirlenmesi, talebin kısılarak mal sağlayıcıları üzerinde baskı kurulması ve bazı teşebbüslerin piyasa dışına çıkarılması amaçlarını taşımaması ve bu etkileri doğurabilecek nitelikte olmaması nedeniyle, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4'üncü maddesini ihlal etmediği; ancak, TEB'in eczacı teşebbüsler üzerinde kaynağını kanundan almayan kimi yetkiler kullanmak suretiyle teşebbüslerin ticari davranış özgürlüklerini yasalarla çizilmiş çerçevenin ötesinde sınırlaması durumunda 4054 sayılı RKHK hükümlerinin uygulanabileceği sonucuna varılmıştır.³¹⁴

Rekabet Kurulu bir başka kararında gözlükçülerin teşebbüs, gözlükçü derneklerinin ise teşebbüs birliği olduklarını vurgulamaktadır. Kurul ilgili kararının bir bölümünde:

Soruşturma konusu fiillerin failleri gözlükçü dernekleridir. Gözlükçü dernekleri 2908 sayılı Dernekler Kanunu'na göre gözlükçüler tarafından kurulmuştur. Soruşturma konusu fiilleri değerlendirmeden önce gözlükçü derneklerinin 4054 sayılı Kanun çerçevesinde niteliğinin belirlenmesi gerekmektedir.

Kanun'un 'Tanımlar' başlıklı 3 üncü maddesinde 'teşebbüs', " piyasada mal veya hizmet üreten, pazarlayan, satan gerçek ve tüzel kişilerle, bağımsız karar verebilen ve ekonomik bakımından bir bütün teşkil eden birimler" olarak tanımlanmıştır. Bu tanım çerçevesinde gözlükçülerin teşebbüs oldukları aşikardır.

Kanun'un yine 3 üncü maddesinde 'teşebbüs birliği' "teşebbüslerin belirli amaçlara ulaşmak için oluşturduğu tüzel kişiliğe haiz ya da tüzel kişiliği olmayan her türlü birlikler" olarak tanımlanmıştır. Bu çerçevede her biri birer teşebbüs olan

³¹⁴ ÖZDEN, a.g.e., s. 62.

gözlükçüler tarafından kurulan gözlükçü derneklerinin teşebbüs birliği niteliğini taşıdığı görülmektedir. Derneklerin oluşumunda ticari bir amacın güdülmemesi ya da ticari ya da ekonomik bir faaliyet içerisinde bulunulmaması derneklerin teşebbüs birliği olarak nitelendirilmesine engel teşkil etmemektedir. Bu nedenle üyelerinin ticari kararlarını etkileyen oluşumlar tüzel kişiliği olup olmadığına bakılmaksızın rekabet hukuku kapsamındaki fiillerinden sorumlu olacaklardır.

Bilindiği gibi 4054 sayılı Kanun'un 4 üncü maddesi "Belirli mal veya hizmet piyasasında doğrudan ya da dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacı taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır" demek suretiyle sadece teşebbüsler arası rekabeti bozucu fiilleri değil, aynı zamanda rekabeti bozucu teşebbüs birliği kararlarını da yasaklamaktadır. Dolayısıyla her biri birer teşebbüs birliği olan gözlükçü derneklerinin ilgili pazarda rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacı taşıyan ya da bu etkiyi doğurabilecek nitelikte olan karar ve eylemleri de 4 üncü madde kapsamında değerlendirilecektir. Gözlükçü derneklerinin bu kararları tek başlarına ya da diğer gözlükçü dernekleriyle birlikte almaları ve bunları uygulamaları fiillerin niteliğini değiştirmemekte ancak uygulama ve piyasa şartları dikkate alındığında ihlalin niteliğini arttıracı olabilmektedir³¹⁵ görüşünü ortaya koymuştur.

Bir başka örnek ise Elektrik Mühendisleri Odası (EMO) Kararıdır.³¹⁶

EMO'nun "Teknik Uygulama Sorumluluğu (TUS)" puanı uygulamasına karşı yapılan bir başvuruyu inceleyen Rekabet Kurulu; mühendislerin teşebbüs, EMO'nun da teşebbüs birliği olduğuna karar vermiştir. Karara konu olay özetle; Manisa'nın Salihli ilçesinde faaliyette bulunan mühendislere, aldıkları işlere göre TUS puanı verilmesini, puanı belirli bir limite ulaşan mühendisin belirli bir süre iş alamamasını öngören bir meslek birliği düzenlemesidir. EMO uygulamasının kamu yararına yönelik olması nedeniyle

³¹⁵ GÖZLÜKÇÜ DERNEKLERİ, RKK, 01-42/424-107, RG, Sayı 25010, Tarih 31.01.2003.

³¹⁶ EMO, RKK, 98-53/384-44, RG, Sayı 23529, Tarih 20.11.1998.

soruşturma açmama kararı alan Kurul yine de, rekabete aykırı işlem ve eylemler tespit edildiği takdirde soruşturma açılacağını belirterek, hem mühendislik faaliyetlerinin hem de meslek birliğinin düzenleyici işlemlerinin RKHK kapsamında olduğunu vurgulamıştır.

Gerekçeli kararın “Değerlendirme” başlıklı bölümünde özetle; mühendislerin kendi aralarında yaptıkları protokolün fiilen ortadan kalkması nedeniyle puan sınırlaması uygulamasının artık yürürlükte olmadığı, şikayetçinin şikayetinin konusuz kaldığı, Salihli'nin çok küçük bir bölge olması nedeniyle rekabetin önemli ölçüde sınırlanmadığı gerekçeleriyle soruşturma açılmasına gerek bulunmadığı belirtilmektedir. Karar ise aşağıdaki gibidir:

1- Bir protokole dayanılarak başlatılan TUS puan uygulamasına son verilmiş olması nedeniyle Salihli ilçesi özelinde soruşturma açılmamasına,

2- EMO TUS uygulama esasları yönetmeliğinin 5.2. maddesine dayanılarak (her bir EMO birimince getirilecek uygulama esasları hakkında soruşturma yapma hakkı saklı olmak üzere) soruşturma açılmamasına oybirliği ile karar verilmiştir.³¹⁷

Rekabet Kurulu'nun profesyonel meslek birlikleri hakkında bugüne kadar verdiği kararlardan anlaşıldığı kadarıyla Kurul'un profesyonel meslek mensuplarını teşebbüs, bunların oluşturduğu birlikleri ise teşebbüs birliği saydığına tereddüt bulunmamaktadır. Ancak, yine bugüne kadar, kuruluş kanununda rekabeti engelleyen hükümler bulunan ve bu hükümleri uygulamaya da geçiren meslek birlikleri hakkında, 4054 sayılı Kanun uyarınca müeyyide uygulandığı da vaki değildir. Bir profesyonel meslek birliği hakkında, rekabetin fiyat tespiti yoluyla ihlal edildiği iddiasıyla açılan ilk soruşturma TMMOB soruşturmasıdır. Soruşturmanın konusu temel olarak, TMMOB tarafından hazırlanan ve uyulması zorunlu olan “en az ücret tarifeleridir”. TMMOB kuruluş kanununda fiyat belirleme yetkisinin tanınmamış olması soruşturma açılmasını kolaylaştırmıştır. Kurul'un bu konudaki resmi yaklaşımı, ikinci yıllık raporda şu şekilde özetlenmektedir:³¹⁸

Açık bir yasal dayanağı olmayan ücret belirlemeye yönelik tüzük, yönetmelik, sirküler gibi meslek örgütleri düzenlemeleri derhal yürürlükten kaldırılmalı,

³¹⁷ ÖZDEN, a.g.e., s. 63.

³¹⁸ ÖZDEN, a.g.e., s. 64.

kaynağını bir yasadan alan düzenlemeler için ise, süratle söz konusu yasaların değiştirilmesi yoluna gidilmelidir.³¹⁹

2.2.2.2.3. Bağlı İşletmeler

Bağlı işletmeler terimi, genellikle hukuken bağımsız olmakla birlikte, ekonomik olarak ya ortak bir merkeze (ana işletme) ya da birbirlerine bağlı olarak faaliyetlerini yürüten işletmeler hakkında kullanılır³²⁰. Esas sorun, bu işletmelerin rekabet hukuku kurallarının uygulanması bakımından tek bir işletme mi, yoksa ayrı hukuki kişiliğe sahip olmaları göz önünde bulundurularak ayrı birer işletme mi kabul edilecekleri noktasında toplanır. Yani bir yavru şirketle ana şirket arasındaki ya da aynı ana şirkete bağlı iki yavru şirket arasındaki anlaşmaların, “işletmeler arası anlaşma” olarak kabul edilip edilmeyeceği temel sorundur.

Bağlı işletmelerin değerlendirilmesinde, hem ABD Antitröst kuralları açısından hem de AB Komisyonu ve Adalet Divanı yönünden bazı kıstaslar kabul edilmiştir. Bu konuyu çözümlen bu iki yaklaşım hukuki bağımsızlık ve ekonomik birlik kriterleridir.³²¹

2.2.2.3. Anlaşma Kavramı

Anlaşma kelimesi her türlü uyuşmayı (mutabakatı) ifade ettiğinden sözleşmeden daha geniştir. Bu deyimın bağlayıcı bütün anlaşmaları kapsadığı şüphesizdir.³²² Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un 4. maddesinin yasakladığı üç kavramdan ilki (diğerleri uyumlu eylemler ve işletme birliği kararlarıdır) rekabeti

³¹⁹ RK, *Rekabet Kurumu 2. Yıllık Raporu*, 2000, s. 24.

³²⁰ ASLAN, 1992, *a.g.e.*, s. 56.

³²¹ BADUR, *a.g.e.*, s. 52.

³²² TEKİNALP/TEKİNALP, Ü. TEKİNALP, *a.g.e.*, s. 393.

sınırlayıcı anlaşmalardır. Maddenin devamında rekabeti sınırlayıcı anlaşma örnekleri altı bent halinde sayılmıştır.³²³

Buradaki anlaşma kavramı Rekabet hukuku açısından değerlendirilmelidir. Yoksa sözleşme, akit ve mukavele adı altındaki hukuki bağlayıcılık açısından aynı anlamı ifade eden kavramlar gibi teknik bir kavram değildir.³²⁴

Anlaşma ile ilgili olarak burada başka bir noktaya dikkat çekmek gerekir. AB Komisyonu'nun, serbest çalışan profesyonelleri RA 81. maddesi anlamında teşebbüs olarak, profesyonel meslek birliğini ise teşebbüs birliği olarak değerlendirdiği yukarıda ifade edilmişti. Ancak meselenin bir başka boyutu ise, profesyonellere hükmeden kuralların “teşebbüsler arası bir anlaşma” mı yoksa “bir teşebbüs birliği kararı” mı olduğudur. Komisyon, yukarıda anılan *Coapi* davasında şu ayırımı yaparak tatmin edici bir çözüm bulmuştur: Birliğin kuruluşu ve prosedür ile ilgili kurallar teşebbüsler arası bir anlaşma; bu temel dökümanlarda sonradan yapılan küçük değişiklikler ve birlik üyelerinin ticari faaliyetlerini düzenleyen kurallar ise teşebbüs birliği kararı olarak değerlendirilmiştir.³²⁵

Genel olarak hukukta anlaşma ya da sözleşme, iki ya da daha fazla kişinin belirli bir hukuki sonuç yaratmaya yönelik olarak, karşılıklı ve birbirlerine uygun irade beyanları ile meydana gelen bir işlemdir. Kısaca sözleşme, iki tarafın bir hukuki sonucu hedefleyerek karşılıklı ve birbirine uygun şekilde irade açıklamasıdır.³²⁶

Ancak kavram, RKHK'nın yukarıda verilen tanımlar başlıklı üçüncü maddesinde tanımlanmamıştır. Bunun nedeni RKHK'nın yorumlanması ve uygulanması bakımından anlaşma terimine, gerekirse daha geniş anlamlar yüklemeyi olası kılmak ve yeni gelişen ekonomik ve sosyal koşulların ortaya çıkaracağı yeni sözleşme türlerini de

³²³ a.g.e., s. 57.

³²⁴ TOPÇUOĞLU, a.g.e., s. 168.

³²⁵ ÖZDEN, a.g.e., s. 47.

³²⁶ İ. KAYAR, *Borçlar Hukuku*, Ankara, Detay Yayıncılık, 2004, s. 19.

kapsama almak olabilir. Zira bu anlaşmalar birer yazılı sözleşme veya sözlü birer anlaşma niteliğinde de olabilirler. Ayrıca hukuksal bir boşluk doğurmayan “centilmenlik anlaşmaları”³²⁷ da anlaşma olarak kabul edilirler.³²⁸

Oligopol piyasa yapısına sahip ekonomilerde rekabeti sınırlayıcı amaç taşıyan anlaşmalar, genellikle gizli olarak yapılır. Bu nedenle rekabet hukuku bakımından bir anlaşmadan söz edebilmek için, sözleşmenin tüm ayrıntılarını içeren yazılı bir metin olması gerekmez. Önemli olan her ne sebeple olursa olsun, tarafların kendilerini bu anlaşmayla bağlı kabul etmeleridir. Hukuki bağlayıcılık taşımayan centilmenlik anlaşmalarının da aynı kapsamda değerlendirilmesinin nedeni budur.³²⁹ Anlaşmaların gizli yapılması veya herhangi bir şekilde tabi olmaması ile uyumlu eylemleri veya muvazaalı davranışları Rekabet otoritelerinin iyi ayırt etmesi gerekir. Çünkü uygulamada bu durumlar çok ciddi benzerlikler gösterir.

ABAD, Tepea V. Commission davasının³³⁰ gerekçesinde “işletmeler arasında uzun zamandan beri süregelen ilişkiler olması, karşılıklı bir güven yaratmıştır ve bu güven neticesinde işletmeler aralarında hiçbir yazılı sözleşme olmasa bile, zımni bir sözleşmeyle kendilerini bağlı kabul edebilirler” ifadesiyle sözleşmelerin yazılılık ya da bir başka şekil şartına bağlanmasını zorunlu bulmamıştır.

2.2.2.3.1. Yatay ve Dikey Anlaşmalar

Müftüoğlu’na göre rekabeti sınırlayıcı işlemleri, yatay ve dikey işlemler olarak iki ana başlık altında toplamak mümkündür. Piyasanın aynı seviyesinde etkinlik gösteren işletmelerin gerçekleştirdiği anlaşma, uyumlu eylem ve kararlar yatay işlemler;

³²⁷ Centilmenlik anlaşması, tarafları hukuki yükümlülük altına sokmayan, tarafların ahlaki anlamda yükümlülük altına girdikleri ve sadece karşılıklı şeref sözüne dayanan ilişkileri ifade eder. Bkz.: L. RITTER, W.D. BRAUN, F. RAWLINSON, *EEC Competition Law a Practitioner’s Guide*, Boston, 1991, s. 61.

³²⁸ E. ÖZSUNAY, *Kartel Hukuku*, İstanbul, 1985, s. 159.

³²⁹ BADUR, *a.g.e.*, s. 58.

³³⁰ TEPEA V. COMMISSION, C. 28/77, 20.06.1978.

piyasanın farklı seviyelerinde yer alan işletmelerin, örneğin mal sağlayıcısı ve dağıtıcının taraf olduğu anlaşmalar ise dikey işlemler olarak adlandırılır. Bir işlem hem taraf teşebbüslerin faaliyet gösterdiği seviyedeki hem de piyasanın diğer seviyelerindeki rekabeti olumsuz etkileyebilir. Bu noktaya ilişkin olarak, birlikte fiyat belirlenmesi ve piyasanın paylaşılması örneklerinde olduğu gibi, markalar arası rekabeti sınırlayan yatay işlemlerin, marka içi rekabeti kısıtlayan dikey işlemlere göre, piyasadaki rekabet üzerinde daha olumsuz etkiler doğurduğu konusunun rekabet hukuku uygulamalarında genel kabul gördüğü söylenebilir.³³¹

Başka bir anlatımla yatay ve dikey anlaşmaları şu şekilde tanımlamak mümkündür. Yatay anlaşmalar üretim zincirinin aynı seviyesinde olan işletmelerin yapmış oldukları anlaşmalardır. Yani aynı işi yapan ya da bir malın üretim sürecinde aynı aşamada çalışan, böylece rekabet etme imkânı olan işletmeler arasındaki anlaşmalar *yatay anlaşmadır*. Bunlar işletmeler arasında üretim, dağıtım, satış gibi aşamalarda yapılırlar. Önemli olan yatay anlaşmayı yapan iki işletmenin de aynı üretim aşamasında olmasıdır. Örneğin beyaz eşya üreticilerinin üretim aşamasında yaptıkları fiyat, dağıtıcıların dağıtım aşamasında yaptıkları bölge paylaşma ve satıcıların tüketiciye satış aşamasında yaptıkları ek yükümlülükler getirme gibi anlaşmalar, yatay anlaşma olarak değerlendirilebilirler.³³² Piyasa yapısı gereği yatay anlaşmalar birbirlerine rakip olan kişiler arasında yapıldıklarından, genellikle rekabete olumlu etkiler yapmazlar. Bu nedenle rekabet hukuku sistemlerinde per se yasaklanırlar³³³.

Mal veya hizmetlerin üretilip tüketiciye arz edilmesine kadarki aşamada değişik seviyelerde faaliyet gösteren işletmelerin aralarında yaptığı anlaşmalara dikey anlaşma denir.³³⁴ *Dikey anlaşmalar* üretim zincirinin farklı seviyelerinde bulunan işletmeler arasında yapılan anlaşmalar olarak da kabul edilebilir. Yani üretimin çeşitli

³³¹ MÜFTÜOĞLU, 2000b, a.g.m., s. 13.

³³² BADUR, a.g.e., s. 61.

³³³ ASLAN, 2001, a.g.e., s. 97.

³³⁴ D. WYATT ve A. DASHWOOD, *European Community Law*, London, 1993, s. 402.

aşamalarında çalışan kişilerin, kendileriyle aynı aşamada olmayan kişilerle yaptıkları anlaşmalar, dikey anlaşma kapsamında değerlendirilirler. Piyasanın çalışması için dikey eksende yapılan bu anlaşmaların ekonomik açıdan yararları vardır. Dikey anlaşmaların rekabeti sınırlayıcı özellikleri yanında, dağıtım ve satış sonrası hizmetleri rasyonelleştirmesi, tüketiciye ilgili ürünü daha kolay bulabilme olanağı sağlaması gibi olumlu yönleri de bulunmaktadır. Bununla birlikte tekelden dağıtım, coğrafi piyasa veya müşteri paylaşma, yeniden satış fiyatlarının belirlenmesi gibi sınırlayıcı dikey anlaşmalar da yapılabilmektedir.

Dikey anlaşmaların bir yönüyle piyasanın işlemesi için zorunlu olmaları, diğer taraftan da rekabeti kısıtlayıcı nitelik taşımaları, bu anlaşmalara rekabet kurallarının ne şekilde uygulanacağı sorununu doğurmaktadır. Eğer dikey anlaşmalar tamamen rekabet kurallarının dışında tutulurlarsa, piyasanın işlemesi için gerekli olan bu anlaşmalar, bu defa rekabeti sınırlayarak piyasanın işlemesini zorlaştıracaklardır. Eğer rekabeti sınırlayıcı özelliklerini dikkate alarak yatay anlaşmalarda olduğu gibi per se yasaklanırsa, işletmeler üretimin tüm aşamalarını kendileri gerçekleştirmeye çalışacaklar, bu da her iş kolunda dikey gelişimini tamamlamış bir ya da birkaç hakim durumda işletme yaratacaktır.³³⁵

2.2.4. Uyumlu Eylemler

Rekabet hukuku anlamında uyumlu eylem, hukuka aykırı bir davranıştır. Uyumlu eylemler teşebbüslerin aralarında sözlü veya yazılı herhangi bir sözleşme yapmadan, bir anlaşmaya ya da mutabakata varmadan, birbirleriyle uyumlu olan kararları alıp uygulamaya koyarak veya birbirleriyle uyumlu davranışlarda bulunarak, belirli bir mal veya hizmet piyasasında rekabeti bozmaları, kısıtlamaları veya engellemeleridir.³³⁶ Başka bir tanımla uyumlu eylemler, belirli bir anlaşma aşamasına

³³⁵ BADUR, a.g.e., s. 62.

³³⁶ TEKİNALP/TEKİNALP, Ü. TEKİNALP, a.g.e., s. 394-95.

ulaşmamış ancak, teşebbüsler arasındaki rekabetin oluşturacağı risklere karşı pratik işbirliği amacı güden paralel davranışlardır.³³⁷ Ekonomik perspektiften bakıldığında uyumlu eylem ile paralel davranış tamamıyla aynı anlamda değildir.

Avrupa ülkelerinin ulusal rekabet mevzuatlarında Roma Antlaşması'nın imzalanmasına değin "uyumlu eylem" (concerted practice) veya "uyumlu davranış" kavramlarına karşılık gelecek bir kavram bulunmamaktaydı. Goyder'e göre Roma Antlaşmasında uyumlu eylem kavramına yer verilmiş olması, "uyumlu davranış" kavramını kullanan ABD antitröst hukukunun etkisiyle olmuştur.³³⁸

Türk Hukukunda ise uyumlu eylem tanımı yapılmamakla beraber uyumlu eylem karinesinden söz edilmektedir. Anlaşma ve kararların yanı sıra, anlaşma olmaksızın işletmelerin iradesiyle oluşan piyasadaki paralel davranışlar olarak nitelendirilebilecek uyumlu eylemler RKHK'nın 4'üncü maddesi kapsamındadır. 4'üncü maddenin ikinci fıkrasında yer alan, "Bir anlaşmanın varlığının ispatlanamadığı durumlarda piyasadaki fiyat değişmelerinin veya arz ve talep dengesinin ya da teşebbüslerin faaliyet bölgelerinin, rekabetin engellendiği bozulduğu veya kısıtlandığı piyasalardakine benzerlik göstermesi, teşebbüslerin uyumlu eylem içinde bulduklarına karine teşkil eder" şeklindeki hüküm ile uyumlu eylem karinesi getirilmiştir. Böyle bir durumda, uyumlu eylem karinesine dayalı bir iddia karşısında uyumlu eylemde bulunulmadığının ispat yükü teşebbüslerdedir. Bu bağlamda, uyumlu eylemi anlaşma ve kararlardan ayıran unsurlardan biri, karine dolayısıyla ispat yükümlülüğünün iddiaya konu olan işletmelere yüklenmiş olmasıdır.³³⁹

RKHK'nın 4. maddesi yalnızca işletmeler arası anlaşmalar ve işletme birliklerinin karar ve eylemlerini yasaklamakla kalmayarak, rekabeti sınırlama amacı taşıyan işletmelerin aynı sonuca daha farklı yollardan ulaşmalarını engellemek

³³⁷ J.H. AGNEW, *Competition Law*, London, 1985, s. 142.

³³⁸ D.G. GOYDER, *E.C. Competition Law, Third Edition*, Oxford, Clarendon Press, 1998, s. 98.

³³⁹ MÜFTÜOĞLU, 2000b, a.g.m., s. 12.

amacıyla, uyumlu eylemleri de yasaklamıştır. Eğer böyle bir düzenleme yapılmıyaydı, işletmeler arasındaki rekabeti sınırlayan, ama anlaşma olarak nitelendirilemeyen dolaylı ilişkiler engellenemezdi. Bu da bir anlamda Kanun'un 4. maddesinin uygulama dışı bırakılması anlamına gelirdi.³⁴⁰

Aslan, RKHK'nın 4. maddesinin 3. ve 4. fıkralarından hareketle uyumlu eylemi, "iki veya daha fazla işletmenin, ekonomik ve rasyonel gerekçelerle açıklanamayan ve bir anlaşmaya dayanmayan fakat bilinçli olarak birbirine paralel hale getirilmiş rekabeti sınırlayıcı piyasa davranışları" olarak tanımlamaktadır.³⁴¹ Bu tanımda "ekonomik ve rasyonel gerekçelerle açıklanamayan piyasa davranışları" ifadesi yanlış anlamaya sebep olacak bir tarzda kaleme alınmış gözükmektedir. Çünkü "...rekabeti kısıtlamak veya ortadan kaldırmak amacı dışında diğer ekonomik ve rasyonel gerekçelerle açıklanamayan davranışlar" kastedildiğini düşünmek durumundayız. Aksi takdirde bizzat davranışın kendisinin ekonomik ve rasyonel gerekçelerle açıklanamazlığı anlamı çıkabilir. Ayrıca bilinçli paralellik (consciousness paralelizm), oligopolde farklı bir kavramdır ve uyumlu eylemle aynı anlama gelmemektedir.

Aslan'ın tanımı uyumlu eylemlerin AB Rekabet Hukuku'ndaki tanımıyla da benzerlik taşır. Adalet Divanı "Suiker Unie and Others V. Commission"³⁴² davasında uyumlu eylemleri "*Bu tür davranışlar, işletmeler arasında öylesine güdümlü ve uyumlu bir hareket biçimi ve bağlantı şeklidir ki, hiçbir şekilde sözleşme veya işletmeler arası anlaşma özelliği taşımasa da rekabeti bozmak açısından kesin etkili bir davranış biçimi olarak değerlendirilir*" ifadesiyle nitelendirmiştir.

³⁴⁰ BADUR, a.g.e., s. 64.

³⁴¹ ASLAN, 2001, a.g.e., s. 81.

³⁴² SUIKER UNIE AND OTHERS V. COMMISSION, Joined Cases 40 to 48, 50, 54 to 56, 111, 113 and 114/73, 16.12.1975.

AB’de uyumlu eylem kavramının çerçevesini belirleyen ilk dava, Dyestuffs³⁴³ davası olmuştur. Davada Komisyon’un, Dyestuffs üreticilerinin aynı dönemlerde benzer oranlarda fiyat artışına giderek uyumlu eylem içinde oldukları yönündeki kararı³⁴⁴ ele alınmıştır. Topluluğun çeşitli ülkelerinde faaliyet gösteren üreticiler, 1964 ve 1967 yılları arasında fiyat duyuruları yaparak, dyestuffs fiyatlarında, üç kez aynı dönemlerde ve aşağı yukarı benzer oranlarda artışa gitmişlerdir. Ayrıca üreticiler 1967 yılındaki son fiyat artışından önce toplantı yapmışlar ve bazı üreticiler fiyat artıracaklarını bu toplantıda rakiplerine bildirmişlerdir.

Komisyon fiyat duyurularını, fiyat artışlarının aynı ürünleri kapsamasını ve benzer oranlarda uygulanmasını, üreticilerin yavru şirket ve temsilcilerine gönderdikleri talimatların aynı ifadeleri içermesini ve teşebbüsler arasında bir toplantı yapılmış olmasını delil göstererek, dyestuffs üreticileri arasında uyumlu eylem olduğu sonucuna ulaşmıştır.

ABAD, teşebbüslerin, fiyat artışlarını önceden duyurarak, piyasadaki belirsizlik ve bağımsız davranışlar sonucu meydana gelebilecek riskleri ortadan kaldırdıklarını belirterek bu fiyat duyurularını piyasanın şeffaflaştırılmasına yönelik işbirliğinin göstergesi olarak değerlendirmiştir. Bu işbirliğinin sonucunda dyestuffs piyasasının ülke sınırlarına göre bölündüğünü, fiyatlarda aynı oran ve zamanlarda yapılan artışların pazarın normal şartlarına uygun olmadığını vurgulayan ABAD, Komisyon’un uyumlu eylem kararını onaylamıştır. Bu davada ABAD uyumlu eylemin tanımını yapmıştır. Buna göre “bir anlaşmanın varlığı aşamasına gelmemekle birlikte, teşebbüslerin rekabetin risklerine karşı bilerek (kasıtlı) ikame ettikleri, aralarında pratik işbirliği sağlayan koordinasyon şekline” uyumlu eylem denir.³⁴⁵

³⁴³ DYESTUFFS CASES 49/69 etc., ICI v. Commission (Dyestuffs) [1972] ECR 619.

³⁴⁴ DYESTUFFS (1969) OJ L195.

³⁴⁵ O.Y. YÜKSEL, *Rekabet Hukukunda Uyumlu Eylem*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2004, s. 30-31.

Rekabet Kurulu'nun uyumlu eyleme ilişkin yaklaşımını ve bazı kararlarını Aslan'ın görüşüne dayandırmış olmasına karşın, giderek tanımlarda farklılaşmaların ortaya çıktığı da gözlenmektedir. Burada birkaç kararın ilgili bölümlerinin değerlendirmesine yer verilecektir.³⁴⁶

İlk olarak değerlendirilmesi gereken, *Turkcell-Telsim* kararıdır.³⁴⁷ Bu dosyada, ilgili teşebbüsler arasında genel olarak paralel davranışların olmadığı; varolan paralelliklerin ise oligopol piyasalarındaki klasik pazar davranışlarına uyduğu söylenerek, uyumlu eylemin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Ardından gelen *Süt* kararında, “rekabet hukukunda paralel fiyatlandırmanın değil, bilinçli paralelliklerin yasaklandığı” söylenmiş; ilgili pazarın oligopolistik olması ve teşebbüslerin davranışlarının ekonomik ve rasyonel gerekçelerle açıklanabilmesinden dolayı, uyumlu eylemin bulunmadığına hükmedilmiştir.

Uyumlu eylemden dolayı ilk kez cezanın verildiği *Maya*³⁴⁸ *Kararı*'nda, Aslan'ın görüşlerinden farklılaşma başlamıştır. Birincisi, rakipler arasındaki belirsizliklerin yok edilmesi amacına yönelik doğrudan veya dolaylı iletişimi gösteren maddi delillere rastlanmadığı ve fiyat artışları, tüketici fiyat endeksindeki artışların altında gerçekleştiği için, oligopolistik bağımlılık çerçevesindeki akıllıca ayak uydurmalar, fabrika çıkış fiyatlarındaki paralellığe, rasyonel gerekçe hatta zorunluluk olarak kabul edilmiştir. Oysa Aslan'ın yaklaşımı benimsenseydi, bu oligopolistik pazardaki maliyetlerden bağımsız paralel fiyat artışları, bağlantıya gerek olmaksızın, uyumlu eylem kabul edilip ceza verilebilirdi. Uyumlu eylemin varlığına hükmedilen “bayi satış fiyatlarının yükseltilmesi” konusunda da Aslan'ın görüşlerinden ayrılma vardır. Gerçekten de “10.03.1999 tarihi itibarıyla rakip firma temsilcisi Faruk Şenel ile yapılan görüşmeler neticesinde bu tip promosyonların durdurulması rakibinde düşük fiyatlı bağlantı yapmaması konusunda anlaşmaya varılmıştır”, “Bursa merkezde rakiplerle anlaşmaya varılmıştır. Fiyatlar kademeli olarak yükseltilecek” gibi mutabakatı ifade eden delillere rağmen anlaşma

³⁴⁶ G. KEKEVİ, *Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Birlikte Hakim Durumun Kötüye Kullanılmasında Kolaylaştırıcı Eylemler*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2003, s. 54-55. *Turkcell-Telsim, Maya ve Gazete* kararlarına ilişkin değerlendirmeler KEKEVİ'den aynen alınmıştır.

³⁴⁷ TURKCELL-TELSİM, RKK, 99-57/614-391, RG, Sayı 24152, Tarih 26.08.2000.

³⁴⁸ MAYA, RKK, 00-24/255-138, RG, Sayı 24245, Tarih 29.11.2000.

sonucuna ulaşılmamıştır. Keza, Karar'da, Aslan'a göre uyumlu eylem için gerekli olan paralel davranışlar da gösterilmemiştir.

Uyumlu eylemin varlığına hükmedilen *Gazete*³⁴⁹ kararında ise Aslan'dan uzaklaşma çok daha açıktır. Kurul, “(malîyetlerin farklı olduğu bu oligopol piyasadaki) fiyat belirleme olayında, fiyat tespiti rekabetin kısıtlandığı piyasalardaki eylemlere benzerliğinin ortaya konulması yeterli değildir. Bunun yanı sıra, teşebbüsler arasında kendi bağımsız davranışlarını engelleyen rekabetçi davranışlar altında olmaması gereken bir ilişkinin ortaya konması da gereklidir” ifadesiyle, uyumlu eylem karinesini, yalnızca rekabeti sınırlayıcı paralel davranışların gösterilmesine indirgemeyi reddetmiştir. Bunun yerine, uyumlu eylemin ortaya konulmasında, AB ve ABD'ye benzer şekilde, “gruplar arasındaki ilişki (maddî deliller) + fiyat hareketleri (iktisadî nitelikli deliller)” yaklaşımını benimsemiştir. Aslan'dan diğer bir farklılık ise, “Milliyet Gazetesi İcra Kurulu Kararları 26.08.1998” başlıklı belgede “Sabah grubu ile mutabık kalınarak Fotomaç ile Fanatik gazetesinin satış fiyatının 1 Eylül Salı gününden itibaren 40.000 TL'den 50.000 TL'ye artırılmasına karar verildi” şeklindeki mutabakatı gösteren ifade ve hatta belirtilen tarihte bu artışın gerçekleşmesine rağmen, anlaşma sonucuna ulaşılmamasıdır.

Uyumlu eylemin kanıtlanmasında önemli güçlükler vardır. Uyumlu eylemin kanıtlanması ile ilgili olarak AB Adalet Divanı, iki işletmenin davranışlarının uyumlu davranıştan başka bir şeyle açıklanamayacağı varsayımına dayalı bir yöntemi kabul etmektedir. Böyle bir olayla karşılaşıldığında, Komisyon tarafından saptanan olayların başka bir açıklaması olduğunu işletmelerin gösterebilmesi halinde, uyumlu davranışın olmadığına karar verilebilecektir. Görüldüğü gibi Türk sistemiyle AB'nin uyumlu eylemler konusundaki uygulaması birbirine paraleldir. Divan'ın içtihatlar yoluyla ulaştığı varsayım, RKHK'da karine olarak yer almıştır.³⁵⁰

2.2.3. De Minimis Kuralı

Rekabet üzerindeki etkisi hissedilir derecede olmayan çok küçük işletmeler arasındaki anlaşmaların yasaklama dışında tutulmasına **de minimis kuralı**

³⁴⁹ GAZETE, RKK, 00-26/291-161, RG, Sayı 24445, Tarih 27.06.2001.

³⁵⁰ BADUR, a.g.e., s. 67.

denmektedir.³⁵¹ Avrupa Birliği uluslar üstü bir örgüt olması nedeniyle, uygulamada sorun, “üye ülkeler arası ticaretin hissedilir derecede etkilenmesi” ifadesiyle çözümlenmiştir. Yani rekabetin sınırlandırılma derecesi, üye ülkeler arası ticaretin hissedilir derecede etkilenmesi ölçütüne bağlı kılınmıştır.³⁵² RKHK’da de minimis kuralının Türk Rekabet Hukukunda da geçerli olacağına ilişkin bir hüküm olmamakla beraber, AB müktesebatının Türk Hukukuna kazandırılması ve eşgüdümlü olarak uygulanması gereği, bu kuralın bizim hukukumuzda da var olduğu gerçeğini ortaya koymaktadır. Nitekim aşağıda yer vereceğimiz Rekabet Kurulu’nun bazı kararlarında bu ilkenin uygulama alanı bulunduğu görülecektir. Ancak Türkiye uygulamasında *de minimis* kuralına olay bazında yer verilmektedir.

Türkiye’de *De Minimis* kuralının olay bazında uygulanması yönteminin tercih edilmesi ve bu kuralın uygulanma prensiplerinin zaman içerisinde Rekabet Kurulu kararları ile şekillenmesi gerektiği belirtilmektedir. Bu bağlamda Kurul’un aşağıda incelenecek olan kararları özellikle önem taşımaktadır.³⁵³

Bu kuralın uygulandığı kararlardan biri Antalya Fırıncılar Odası Kararıdır.³⁵⁴

Olayın konusunu Antalya merkez ilçe sınırları dahilinde faaliyet gösteren ekmek üreticilerinin, Fırıncılar Odası’nca talep edilen fiyat artışının Antalya Esnaf ve Sanatkarları Odaları Birliği fiyat tespit alt komisyonunca kabul edilmemesi üzerine, bakkal ve bayilere ekmek dağıtımını durdurmaları oluşturmaktadır. Karar’da;

Şikayet konusu olayın Kurulumuzun göreve başladığı 04.11.1997 tarihinden sonra temadi edip etmediği belli olmadığı gibi, piyasanın küçüklüğü sebebiyle 4054 sayılı Kanun’un 4’üncü ve 6’ncı maddelerinde öngörülen “ülkenin bütününde ya da bir bölümünde...” koşulunun gerçekleşip gerçekleşmediği de kuşkuludur denilmekte ve şikayet

³⁵¹ ASLAN, 2001, a.g.e., s. 99.

³⁵² a.g.e., s. 99.

³⁵³ De Minimis kuralına ilişkin Rekabet Kurulu kararlarının incelemesi, K. TOMUR, **Kobiler ve Rekabet Politikası De Minimis Kuralının Rekabet Hukukundaki Yeri, İşlev ve Uygulama Prensipleri**, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2004, s. 59-62’den aynen alınmıştır.

³⁵⁴ ANTALYA FIRINCILAR ODASI, RKK, 97-40/245-1, RG, Sayı 23521, Tarih 12.11.1998.

konusu iddiaların incelenmesine dair bir soruşturma veya ön araştırma açılmasına gerek bulunmadığı sonucuna varılmaktadır.

Anılan kararda bir çok eksiklikler bulunduğu gibi; gerekçenin Kanun'un 6'ncı maddesinde yer alan "ülkenin bütününde ya da bir bölümünde" ifadesinde aranması da tartışmaya açık bir konudur. Ancak Karar'ın değerlendirilmesine başlamadan önce önemli iki hususun belirtilmesinde fayda bulunmaktadır: Karar RK'nın ilk kararlarından biridir. Ayrıca şikayet çerçevesinde Kurul'un daha fazla tüketiciye fayda sağlamak gayesiyle benzer iddiaların yoğunlaştığı İstanbul ili ekmek pazarında inceleme başlattığının da unutulmaması gerekir.

Kanun'un 6'ncı maddesinde yer alan "ülkenin bütününde veya bir bölümünde ifadesi", 4 üncü madde kapsamındaki bir olayda *De Minimis* kuralına dayanak oluşturmamaktadır. Sanlı olayda rekabet kavramının geniş yorumlanması dolayısıyla Kurul'un ilgili pazarda rekabetin etkilenip etkilenmediğini tespit etmesi gerektiğini vurgulayarak; Karar'da ilgili pazarın açık bir biçimde belirlenmediğini bu bağlamda pazarın küçüklüğüne yönelik bir sonuca ulaşamayacağını belirtmektedir.³⁵⁵

Olayda incelenen şikayet iddialarının *De Minimis* kuralı çerçevesinde değerlendirilmesinin yanlış olduğu düşünülmektedir. Öncelikle teşebbüs birliği niteliğindeki Antalya Fırıncılar Odası ve üyelerinin anlaşma yapmak suretiyle ekmek arzını durdurmaları hiçbir şekilde "*de minimis*" olarak kabul edilemez. Ayrıca "pazarın küçüklüğü" şeklinde ifade edilen gerekçenin Kural ile bağlantısını kurmak da mümkün değildir. *De Minimis kuralı ilgili pazarda rekabetin hissedilir ölçüde etkilenmemesini ifade etmekte, bir ilgili pazarın tamamının "küçük" olarak nitelendirilmesi ise tamamen farklı bir yorumu gerektirmektedir.*

Başka bir vaka ise İpekyol Giyim/Emir Moda Kararıdır.³⁵⁶

Olayın konusunu üretici İpekyol firması ile Emir Moda arasında yapılan yeniden satıcılık anlaşmasına menfi tespit verilmesi talebi oluşturmaktadır. Karar'da ilgili piyasa Bursa ve Kocaeli illeri hazır giyim piyasası olarak belirlenmekte ve Anlaşmada yer alan yeniden satış fiyatının tespiti yönündeki hükümlere ilişkin;

³⁵⁵ SANLI, a.g.e., s. 187.

³⁵⁶ İPEKYOL GİYİM/EMİR MODA, RKK, 99-42/444-278, RG, Sayı 24145, Tarih 19.08.2000.

Özellikle markalar arası rekabetin yoğun olduğu ve konsantrasyon düzeyi düşük pazar yapısına sahip sektörlerde, dikey fiyat tespitinin -pazardaki rekabetin engellenmesi açısından yatay fiyat tespiti ile olan önemli nitelik farkları da göz önünde bulundurulduğunda- açık ihlal olarak değerlendirilemeyeceği... sonucuna ulaşılmaktadır. Karar'da ilgili pazardaki yoğunlaşma ve taraf teşebbüslerin rekabeti etkileme güçlerinin incelenmesi ile birlikte, yatay ve dikey fiyat anlaşmalarının sahip olduğu farklı özelliklerin değerlendirilmesinin; ilgili pazardaki rekabetin hissedilir derecede etkilenmesi kavramının belirlenmesinde yol gösterici nitelikte olduğu düşünülmektedir.³⁵⁷

Doğrudan *de minimis* kuralıyla ilgili olmamakla beraber, üstü kapalı şekilde bu kuralın uygulandığı bir başka olay Bosch-Profilo-Siemens (BPS) Kararıdır.³⁵⁸

Olayın konusunu BPS'nin bayileri ile yapmış olduğu sözleşmelerin menfi tespit/muafiyet talebi çerçevesinde değerlendirilmesi oluşturmaktadır. Olaya ilişkin incelemede; ilgili ürün pazarının "Bosch, Siemens ve Profilo markalı beyaz eşyalar ve küçük ev aletlerine verilen satış sonrası servis hizmetleri" olarak, sadece başvuru sahibi teşebbüsün faaliyet alanı ile sınırlı bir biçimde tanımlandığı görülmekte dolayısıyla; ilgili pazardaki yoğunlaşma ve rekabetin etkilenme ölçüsünün belirlenmesi noktasında ayrıntılı bir değerlendirmenin yapılmadığı anlaşılmaktadır.

Ancak incelemede doğrudan *De Minimis* kuralının uygulanma esasları ile ilişkilendirilebilecek hususlar bulunmasa da Karar; Kurul'un "açık ihlal" kavramına yönelik yaklaşım ve görüşlerinin anlaşılması ile birlikte tüketicinin korunmasında takındığı hassas tavrı göstermesi bakımından özellikle önemlidir. Karar incelendiğinde dikkat çeken ilk husus; Kurul'un "tüketici yararı" kavramını sıklıkla vurgulamasıdır. Sözleşmelerde yer alan servis hizmetlerinde işçilik ücretlerinin ve malzeme fiyatlarının belirlenmesine yönelik hükümlerin maksimum fiyat şeklinde değiştirilmesi de "tüketicinin korunması" amacı ile bağdaştırılmakta; emsal oluşturacak bir yorumla servis hizmetlerinin ülke geneline ulaşması ve tüketicilerin aldıkları hizmetin fiyat ve kalite açısından standart hale getirilmesinin fiyat rekabetinden daha önemli görüldüğü vurgulanmaktadır. Karar'da ayrıca "açık ihlal"den aynı seviyedeki rakip teşebbüslerin aralarında yaptıkları fiyat anlaşmalarının anlaşılması gerektiği belirtilerek, yeniden satış fiyatının belirlendiği dikey

³⁵⁷ TOMUR, a.g.e., s. 62.

³⁵⁸ BOSCH-PROFİLO-SIEMENS, RKK, 99-31/282-171, RG, Sayı 24552, Tarih 13.09.2001.

anlaşmalara ilişkin Kurul yaklaşımının çok daha müsamahakar olduğu ifade edilmektedir.³⁵⁹

Bu Bölüm'de incelenen ilk iki olayda Kurul yatay seviyede rekabetin ihlal edilmesine yönelik iddialar çerçevesinde soruşturma açmamış, diğer iki olayda ise yeniden satış fiyatının belirlenmesini içeren dikey anlaşmalara ilişkin yaklaşımını göstermiştir. Aşağıda tartışılacak olan olay ise Kurul'un soruşturma açtığı örneklerden birisi olup tarafların KOBİ olarak kabul edilebilmeleri sebebiyle özellikle önemlidir.

Ankara Motor Yenilemeciler Derneği Kararı:³⁶⁰

Dosya konusunu “Ankara ili içten yanmalı motorların yenilenme pazarında” faaliyet gösteren 18 işletmenin; aralarında yaptıkları bir protokol eliyle ilgili pazarda verilen hizmetlerin fiyatının belirlenmesi ile birlikte pazarın bölüşülmesi ve arz miktarının kontrolüne yol açmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4 üncü maddesini ihlal etmeleri oluşturmaktadır.

Rekabet politikalarının uygulanması açısından belirleyici etkenin işletmelerin ilgili pazardaki göreceli konumu ve gücü olması gerektiği düşünülmektedir. İlgili pazarın doğru belirlendiği varsayımıyla soruşturma sürecinde tespit edilen ağır rekabet ihlallerinin hiçbir şekilde “*de minimis*” kabul edilemeyecekleri sonucuna ulaşmak mümkündür. Ayrıca incelemenin Ankara Altındağ Belediye Başkanlığı'nın şikayeti üzerine başlatıldığı, taraf işletmelerin anılan Belediye'nin motor yenileme ihalelerinde danışıklı teklif vermelerinin ihlallerden biri olması da unutulmamalıdır. Bu olayda taraf teşebbüsler arasında yapılmış olan anlaşma ve ihalelere verilen danışıklı tekliflerin ekonomik anlamda etkinlik ve verimliliği arttırıcı kabul edilebilmeleri, bu sebeple işbirliği sınıfında değerlendirilebilmeleri de mümkün değildir.³⁶¹

Karar'da taraf teşebbüslerin, Kanun'un 3 üncü maddesinde tanımlanan anlamda “tüzel kişiliği olmayan teşebbüs birliği” oldukları belirtilmek suretiyle, Kurul'ca takdir edilen idari para cezalarının alt limitten uygulanması yoluna gidilmiştir. Kurul'un bu

³⁵⁹ TOMUR, a.g.e., s. 62.

³⁶⁰ ANKARA MOTOR YENİLEMECİLER DERNEĞİ, RKK, 01-10/100-24, RG, Sayı 24472, Tarih 24.07.2001.

³⁶¹ TOMUR, a.g.e., s. 63.

yöndeki takdirinin tarafların mali yapılarını dikkate alan olumlu bir yaklaşım olduğu düşünülmektedir.³⁶²

Yeniden AB uygulamasına dönecek olursak, AB Komisyonu 1977 yılında yayınladığı bir direktifle, “**üye ülkeler arası ticaretin hissedilir derecede etkilenmesi**” kavramını somutlaştırmak amacıyla, üye ülkeler arasında ticareti belirgin şekilde etkilemeyen anlaşmalar için bir ölçüt belirlemiştir. Buna göre; işletmeler arası malların üretimi ve dağıtımını ile hizmet edimleri hükümlerine ilişkin olarak yapılan anlaşmaların,

- ilgili mal veya hizmetin, ortak pazar içindeki aynı tür mallar veya hizmetlerin sahip olduğu toplam piyasa payının % 5’ini geçmemesi ve

- anlaşmaya katılan işletmelerin toptan yıllık cirolarının 200 milyon Ecu’yü³⁶³ aşmaması durumunda, genel olarak 81/1. maddedeki yasağın kapsamı dışında tutulacağı bildirilmiştir.³⁶⁴

Direktifte yer alan kriterler yönlendirici bir niteliğe sahiptir. Bu nedenle ABAD’ın, duyurudaki özelliklere sahip olduğu iddiasında bulunulan bir anlaşmayı, 81/1. madde çerçevesinde değerlendirmesi mümkündür³⁶⁵. Bununla birlikte söz konusu eşikleri aşan her anlaşmanın, doğrudan rekabeti sınırlayıcı özellikler taşıdığı söylenemez. Divan, 1994 tarihli Küçük Öneme Sahip Anlaşmalara İlişkin Bildiriminde tespit edilen piyasa payı ve ciro eşiklerinin aşılması halinde, tekelden satın alma anlaşmalarının doğrudan 81/1. madde kapsamına girmeyeceğine karar vermiştir. **Delimitis** Davasına³⁶⁶ da atıf yapan Divan, tekelden satın alma anlaşmalarının sadece, eğer yasal koşullar göz önüne alındığında ve söz konusu anlaşma aynı tipteki diğer

³⁶² TOMUR, a.g.e., s. 63.

³⁶³ 200.000.000 Ecu'lük sınırlama, 1994 yılında 300.000.000 Ecu'ye çıkarılmıştır.

³⁶⁴ BADUR, a.g.e., s. 77; Notice Concerning Agreements of Minor Importance, O. J. 313. C., 29.12.1977, s. 3. “Azımsanabilir Nitelikteki Anlaşmalar Üzerine Komisyon Duyurusu”, ESİN, 1998, a.g.e., s. 63.

³⁶⁵ Devlet Planlama Teşkilatı (DPT), **Rekabet Hukuku ve Politikası Alanında AT Mevzuatına Uyum Değerlendirme Raporu**, Ankara 1992, s. 16.

³⁶⁶ DELIMITIS CASE C. 234/89, 1991 ECR, p. 935.

anlaşmalarla birlikte dikkate alındığında, rakiplerin piyasaya girişini engelleyici etkiye sahipse ve piyasayı büyük ölçüde kapatmışsa o zaman rekabeti hissedilir derecede sınırladığının kabul edilebileceğine karar vermiştir.³⁶⁷

Türkiye uygulamasında 1997/1 sayılı Tebliğ her ne kadar birleşme ve devralmalara ilişkin olsa da getirdiği piyasa payı ve ciro eşikleri bir anlamda De Minimis uygulaması olarak kabul edilebilir. RKHK'nın 7. maddesinin ikinci fıkrası uyarınca, hangi tür birleşme ve devralmaların hukuki geçerlilik kazanması için Rekabet Kurulu'na bildirilmesi gerektiği 1997/1 sayılı Tebliğ ile belirlenmiştir. Buna göre; bir birleşme, devralma veya ortak girişimin rekabet hukuku kapsamında değerlendirilebilmesi için öncelikle, söz konusu işlemin bağımsız teşebbüsler arasında gerçekleşmesi ve işlemin sonucunda kontrolün bir teşebbüsten başka bir teşebbüse geçiyor olması gerekmektedir. Bu çerçevedeki birleşme, devralma veya ortak girişim işlemine izin alınması için ayrıca, taraf teşebbüslerin ilgili ürün pazarındaki toplam pazar paylarının %25'i veya toplam cirolarının 25 trilyon TL.'yi aşması gerekmektedir.³⁶⁸

ABAD'ın **Völk/Vervaecke** Davasında³⁶⁹ verdiği karar, De Minimis hakkındaki duyuru çıkmadan önce verilmiş olduğu için, Divan'ın bu ilkeye bakış açısını yansıtması bakımından önemlidir. İnceleme konusu olayda, çamaşır makineleri üreticisi Alman Völk şirketinin ürünlerinin Belçika ve Lüksemburg'daki münhasır dağıtımını için bir Belçika işletmesi olan Vervaecke ile anlaşma yapmıştır. Daha sonra taraflar arasında çıkan bir uyuşmazlık sonucunda Völk Alman mahkemelerinde Vervaecke aleyhine dava açmıştır. Vervaecke, Völk ile aralarındaki anlaşmanın mutlak bölgesel koruma

³⁶⁷ ASLAN, 2001, **a.g.e.**, s. 100.

³⁶⁸ MÜFTÜOĞLU, 2000b, **a.g.m.**, s. 15.

³⁶⁹ VÖLK/VERVAECKE, C. 5/69, 9.07.1969.

sağlaması sebebiyle 81(1)'e aykırı olduğunu, dolayısıyla 81(2)'ye göre geçersiz olduğunu savunmuştur. Bu çerçevede mahkeme konuyu ABAD'a danışmıştır.³⁷⁰

Yöneltilen bu soruya karşılık olarak ABAD cevabında, “Bir anlaşma üye ülkeler arasındaki ticareti etkileyebilecek güçteyse, bu anlaşma doğrudan veya dolaylı olarak gerçek ya da potansiyel olarak tek piyasayı da bozuyor kabul edilir” ifadesini kullanmıştır. Divan'a göre bir anlaşmanın 81(1) madde kapsamında değerlendirilmemesi için, piyasa üzerinde ticareti yeterince etkileyememesi ve tarafların ürün piyasasında zayıf durumda olmaları gereklidir. Bu gerçekler göz önünde bulundurularak mutlak bölgesel koruma içeren söz konusu anlaşma, taraflarının ürün piyasasında zayıf durumda olmaları gerekçesiyle, 81(1) madde dışında tutulmuştur.³⁷¹

RA'nın 81(1) inci maddesine göre: “Amacı veya etkisi Ortak Pazar'da rekabetin bozulması, sınırlaması veya kısıtlanması olan ve üye ülkeler arasındaki ticareti etkileyebilecek teşebbüsler arasındaki her türlü anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararları Ortak Pazar ile bağdaşamaz ve yasaktır.” Bir anlaşmada tarafların ilgili piyasalarının çok küçük ve piyasa etkinliklerinin yok denecek seviyede olması, bu anlaşmanın AB içindeki ticarete olan etkisini yok denilecek seviyelere indirir.³⁷²

Türk Rekabet Hukukunda De Minimis kuralına açıkça değinilmemiş olması, bazı sakıncaları beraberinde getirebilir. Örneğin küçük bir şehirde iki bakkalın aralarında anlaşarak şeker fiyatlarını belirlemiş olmaları, rekabet üzerinde hissedilir derecede bir etki yapacak mıdır? Aynı anlaşma bir köyün varolan tek iki bakkalı arasında söz konusu olursa, rekabet ne derece sınırlanacaktır? Buk anlaşmalardan

³⁷⁰ TOMUR, a.g.e., s. 23.

³⁷¹ GIJLSTRA, MURPHY, a.g.e., s. 174-176.

³⁷² NEALE, GOYDER, a.g.e., s. 25.

hangisi yasaklanacaktır? Aradaki farkı belirleyecek olan, coğrafi piyasa ve ürün piyasası tanımını ışığında *de minimis* kuralıdır.³⁷³

AB Rekabet Hukukunda *de minimis* kuralının uygulanışında, Komisyon'un ve Avrupa Birliği Adalet Divanı'nın (ABAD), hemen hemen aynı ölçütleri kabul ettiklerini söylemek mümkündür. Komisyon kararlarında genellikle piyasa payı eşiği, teşebbüsün büyüklüğü, ilgili piyasanın yapısı, bağlantılı diğer piyasalara etkisi, ilgili ürünün özellikleri ve bir anlaşma ya da uyumlu eylemin rekabet üzerindeki sınırlayıcı etkileri gibi temel kriterleri dikkate almaktadır. 2001 tarihli *de minimis* bildirisinde de aynı ölçütlerin kabul edildiği söylenebilir.³⁷⁴

AB Komisyonu 16 Mayıs 2001 tarihinde önemli değişiklikler içeren yeni *De Minimis* Bildirisi taslağını tartışmaya açmış, Bildiri 2001 yılının sonunda yayınlanarak yürürlüğe girmiştir. Bildiri metninden Komisyon'un, gerek piyasa payı eşiklerini yükselterek gerekse de benzer anlaşmaların toplam etkisi ile rekabetin sınırlandırılması için piyasa payı eşiği belirleyerek, *De Minimis* kuralının uygulama alanını genişletmeye çalıştığı anlaşılmaktadır.

Komisyon açısından *De Minimis* kuralının uygulanmasında hangi temel esasın geçerli olduğunun anlaşılabilmesi için, Bildiri'nin ilk üç paragrafının incelenmesi gerekir. Komisyon'a göre ABAD, 81(1) inci maddenin üye devletler arasındaki ticareti veya rekabeti hissedilir derecede etkilemeyen anlaşmalar için geçerli olmadığını belirtmiştir. Buna göre bir anlaşma veya uyumlu eylemin 81(1)'nci madde anlamında yasaklanmış olabilmesi için bu iki kriteri de beraberce sağlaması gerekir. Bildiri'nin 3 üncü paragrafında aşağıda özetle yer verilen ifadeler bulunmaktadır. Buna göre;

Üye devletler arasındaki ticareti etkileyecek ölçüde olmayan anlaşmalar da 81(1)'nci maddenin kapsamı dışında bulunabilir. Bildiri bu konu ile ilgili değildir. Bu Bildiri ile hangi anlaşmaların üye devletler arasındaki ticareti etkileyip etkilemediği

³⁷³ ASLAN, 2001, a.g.e., s. 99

³⁷⁴ TOMUR, a.g.e., s. 42.

belirlenmemektedir. Görüldüğü üzere De Minimis kuralının uygulanmasının Komisyon tarafından ilgili pazarda rekabetin hissedilir derecede etkilenmesi esas çerçevesinde değerlendirildiği açık bir şekilde belirtilmektedir.³⁷⁵

2.2.4. Per se ve Rule of Reason Yargısal Doktrinleri

Per se yargısal doktrininin “herhangi bir araştırmaya gerek kalmaksızın bir eylemin, bir anlaşmanın veya bir birleşmenin kendiliğinden rekabete aykırı bulunarak yasaklanması”nı ifade ettiği söylenebilir. Bu ilke gereğince bazı işlem ve eylemlerin rekabeti bozacağı o kadar açıktır ve tartışmasızdır ki, söz konusu eylem veya işlemin rekabet üzerindeki etkilerini incelemeye gerek yoktur. Rule of Reason ilkesi (veya yargısal doktrini) ise, söz konusu anlaşma, birleşme veya fiilin rekabet üzerindeki etkilerinin araştırılmasını ve dolayısıyla ekonomik analizi gerektirmektedir.³⁷⁶

Per se ve Rule of Reason yargısal doktrinleri ABD hukukunda ortaya çıkmıştır.³⁷⁷ Shearman Yasasının 1. maddesi, rekabeti kısıtlayan her türlü uygulamanın hukuka aykırı olduğunu belirtmiştir. Bu maddenin uygulaması sırasında yargıçların çok katı tutum sergileyeceği endişesiyle daha sonra yeni kanunlar çıkarılmış ve bu yeni kanunların antitröst uygulamasını hızlandıracağı düşünülmüş, ancak bu beklenti gerçekleşmemiştir.³⁷⁸ Her anlaşmanın farklı şekil ve oranda rekabeti sınırlandırması, Shearman Yasasının 1. maddesinin uygulanmasında bazı belirsizliklere yol açmıştır.³⁷⁹ Kanunun yürürlüğe girmesi ile birlikte, hangi anlaşmaların hukuka aykırı olduğunun belirlenmesi çeşitli görüşlerin doğumuna yol açmıştır.³⁸⁰ Standart Oil Davasında rekabeti kısıtlayıcı her anlaşmanın hukuka aykırı olduğu ve kanun koyucunun,

³⁷⁵ TOMUR, a.g.e., s. 43.

³⁷⁶ DPT, 2000, a.g.e., s. 7.

³⁷⁷ ASLAN, 2001, a.g.e., s. 119.

³⁷⁸ KOVACIC ve SHAPIRO, 1999, a.g.m., s. 5.

³⁷⁹ A.D. NEALE, D.G. GOYDER, *Antitrust Laws of the USA*, Third Edition, 1980, s. 25.

³⁸⁰ AKINCI, 2001, a.g.e., s. 214.

mahkemelere bu konuda takdir yetkisi vermediği görüşü ifade edilmiştir.³⁸¹ Trans-Missourri Freight Association³⁸² davası kararının muhalefet şerhinde ise tamamen aksi görüş savunulmuş ve rekabeti kısıtlayıcı olduğu düşünülen faaliyetlerin sosyal ve ekonomik yararının, rekabeti kısıtlama ile meydana gelen zarardan daha fazla olabileceğini ve bu gibi rekabeti kısıtlayıcı anlaşmaların, rekabeti kısıtlamalarına rağmen Shearman Kanununun 1. maddesi kapsamı dışında kalması gerektiği iddia edilmiştir. ABD rekabet hukukunda bu iki zıt görüş arasında cereyan eden gelişmeler sonucunda, bugün yaygın şekilde benimsenen *per se* ve *rule of reason* yargısal doktrinleri ortaya çıkmıştır³⁸³.

Per se ve *Rule of Reason* doktrinleri birbirini tamamlar ve birlikte uygulanırlar. ABD’de Joint Traffic Association³⁸⁴ kararında, ilk kez rekabeti doğrudan etkileyecek anlaşma ile rekabeti ikinci dereceden etkileyecek anlaşma ayırımıdan söz edilmiş ve Common Law’da yer alan adi ortaklık sözleşmesi, işçinin rekabet etmeme yasağı ya da ticari işletmeyi devreden kimsenin belirli bir süre aynı konuda faaliyet göstermesini engelleyici hükümlerin ticarete olumsuz etkilerine rağmen, rekabet hukukunun kapsamı dışında kalacağı belirtilmiştir.³⁸⁵

Standard Oil of New Jersey ve *Standard Oil of Ohio* arasında petrol ürünlerinin fiyatları ile bu ürünlerin taşınma fiyatlarına ilişkin fiyat sabitleme anlaşmaları yapılması vesilesiyle Yüksek Mahkeme vakayı derinlemesine incelemiştir. Mahkeme, anılan firmaların seçici davranmalarını, maliyetin altında fiyat kırmalarını, kanunsuz bir şekilde rakiplerini satın almaya kalkışmalarını, sahte (paravan) şirket kurmalarını, diğer firmaların çalışanlarını casus olarak kullanmaya kalkışmalarını ve hatta rakip firmalara ve taşıyıcılara fiziksel tehditte bulunmalarını petrol endüstrisinde

³⁸¹ STANDARD OIL OF NEW JERSEY V. UNITED STATES, 221 US 1, 55 L.Ed. 619 (1911).

³⁸² UNITED STATES V. TRANS-MISSOURRI FREIGHT ASSOCIATION, 166 US 290, 343 (1897).

³⁸³ L.A. SULLIVAN, *Handbook of the Law of Antitrust*, Minnesota, West Pub. Co., St. Paul, 1977, s. 166.

³⁸⁴ UNITED STATES V. JOINT TRAFFIC ASSOCIATION, 171 US 577(1898).

³⁸⁵ AKINCI, 2001, a.g.e., s. 215.

tekelleşme olarak kabul etmiştir. Bunun sonucu olarak Mahkeme, anılan şirketi, bu gün Exxon, Mobil, Chevron, Amoco ve BP America gibi şirketlerin de içinde bulunduğu 33 parçaya ayırmıştır.³⁸⁶ Bu davada Standart Oil tekelinin parçalanmasından daha da önemli olan, Hâkim White tarafından açıklanan çoğunluk görüşünü yansıtan Rule of Reason doktrinine ilişkin Yüksek Mahkemenin yaklaşımıdır.

Rule of Reason uygulamasında ortaya çıkan problem, firma yöneticilerinin karları artırmak için özel fiyatlandırma stratejilerini uygulamalarının Kanunu ihlal edici nitelikte olup olmadığını bilememeleridir. Bu nedenle Kongre 1914 yılında Clayton Yasası'nı çıkararak illegal eylemleri çok daha açık bir şekilde ortaya koymaya çalışmıştır.³⁸⁷

Hakim White, uygulamada kademeli bir araştırmayı önermektedir. Önce, doğal sonucu rekabeti kısıtlamak olan faaliyetler ya da anlaşmalar belirlenecek ve bunlar *per se* yargısal doktrinine tabi olacak yani doğası gereği rekabeti sınırlandırdığı için yasaklanacaktır. Bu durumda ortaya çıkaracakları etkilerin ayrıca incelenmesine gerek kalmaksızın bu uygulamalar kendiliğinden yasaklanacaklardır. İkinci aşamada ise, birincinin sonucuna göre, doğal sonucu rekabeti kısıtlamak olmayan anlaşmaların rekabete etkilerinin belirlenmesine çalışılacaktır.³⁸⁸ Yani makul veya haklı sebebin varlığı araştırılacaktır ki, buna Rule of Reason incelemesi denmektedir.

Avrupa Birliği bu doktrinlerin uygulanmasından çok daha sonra kurulduğundan, RA 81. maddesine bu doktrinler yansımıştır. Önce 81. maddenin 1. fıkrası ile bir yasaklama getirip, 81/3 madde ile belirli özellikler taşıyan anlaşmalara 81/1'deki yasakların uygulanmayacağı belirtilmiştir.³⁸⁹

³⁸⁶ BAYE, a.g.e., s. 483.

³⁸⁷ BAYE, a.g.e., s. 484.

³⁸⁸ AKINCI, 2001, a.g.e., s. 215.

³⁸⁹ ASLAN, 2001, a.g.e., s. 119.

2.2.4.1. *Rule of Reason* Yargısal Doktrini

Rekabeti sınırlandıran her sözleşme, işbirliği ve faaliyet, Sherman Yasası'nın 1. maddesi gereğince hukuka aykırıdır. Bu hükme göre, rekabeti sınırlayıcı kayıtlar içeren her düzenleme ve anlaşma, başka sebep aramaya gerek kalmaksızın, Antitröst Kanuna aykırı olacaktır. Fakat sözleşme veya mutabakatlarda yer alan rekabeti sınırlayıcı kayıtlar, haklı sebeplere dayanıyorsa, sözkonusu anlaşmalar Kanuna aykırı kabul edilmeyecektir.³⁹⁰

Beklenen sonucu rekabeti kısıtlamak olan ancak, rekabetin kısıtlanması ile beraber diğer olumlu ve olumsuz yönlerinin de araştırılarak değerlendirilmesi gereken anlaşma ve faaliyetler söz konusu olduğunda *rule of reason* uygulamasından söz edilir.

Topçuoğlu'nun "makul sebep" veya "haklı sebep" adıyla nitelediği bu doktrinin uygulamasında sorunlar ortaya çıkabilmektedir. *Rule of reason* uygulamasında ilk sorun Board of Trade davasında ortaya çıkmıştır. Board of Trade of Chicago kararı *rule of reason* yargısal doktrininin gelişmesinde önemli bir yere sahiptir. Bu davada Hakim Brandeis, ekonomik ağırlıklı bulguları bir kenara bırakarak *rule of reason* yargısal doktrinine daha kapsamlı bir içerik kazandırmaya ve bu doktrinin uygulanmasına esas teşkil edecek unsurları belirlemeğe çalışmıştır.³⁹¹ Yüksek Mahkemenin görüşünü açıklayan Hakim Brandeis şöyle demiştir:

"Bir düzenlemenin ya da sözleşmenin hukuka aykırılığı, rekabeti kısıtlayıp kısıtlamadığı kadar basit bir kritere bağlanamaz. Ticarete ilişkin her sözleşme, her ticari düzenleme bir tür kısıtlamadır. Dolayısıyla bağlayıcı olmak ve kısıtlamak bunların özünde vardır. Hukuka uygunluğun doğru ölçüsü, kısıtlamanın rekabeti düzenlediği hatta geliştirdiği mi, yoksa sadece bastırıp yok ettiği midir? Bu soruyu cevaplandırmak

³⁹⁰ TOPÇUOĞLU, a.g.e., s. 136.

³⁹¹ R. JOLIET, *The Rule of Reason in Antitrust Law, American, German and Common Market Laws in Comparative Perspective*, La Haye, 1967, s. 40.

için, piyasaya ilişkin bütün özellikler, kısıtlama öncesi ve sonrası ortaya çıkan koşullar ve kısıtlamanın türü ...(tarafların) amaçları ve elde edilmek istenen sonuç ile ilgili olgular dikkate alınmalıdır."³⁹²

Doğal sonucu rekabeti kısıtlamak olmakla birlikte, rekabetin kısıtlanması sonucunu ortaya çıkaran anlaşmaların değerlendirilmesinde, anlaşmanın olumlu ve olumsuz yanlarının birlikte araştırılarak, değerlendirilmesi ve bu faaliyete temel teşkil edecek kriterlerin belirlenmesi, *rule of reason* yargısal doktrinin uygulanmasında karşılaşılan en önemli sorundur. Baye *rule of reason* doktrinine göre ticareti kısıtlayan bütün anlaşmaların yasa dışı olmayacağını, sadece haklı sebebi olmayan (unreasonable) anlaşmaların illegal sayılabileceğini ifade etmektedir.³⁹³

Büyük depresyon döneminde karara bağlanan Appalachian Coal davasında da, Brandeis'in *rule of reason* yargısal doktrini uygulanmış, ülkenin genel durumu, ekonomide gözlenen gerileme ve kömür üreticilerinin sorunları dikkate alınarak davalıların faaliyetlerinin rekabet hukuku kurallarını ihlal etmediğine karar verilmiştir.³⁹⁴

2.2.4.2. *Per Se* Yargısal Doktrini

Per se doktrinini Topçuoğlu “doğası gereği hukuka aykırılık” olarak nitelendirmektedir.³⁹⁵

Rule of reason görüşüne paralel olarak *per se* yargısal doktrini gelişmiş ve rekabet hukuku uygulamasında vazgeçilmez bir araç niteliği kazanmıştır. Standart Oil of New Jersey davasında, yapısı, mahiyeti ve kaçınılmaz sonucu rekabeti kısıtlamak

³⁹² BOARD OF TRADE OF CITY OF CHICAGO V. UNITED STATES, 246 US 228, 38 S.Ct. 239 (1918). Bu karara ilişkin yorum ve açıklamalar AKINCI, 2001, *a.g.e.*, s. 217 'den alınmıştır.

³⁹³ BAYE, *a.g.e.*, s. 484.

³⁹⁴ APPALACHIAN COAL INC. V. UNITED STATES, 288 US 378, 53 S.Ct. 480 (1933)

³⁹⁵ TOPÇUOĞLU, *a.g.e.*, s. 139.

olan anlaşmaların, *per se* hukuka aykırı olduğu belirtilmiştir. Böylece, *rule of reason* ve *per se* yargısal doktrinleri, birbirlerini tamamlayan iki doktrin olarak gelişmeye başlamış ve rekabeti doğrudan kısıtlamak amacına yönelik anlaşmaların bizatihi hukuka aykırı kabul edilmesi, *per se* yargısal doktrini olarak hukuk literatürüne geçmiştir.³⁹⁶

ABD antitröst hukukuna göre rekabete etkileri sabit olan ya da herhangi bir olumlu yönü bulunmadığı kabul edilen işbirliği anlaşmaları veya uyumlu eylemlerin hangi amaçlarla yapıldıklarını araştırmak gereksizdir. İşte ABD antitröst hukukunda bu tip anlaşmaların otomatik olarak Sherman Kanunu birinci maddesini ihlal ettiği kabul edilir. Bu doğrultuda söz konusu anlaşmaların dayandığı gerekçeler veya ileri sürülen mazeretler ne olursa olsun mahkemelerce dikkate alınmayacaktır. Başlıca şu dört tip anlaşmanın edinilen tecrübeler sonucu, doğaları gereği rekabete zarar verdikleri kabul edilmektedir:

— Aynı ürün piyasasında yer alan, iki veya daha fazla sayıdaki teşebbüs arasında yapılan (yatay) fiyat tespit anlaşmaları,

— Bir üretim zincirinin farklı seviyelerinde yer alan teşebbüsler arasındaki (dikey) fiyat anlaşmaları,

— Aynı üretim seviyesindeki rakiplerin piyasayı aralarında coğrafi olarak paylaşmaları. Rakip işletmeler piyasayı bölgelere ayırarak birbirlerinin bölgelerine girmemek suretiyle aralarındaki rekabeti ortadan kaldırmış olduklarından, bu durum da *per se* rekabete aykırı kabul edilmektedir.

— Grup boykotu (toplu olarak alış veriş reddetme): Bir üreticinin veya toptancının bir satıcıya veya alıcı grubuna ürün satmayı reddetmesi çoğunlukla rekabet hukukuna aykırı kabul edilir. Fakat iki veya daha fazla satıcının aralarında anlaşarak muayyen bir alıcıya ya da alıcı grubuna mal veya hizmet satımını reddetmelerinde, rakip teşebbüsü piyasadandan silmeye yahut piyasaya potansiyel rakiplerin girmesini

³⁹⁶ AKINCI, 2001, a.g.e., s. 217.

önlemeye yönelik kasıtlı davranış, bariz olarak göze çarpar. Bu yüzden grup boykotu olarak değerlendirilebilecek işbirliği anlaşmaları ve uyumlu eylemler de *per se* rekabet düzenine aykırıdır.³⁹⁷

Socony-Vacuum kararında Mahkeme, fiyat tespit anlaşmalarını haklı göstermek amacıyla, yıkıcı rekabet veya rekabetin istenmeyen sonuçları, tarafların iyi niyeti, rekabetin kötü sonuçlara yol açtığı veya açmasının muhtemel olduğu savunmalarının, kanun koyucu tarafından kabul edilmediğini ifade etmiştir. Shearman Kanununa göre, bir malın fiyatını düşürmek, arttırmak, sabit tutmak amacına yönelik birleşme ve anlaşmalar *per se* hukuka aykırıdır.³⁹⁸

Ayrıca, tarafların piyasa etkinlikleri elde etmeyi hedefledikleri amacı gerçekleştirmek için yeterli olmasa da, fiyat tesbit anlaşmaları *per se* hukuka aykırıdır. Socony-Vacuum kararında, bunu açıkça belirten Yüksek Mahkemeye göre, "... Shearman Kanununun 1. maddesinin ihlali için, fiyat tesbit etmek gücünün ve amacının birlikte bulunması gerekli değildir."

Bundan çıkan sonuca göre taraflar, amaçlarını elde etmek için gerekli olan etkinlikten yoksun dahi olsalar, işbirliği ile fiyatı tesbit etmeleri kanunun 1. maddesinin ihlalidir. Rekabetin doğrudan kısıtlanması amaçlandığında ya da bu yönde bir etkinin tesbit edildiği durumlarda, hukuka aykırılığın belirlenmesi için diğer herhangi bir hususun kanıtlanması gerekmemektedir³⁹⁹. Hakim Stone'e göre fiyat tesbit anlaşması ile rekabetin ortadan kaldırılmasına ya da kısıtlanmasına çalışılmaktadır. Aynı iddia rekabeti doğrudan kısıtlamaya yönelik bütün anlaşmalar için de geçerlidir.⁴⁰⁰

³⁹⁷ TOPÇUOĞLU, a.g.e., s. 139-140.

³⁹⁸ UNITED STATES V. SOCONY-VACUUM OIL CO., 310 US 150, 221-223, 60 S.Ct. 811,843 (1940).

³⁹⁹ NEALE, GOYDER, a.g.e., s. 31-32.

⁴⁰⁰ AKINCI, 2001, a.g.e., s. 221.

2.2.5. Muafiyet

Kanun'un 5'inci maddesinde; belirli koşulların varlığı halinde tarafların talebi üzerine anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birliği kararlarına 4'üncü madde hükümlerinin Kurul kararı ile uygulanmayabileceği belirtilmiştir. Bunun için, tarafların rekabeti sınırlayıcı işlem hakkında Kurul'a başvurmak suretiyle bireysel muafiyet talep etmesi gerekmektedir. Bireysel muafiyetin ön koşulu olan bildirim, Kanun'un 12'nci maddesi çerçevesinde çıkarılan 1997/2 sayılı "Anlaşmaların, Uyumlu Eylem ve Kararların Kanun'un 10'uncu Maddesine Göre Bildiriminin Usul ve Esasları Hakkında Rekabet Kurulu Tebliği" ekindeki formun doldurulmasıyla yapılmaktadır. Kanun'un 10'uncu maddesi uyarınca; anlaşma, eylem ve kararların, oluşturulma tarihinden itibaren 30 gün içinde bildirilmesi gerekmektedir. Muafiyet kararları, en fazla 5 yıl için verilebilmekte ve Kanun'un 13'üncü maddesinde belirtilen durumlarda geri alınabilmektedir.

Bireysel muafiyet yalnızca 4'üncü maddeyi ihlal eder nitelikte olan işlemler için, bunların 5'inci maddedeki şartları taşıması koşuluyla söz konusu olabilmektedir. Başka bir deyişle, yalnızca rekabeti sınırlayabilecek nitelikteki anlaşma ve kararların bireysel muafiyet koşullarını taşıyıp taşımadığı Rekabet Kurulu tarafından incelenmektedir. Rekabeti sınırlayabilecek nitelikte olmayan işlemler için, bireysel muafiyet bildiriminde bulunulmasına gerek yoktur.⁴⁰¹

Muafiyet koşulları 5'inci maddede; üretim, dağıtım veya hizmetin sunulmasında yeni gelişme sağlanması, tüketicinin bundan faydalanması, ilgili piyasanın önemli bir kısmında rekabetin ortadan kalkmaması ve rekabetin sayılan amaçlara ulaşılması için zorunlu olandan fazla sınırlandırılmaması olarak belirlenmiştir. 5'inci maddenin üçüncü fıkrasında; bu koşulların gerçekleşmesi durumunda, belirli tür anlaşma ve kararlara grup olarak muafiyet tanınabileceği ifade edilmiştir. Buna

⁴⁰¹ MÜFTÜOĞLU, 2000b, a.g.m., s. 14.

dayanılarak; 1997/3 sayılı “Tek Elden Dağıtım Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği”, 1997/4 sayılı “Tek Elden Satın Alma Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği”, 1998/3 sayılı “Motorlu Taşıtlar Dağıtım ve Servis Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği” ve 1998/7 sayılı “Franchise Anlaşmalarına İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği” çıkarılmıştır.

2.2.6. Hakim Durumun Kötüye Kullanılması

RKHK 6’ncı maddesinde; bir veya birden fazla teşebbüsün hakim durumunu kötüye kullanması yasaklanmaktadır. Aynı maddede; hakim durumun kötüye kullanılması durumlarıyla ilgili olarak piyasaya başka bir teşebbüsün girişinin engellenmesi, piyasadaki teşebbüslerin faaliyetlerinin zorlaştırılması, eşit durumdaki alıcılara farklı koşullar uygulayarak ayrımcılık yapılması, bir mal veya hizmetin alımının diğer bir mal veya hizmetin alımına bağlanması, yeniden satış koşullarına sınırlama getirilmesi, bir piyasadaki hakim duruma dayanarak başka bir piyasadaki rekabet koşullarını bozmayı amaçlayan eylemlerde bulunulması ve tüketicinin zararına olacak şekilde pazarlamanın ya da teknik gelişmenin kısıtlanması örnekleri verilmiştir.⁴⁰²

RKHK 3. maddesinde bir hakim durum tanımı yapılmıştır, buna göre hakim durum “Belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücünü” ifade eder. Bu tanımda açıkça yer almamakla birlikte uygulamada, alıcıların satıcılardan bağımsız bir şekilde hareket edebilmesinin, alıcıların satıcılara karşı hakim durumuna işaret ettiği kabul edilmektedir. Piyasa payı, ürün çeşitliliği, piyasaya giriş engelleri, dikey bütünlük, ilgili ürünün ikame edilebilirliği ve diğer özellikleri gibi unsurlara bağlı olarak somutlaşan hakim durum, teşebbüsün piyasanın aynı seviyesinde etkinlik gösteren diğer

⁴⁰² MÜFTÜOĞLU, 2000b, a.g.m., s. 14.

teşebbüslerin rekabetçi baskısından ve alıcılarının pazarlık gücünden bağımsız karar alabilmesini sağlamaktadır.⁴⁰³

Bu tanım ABAD'ın tanımlamasını bir anlamda açmaktadır. ABAD'ın tanımlamasında yer alan “rekabeti önleme gücü” yerine burada “fiyat, arz ve üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü” denilmiştir. Yani rekabeti önlemede kullanılacak araçlar tek tek sayılmıştır. Ancak bu saymanın sınırlı olmadığı, başka araçlarda kullanılabileceği “gibi” sözcüğünden anlaşılmaktadır. Bu tanımlama ayrıca bir de eksiklik içermektedir. İşletmenin rakiplerinden ve müşterilerinden bağımsız olması vurgulanırken, kendisine mal verenlerden yani sağlayıcılardan (supplier) bağımsızlığı vurgulanmamıştır.

Her şeyden önce hakim durumu ortaya koymak kolay değildir. Ülkeler arasında hakim durum tespiti açısından farklılık olmasına rağmen genel olarak, ilgili piyasada belli bir piyasa payı aranmaktadır. Teşebbüsün hakim durumda olmayacağına dair, üst piyasa payı eşiği (örneğin % 30) tespitinin yanında, hakim durumda olabileceğinin göstergesi olan alt piyasa payı eşikleri (örneğin % 60-70) gösterilebilmektedir.

Hakim durumun tespit edilmesi zor olduğu gibi, hangi davranışların hakim durumun kötüye kullanılması olduğu da çoğu zaman net değildir. Bir teşebbüsün piyasadaki diğer teşebbüslerden, rakiplerinden, müşterilerinden ve kendisine mal temin eden diğer satıcılardan bağımsız hareket edebilmesini sağlayan ekonomik güç çeşitli şekillerde ortaya çıkabilir.⁴⁰⁴ Belli rekabet hukuku düzenlemelerinde yer alan, piyasaya girişleri engellemek, rakiplerin faaliyetlerini zorlaştırmak, ayrımcılık, yıkıcı fiyat, hammaddelerin veya dağıtım kanallarının öncelikli kullanımı ve rakibin girmemesi için tüketicilerin veya sağlayıcıların bağlanması gibi davranışlar kötüye kullanma hallerine örnek olarak verilmiştir. Bunlar ve diğer davranışların, rekabeti kısıtlamaktan ziyade,

⁴⁰³ MÜFTÜOĞLU, 2000b, a.g.m., s. 14.

⁴⁰⁴ ERDEM, a.g.e., s. 273.

rekabet avantajı sağlamak için yapılan firma stratejisi olabileceği göz önüne alındığında, her davanın kendi özelinde incelenmesi gerekmektedir. Bir teşebbüsün yüksek rekabet performansı neticesinde hakim duruma gelmesi ile, bu durumunu kötüye kullanması arasında ince bir çizgi vardır.⁴⁰⁵

2.2.6.1. Hakim Durumun Saptanmasında Kullanılan Kriterler

Hakim durumun saptanmasında rekabet hukukunda genel usul, öncelikle ilgili ürün pazarı ve ilgili coğrafi pazarın tanımlanması ve ilgili zaman diliminin de dikkate alınmasıdır. Hakim durumun tespiti konusunda yapısal, işlevsel ve ekonomik güce dayalı olmak üzere çeşitli değerlendirme kriterleri tartışılmaktadır. Başka bir ayrıma göre işletmenin piyasa payı, rakiplerinin sayısı ve rakiplerinin piyasa paylarını gösteren nicel kriterler ile nitel kriterlerin hakim durumun tespitinde kullanılmasıdır.⁴⁰⁶ Nicel tekniklerin kullanımı dördüncü bölümde ayrıntılı şekilde anlatılacaktır. Ancak burada sadece hakim duruma ilişkin olarak nicel ve nitel kriterlerden hukuksal boyutuyla kısaca bahsedilecektir.

2.2.6.1.1. Piyasa Payı

AB Komisyonu ve ABAD piyasa payı ölçütü açısından hem ilgili işletmenin piyasa payını hem de pazardaki diğer işletmelerin piyasa paylarını dikkate almaktadır.⁴⁰⁷ Daha genel bakılacak olursa bir işletmenin hâkim durumunun en önemli göstergelerinden birisi piyasada sahip olduğu paydır. İlgili işletmenin piyasa payının tespiti tek başına yeterli değildir. Rakiplerin piyasa payına da bakmak gerekir. Örneğin % 30 piyasa payına sahip bir işletme, rakiplerinin piyasa payının % 1-2 den fazla olmadığı bir piyasada hakim durumda kabul edilebilir. Oysa %25, % 10, % 20, % 5 ve

⁴⁰⁵ WORLD BANK/OECD, 1999, a.g.e., s. 6.

⁴⁰⁶ ÖZ, 2000, a.g.e., s.107.

⁴⁰⁷ ERDEM, a.g.e., s. 273.

diğerleri %10 piyasa payına sahip ise %30 piyasa payına sahip bir işletme hakim durumda olmayabilir.⁴⁰⁸

Bu nedenle hakim durum saptanmasıyla ilgili yargısal araştırmalar öncelikle piyasa payının saptanmasıyla başlar. Çünkü bir işletmenin istihdam sayısı, sermayesinin büyüklüğü, pazarlarının tüm dünyaya yayılmış olması ve üretim miktarı gibi büyüklük göstergeleri yeterli bilgi vermez. Esas olan onun rakiplerine göre, nispi büyüklüğüdür. Bu nedenle işletmenin ilgili olduğu piyasadaki payı kadar rakiplerin payları da önemlidir.

Bazı kanunlar ne kadar bir piyasa payının hakim durumun göstergesi sayılacağını kendileri tespit etmişlerdir. 1948 tarihli İngiliz tekeller ve sınırlayıcı uygulamalar kanunu 1/3'lük Piyasa payını yeterli bulurken Norveç'te fiyatların, karların ve rekabeti sınırlayıcı anlaşmaların denetimi hakkında 1953 tarihli kanun ¼ Piyasa payını yeterli görmüştür. Bazı yazarlar % 50 Piyasa payını yeterli görürken bazıları en büyük 4 firmanın piyasa payının % 80'ine sahip olması ve bu durumun 5 yıl sürmüş olmasını aramaktadırlar. Bazılarına göre ise bir işletme piyasanın tamamına sahip olsa bile potansiyel rekabet varsa, yani işletme sanki rekabet varmış gibi davranıyorsa hakim durum yoktur. Ancak şunu unutmamak gerekir ki, hakim durumla onun kötüye kullanılması farklı şeylerdir. Bir işletmenin sahip olduğu gücü kötüye kullanmayarak, sanki rekabet varmış gibi davranması hakim durumda olmadığı anlamına gelmez.⁴⁰⁹

2.2.6.1.2. Dikey Bütünlük

Dikey bütünleşme ve dağıtıcı sistemine sahip olma ölçütü, teşebbüsün piyasaya yayılabilme ve bu yolla ürününü kolayca taşıyabilme, depolama ve pazarlama yeteneğini ifade eder. Böyle bir işletme piyasadan bağımsız olarak karar alabilir.⁴¹⁰

⁴⁰⁸ İ.Y. ASLAN, D. ŞENYÜZ ve M. ERGÜN, *İşletme Hukuku*, Bursa, Ekin Kitabevi, 2002, s. 256.

⁴⁰⁹ ASLAN, ŞENYÜZ ve ERGÜN, *a.g.e.*, s. 257.

⁴¹⁰ Ü. TEKİNALP, (TEKİNALP/TEKİNALP), *a.g.e.*, s. 447.

Örneğin bir işletme üretimden dağıtıma kadar ürünün piyasaya ulaştırılmasındaki zincirde her halkayı kendisi oluşturacak şekilde bir bütünlük sağlamış ise bu, rakipler için önemli bir giriş engeli oluşturur. Giriş engeli kavramı ekonomik gücün saptanmasında temel bir rol oynamaktadır. Ekonomistlere göre genellikle bir piyasaya girişler kolaysa burada hakim durumun varlığı kabul edilmez. Giriş engelleri yüksek olan bir piyasadaki birkaç firma ise tekel karı elde edebilir (özellikle oligopol piyasalarında). Bir olayda piyasa payı hakim durumun tespitinde kesin ölçü olamayacak durumda ise bu durumda ek başka ölçütlere bakılır. Özellikle piyasada giriş engellerinin olup olmaması çok önemlidir. Giriş engelleri varsa piyasa payı ile birlikte hakim durumun göstergesi olabilir. Özellikle hakim durumun varlığını kabul etmekte piyasa payı yeterli görülmediği, piyasa payının çok yüksek olmadığı durumlarda giriş engelleri incelenir.⁴¹¹

2.2.6.1.3. Teknolojik Üstünlük

Piyasa önderi bir firmanın sahip olduğu yeni, üstün bir teknoloji rakiplerin bu piyasaya girmelerini önler ve giriş engeli oluşturur. Çünkü eş değerde bir teknolojiye sahip bulunabilmenin bedeli diğer firmalar açısından çok yüksek olabilir.⁴¹² Üstün teknolojiye sahip firma muhtemelen maliyet avantajlarına sahiptir ya da ölçek ekonomisi olanaklarından yararlanmaktadır. Özellikle oligopol piyasalarda bu durum fiili bir engeldir.⁴¹³

2.2.6.1.4. Kullanılmayan Kapasite

Bir işletmenin sahip olduğu kullanılmayan kapasitenin büyüklüğü, bu alana yapılacak yatırımları kazançsız hale getirebilir. Dolayısıyla işletmelerin bu alana yatırım

⁴¹¹ ASLAN, ŞENYÜZ ve ERGÜN, a.g.e., s. 257.

⁴¹² Ü. TEKİNALP, (TEKİNALP/TEKİNALP), a.g.e., s. 447.

⁴¹³ ASLAN, ŞENYÜZ ve ERGÜN, a.g.e., s. 257.

yapmalarını engeller. Yani piyasaya yeni girecek bir firma için mevcut firma veya firmaların kullanmadıkları kapasiteler caydırıcı bir etki yaratır.⁴¹⁴

2.2.6.1.5. Üründe Çeşitlilik

Fiyat ve kalite açısından farklı ürünlerin bulunduğu bir piyasada piyasa fiyatlarının saptanmasına ilişkin yöntem, hacimden çok değere dayandırılmaktadır.⁴¹⁵ İşletmenin ürettiği ürünlerin çok çeşitli olması ABAD tarafından diğer göstergelerle birlikte hâkim durum göstergesi olarak kabul edilmiştir.

2.2.6.1.6. İndirim Sistemi

İşletmenin uyguladığı indirim sistemi alıcıları ürüne bağlayabilir, özellikle çok çeşit üzerinden toplam indirim uygulanıyorsa, bu nedenle diğer unsurlarla birlikte hâkim durumun göstergesi olarak kabul edilebilir.⁴¹⁶

Lexecon birkaç davada, birleşen markalar arasındaki rekabetin yakınlığı ve piyasa tanımında bir netliği oluşturmakta, fiyat promosyonunun etkisini analiz etmiştir. Örneğin “bir alana bir tane de ücretsiz” promosyonu, ürün piyasası tanımında bir delil olarak kullanılabilir. Bu tür bir promosyon önemli bir fiyat indirimini gösterir ki bu indirim oranı % 50'dir. Bu durumda promosyona tabi ürünün satışı devam ettiği sürece, yakın ikame ürünlerin satışları üzerinde önemli derecede olumsuz bir etki yaratacağı beklenir.⁴¹⁷

⁴¹⁴ ASLAN, ŞENYÜZ ve ERGÜN, a.g.e., s. 258.

⁴¹⁵ ERDEM, a.g.e., s. 275.

⁴¹⁶ ASLAN, ŞENYÜZ ve ERGÜN, a.g.e., s. 258.

⁴¹⁷ LEXECON, 2003, a.g.e., s. 33.

2.2.6.1.7. Performans

Bazı hallerde, özellikle davranışın sadece hakim durumdaki bir firma tarafından yapılmasının mümkün olduğu durumlarda, işletmenin bu gibi davranışları hakim durumun göstergesi olarak kullanılabilir.⁴¹⁸

2.2.6.1.8. Ürüne Bağlılık

Müşterilerin belirli bir ürüne bağlı oldukları hallerde, bunlara devamlı olarak mal veren işletmelerden başka alternatifleri olmadığı hallerde, mal veren işletmenin hâkim durumda olduğu kabul edilebilir.⁴¹⁹ Piyasadaki mevcut teşebbüslerin uzun süreli reklâm kampanyaları ve yarattıkları marka bağımlılığı da yeni markaların piyasaya girmesi açısından caydırıcı olabilir.⁴²⁰

2.2.6.1.9. Hukukun Koruduğu Tekel Hakları

Bu kriter bir teşebbüsün, piyasada tanınan ve güvenilen markalara, ticaret unvanı ve adlarına, telif haklarına sahip bulunmasını ve fikri mülkiyetin sağladığı tekel haklarını hakimiyet aracı olarak kullanmasını ifade eder.⁴²¹

Patent, marka, lisans hakları gibi kanunlarla korunan haklar en açık giriş engelleridir. Bunların giriş engeli olması korundukları bölgede başka ikame malı olmamasına, yani markalar arası rekabetin olmamasına bağlıdır. ABAD bu gibi durumlarda ikame malının olup olmadığını, paralel ithalatın olup olmadığını incelemektedir. Eğer de facto tekel durumu varsa objektif kriterlere uygun, herkese (haklı sebepler yoksa) mal ve hizmet vermek zorunlu görülmektedir. Belirli bir patent,

⁴¹⁸ ASLAN, ŞENYÜZ ve ERGÜN, a.g.e., s. 258.

⁴¹⁹ ASLAN, ŞENYÜZ ve ERGÜN, a.g.e., s. 258.

⁴²⁰ ERDEM, a.g.e., s. 282.

⁴²¹ Ü. TEKİNALP, (TEKİNALP/TEKİNALP), a.g.e., s. 447.

know-how, endüstriyel tasarım, telif hakkı veya yayın hakları gibi bir hakka hukuken sahip olmak o firmanın hakim durumda olduğunu göstermeye yetmez, bu hukuki durumun ekonomik güç veya ilgili piyasada yüksek bir payla ve benzeri şekilde desteklenmesi gerekir.⁴²²

Hakim durumdaki teşebbüsler, gelişmekte olan ülkelerde, gelişmiş ülkelere nazaran rekabet sürecine daha fazla zarar vermektedir. Gelişmekte olan ülkelerde hakim durumdaki teşebbüsler genellikle devletin sanayi politikasının veya özel rant mekanizmasının bir sonucudur. Gelişmiş ülkelerde piyasa rekabet sürecinin bir sonucu olarak ortaya çıkan hakim durumdaki teşebbüslere bu yönüyle benzememektedirler. Bunun sonucu olarak, anılan teşebbüsler genel olarak verimsizdirler ve kendilerini daha verimli hale getirmek yerine, doğal olmayan giriş engelleri yaratarak veya devletin yarattığı engellerin korunmasını sağlamaya çalışarak rakiplerini dışarıda tutmaktadırlar.⁴²³

RKHK, 6'ncı maddesi ile, hakim durumda olmayı değil, hakim durumun kötüye kullanılmasını yasaklamakta ve bu durumdaki teşebbüslerin piyasadaki mevcut ve potansiyel rekabeti ortadan kaldırmasını önlenmeye çalışmaktadır. Hakim durumdaki teşebbüslerin ilgili piyasada güçlü konumda olması nedeniyle, bunların gerçekleştirdiği işlemler piyasadaki rekabet üzerinde ciddi sonuçlar doğurabilmektedir. Bu çerçevede, 6'ncı madde kapsamındaki eylemlere muafiyet tanınmamaktadır.

2.2.6.2. Birlikte Hakimlik veya Oligopol Piyasası

RKHK'nun 6. maddesi birden fazla işletmenin birlikte hakimliğinin⁴²⁴ kötüye kullanılmasını yasaklamaktadır. Roma Antlaşmasının 82. maddesi de birlikte hakimlik durumuna yer vermiştir. 4064/89 sayılı Tüzük uygulaması açısından birden

⁴²² ASLAN, ŞENYÜZ ve ERGÜN, a.g.e., s. 259; ERDEM, a.g.e., s. 281.

⁴²³ SINGLETON, a.g.m., s. 6.

⁴²⁴ "Birlikte hakimlik" konusu ile ilgili geniş bilgiler oligopol piyasa yapısı ile bağlantılı olarak üçüncü bölümde verilecektir.

fazla teşebbüsün hakim durumda olmasının Komisyon'un yaklaşımı bakımından önemli olmadığı, ancak piyasa yapısından kaynaklanan özellikler nedeniyle pazardaki etkin rekabetin engellenmesi olasılığında birden fazla teşebbüsün hakim durumda olmalarının önem kazandığı belirtilmektedir.⁴²⁵

Bu yaklaşım ile RKHK arasında önemli bir fark bulunmaktadır. Kanunda birlikte hakimliğin “başkaları ile yapılan anlaşmalar ile ya da birlikte davranışlarla” sağlanabileceği açıkça belirtilmiştir. Tasarının yazılış tarzından “birlikte davranış” veya “başkalarıyla yapılacak anlaşmaların” kötüye kullanmanın yolu olarak kabul edildiği gibi bir izlenim vardır. Gerçekten Kanun'da “... hakim durumun tek başına ya da başkaları ile yapacağı anlaşmalar ile ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanması hukuka aykırı ve yasaktır” denmektedir. Ancak birlikte davranış ve anlaşmaları birlikte hakimliğin unsurları olarak anlamak gerekir. Aksinin kabulü halinde hakim durumun birlikte davranış veya anlaşmalar dışındaki kötüye kullanmaları yasaklama dışında kalmış olacaktır ki böyle bir sonucun istenmiş olması mümkün değildir (Örneğin mal vermeyi kesme ne bir birlikte davranıştır ne de anlaşmadır). Burada gösterilmek istenen bazı birlikte hakimlik şekilleridir, ancak birlikte hakimlik şekilleri bunlarla sınırlı değildir.⁴²⁶

2.2.7. Birleşme ve Devralmalar

RKHK'un 7'nci maddesinin birinci fıkrası; “Bir veya birden fazla teşebbüsün hakim durum yaratmaya veya hakim durumlarını daha da güçlendirmeye yönelik olarak, ülkenin bütünü yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak şekilde birleşmeleri veya herhangi bir teşebbüsün ya da kişinin diğer bir teşebbüsün mal varlığını yahut ortaklık paylarının tümünü veya bir kısmını ya da kendisine yönetimde hak sahibi olma yetkisi veren araçları, miras yoluyla iktisap durumu hariç olmak üzere,

⁴²⁵ ERDEM, a.g.e., s. 284.

⁴²⁶ ASLAN, ŞENYÜZ ve ERGÜN, a.g.e., s. 261.

devralması hukuka aykırı ve yasaktır” şeklindedir. Aynı maddenin ikinci fıkrasının verdiği yetkiye dayanarak, hangi tür birleşme ve devralmaların hukuki geçerlilik kazanması için Rekabet Kurulu’na bildirilmesi gerektiği, 1997/1 sayılı Tebliğ ile belirlenmiştir. Buna göre; bir birleşme, devralma veya ortak girişimin rekabet hukuku kapsamında değerlendirilebilmesi için öncelikle, söz konusu işlemin bağımsız teşebbüsler arasında gerçekleşmesi ve işlemin sonucunda kontrolün bir teşebbüsten başka bir teşebbüse geçiyor olması gerekmektedir. Bu çerçevedeki birleşme, devralma veya ortak girişim işlemine izin alınması için ayrıca, taraf teşebbüslerin ilgili ürün piyasasındaki toplam piyasa paylarının %25’i veya toplam cirolarının 25 trilyon TL.’yi (1998/2 sayılı Tebliğ ile değişik) aşması gerekmektedir.⁴²⁷

Hakim durum yaratmaya veya var olan bir hakim durumu güçlendirmeye yönelik birleşme ve devralmalar, aynı zamanda piyasadaki rekabeti önemli ölçüde sınırlaması durumunda yasaklanmaktadır. Bu çerçevede, hakim durumdaki bir teşebbüsün gerçekleştirdiği birleşme ya da devralma işleminde de, ilgili piyasadaki rekabetin önemli ölçüde sınırlanıp sınırlanmadığı incelenmektedir.⁴²⁸

Birleşme ve devralmaların değerlendirilmesinde, 6’ncı maddeye ilişkin incelemelerde olduğu gibi, ilgili piyasanın tanımlanması oldukça önemlidir. İşlem sonucunda hangi mal veya hizmet piyasasında ve hangi coğrafi alanda rekabetin etkileneceğinin öngörülmesi, ilgili piyasanın doğru bir şekilde belirlenmesine bağlıdır. İlgili piyasanın nasıl tanımlanması gerektiği, 1997/1 sayılı Tebliğ’in 4’üncü maddesinin son iki fıkrasında ortaya konulmuştur.

Bildirime konu olan işlemin sonucunda piyasada rekabetin önemli ölçüde azalması yönünde şüphelerin bulunması durumunda, Rekabet Kurulu işlemin nihai incelemeye alınmasına karar verebilmektedir. Nihai inceleme yapılmasına gerek

⁴²⁷ MÜFTÜOĞLU, 2000b, a.g.m., s. 15

⁴²⁸ a.g.m., s. 15.

görüldüğü durumlarda işlem, nihai karara kadar geçerli ve uygulanabilir değildir, diğer bir deyişle askıdadır.

Yatay birleşmeler durumunda rekabet otoriteleri özellikle iki muhtemel amaçla ilgilenmektedir: Piyasa gücünün artması veya iktisadi etkinlik ya da her ikisi de. Bu iki amacın irdelenmesi zor bir görevdir. Fakat bu noktada, kartel oluşumuna karşı çıkan rekabet mevzuatının, bazı durumlarda birleşme veya devralma yoluyla kartel oluşumunun içselleştirilebileceğinden dolayı, bu oluşumların kontrolünü de kendi bünyesinde bulundurma gerekliliği belirtilmelidir.

Yatay birleşmelerden meydana gelebilecek piyasa gücünün kontrol edilmesi konusunda iki görüş vardır: *Yapısal görüş ve maliyet-kâr görüşü*. Piyasa yapısı ve ticari davranış arasında çok net ayrımlar yapılamasa da, yapısal görüş, birleşme sonrası yoğunlaşmanın artması neticesinde rekabetin kısıtlanıp kısıtlanmayacağına dair bir test üzerinde durur. Bu görüş, büyük firmalar tarafından rekabeti engelleyici davranışların, belli piyasa payı veya eşiklerin üzerindeki birleşmeleri engelleyerek yoğunlaşmayan piyasa yapısı sağlamakla mümkün olacağını iddia etmektedir.

Maliyet-kâr görüşü ise, büyük firmalar arasındaki birleşmelere karşı bir duruş geliştirmeyerek temel olarak tarafsızdır. Birleşme sonrası muhtemel piyasa gücü olay bazında incelenir ve birleşme neticesinde ortaya çıkabilecek etkinlik ve diğer faydalar göz önüne alınır. Tabii bu, bu görüşün, yapısal görüşün iddialarına ilgisiz olduğu anlamına gelmez. Ancak, yoğunlaşma veya piyasa payı bilgisi, giriş engelleri, dış rekabet gibi diğer bilgilerle değerlendirilerek, birleşme sonrası firmaların piyasa fiyatları, üretimi veya diğer faktörleri kontrol edip, rekabeti kısıtlayabileceği veya engelleyebileceği sonucuna varılmalıdır. Diğer bir deyişle, bu görüş, birleşen firmaların birleşme sonrasında piyasa hakimiyetinden daha çok, muhtemel piyasa davranışlarına yoğunlaşır.⁴²⁹

⁴²⁹ WORLD BANK/OECD, 1999, a.g.e., s. 7.

2.2.8. Menfi Tespit

Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 8'inci maddesine göre; ilgili teşebbüs veya teşebbüs birliklerinin başvurusu üzerine Kurul bir anlaşmanın, kararın, eylemin veya birleşme ve devralmanın 4, 6 ve 7'nci maddelere aykırı olmadığını gösteren bir menfi tespit belgesi verebilir. Kurul, Kanun'un 13'üncü maddesinde belirtilen koşulların gerçekleşmesi durumunda, menfi tespit kararından geri dönebilmektedir. Menfi tespit belgesi, teşebbüslerin gerçekleştirdiği işlemlerin Kanun karşısındaki belirsizliğini ortadan kaldırması nedeniyle önem taşımaktadır. Menfi tespit başvurularının nasıl yapılacağı, 1997/2 sayılı "Anlaşmaların, Uyumlu Eylemler ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Kanun'un 10'uncu Maddesine Göre Bildiriminin Usul ve Esasları Hakkında Rekabet Kurulu Tebliği"nde düzenlenmiştir.⁴³⁰

⁴³⁰ MÜFTÜOĞLU, 2000b, a.g.m., s. 16.



ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

PİYASA YAPILARININ EKONOMİK ANALİZİ VE OLİGOPOLDE REKABET SORUNLARI

3.1. REKABET HUKUKU, EKONOMİ BİLİMİ VE PİYASALAR

Teşebbüs özgürlüğünün “Magna Carta’sı” olarak kabul edilebilecek olan Rekabet Hukuku, teşebbüslerin piyasadaki faaliyetlerini ‘oyunun kuralına göre’ gerçekleştirmelerini sağlamayı hedeflemektedir. Oyunun kuralları, genel anlamda iktisat bilimi tarafından belirlenmekte, hukuk bilimiyle de çatısı oluşturularak hayata geçirilmektedir. Dolayısıyla, ekonomide rekabetçi bir yapının oluşturulması, hukuk ve iktisat bilimlerine dayalı politikaların uygulanmasına bağlıdır.⁴³¹

Rekabet hukuku, öncelikle teşebbüslerin piyasadaki faaliyetlerinin tüketiciler üzerindeki olumlu veya olumsuz etkileri ile ilgilidir.⁴³² Rekabet hukukunun amacı, rekabetten beklenen ekonomik yararı gerçekleştirmektir ki, sonuçta tüketicilerin ihtiyaçları en az kaynak kullanımı ile gerçekleştirilsin. Bu, ekonomi bilimi sözcükleri ile şu şekilde ifade edilebilir: rekabet, kaynak kullanımında ve tüketiminde verimliliği sağlayıp teknolojik gelişmeleri teşvik ederek tüketicilerin refahını maksimize eder.⁴³³ Rekabet hukuku ile ekonomi bilimi arasındaki bağlantıyı, 1930’lu yıllarda ortaya çıkan rekabet iktisadı sağlamaktadır.

Özellikle 1960’ların başlarında ABD’de önde gelen bazı iktisatçıların mevcut antitröst politikaları iktisadi analizlerden yoksun oldukları gerekçesiyle eleştirmeleriyle ortaya çıkmıştır. Mevcut antitröst politikası (rekabet hukuku düzenlemeleri de denebilir) entellektüel zayıflık temelinde eleştirilmiş ve kamuoyunda güçlü ekonomik teorilerle birleştirilmiş kamu politikasına ihtiyaç olduğu kanısı güçlenmiştir. Hukuk ve iktisat (Law&Economics) hareketi bu sebeple 1960 ve 1970’lerde güçlü bir ivme kazanarak, ekonomik teorinin rekabet hukuku kararlarında

⁴³¹ SENYÜCEL, a.g.e., s. 1.

⁴³² R.H. BORK, *Antitrust Paradox, A Policy at War with Itself*, New York, Basic Books Inc Publisher, 1978, s. 90.

⁴³³ K. KAYSEN ve D.F. TURNER, *Antitrust Policy, An Economic and Legal Analysis*, Cambridge, Harvard University Press, 1959, s. 13.

daha fazla yer edinmesini sağlamıştır.⁴³⁴ Bu dönemin önde gelen isimlerinden Robert Bork, artık antitröst alanında bir 'klasik' sayılan 'The Antitrust Paradox: A Policy at War Itself' isimli kitabında, antitröst hukukunun geçmiş uygulamalarında bazen ekonomik etkinliği destekleyen, bazen de karşısında olan yapısını sorgulamıştır.⁴³⁵

Rekabet serbest piyasa ekonomisi sisteminin temeli olduğundan ve teşebbüslerin faaliyetlerinin tüketiciler üzerindeki etkilerinin belirlenmesinde ekonomik verilerin önemi sebebi ile rekabet hukuku ile ekonomi bilimi arasında sıkı bir ilişki vardır. Piyasadaki teşebbüslerin davranışlarının değerlendirilmesinde olduğu gibi rekabet hukuku ile elde edilmek istenen amaca ulaşılabilmesi bazı temel ekonomi teorilerinin gözden geçirilmesini gerektirir.⁴³⁶ Ekonomik analiz işte bu noktada önem taşımaktadır. Rekabet hukukunda ekonomik analiz, belirli bir ekonomik faaliyetin (firmaların birleşmesi, bölünmesi, fiyat anlaşmaları gibi) refah ve etkinliğin artırılması veya azaltılmasına yol açıp açmadığını araştıran analizdir.⁴³⁷

Belirli bir piyasada faaliyet gösteren firmaların rekabeti kısıtlayıp kısıtlamadıkları ya da belirli bir malın fiyatının bir anlaşma ya da uyumlu eylem sonucu mu ortaya çıktığı, bu anlaşma, karar veya uyumlu eylem olmasa idi, yani sözkonusu piyasada firmalar bağımsız davranmış olsalardı, ilgili fiyatın nasıl oluşacağını ekonomik anlamda tespiti gerekir. Bu nedenle dikkate alınması gereken temel konu, tekelleşme, oligopol ve tekelleşen rekabet piyasalarında işletmelerin ve işletme birliklerinin nasıl davrandıkları ve piyasadaki fiyatın oluşmasında etkili olan koşulların ve davranışların belirlenmesidir.

Noe-klasik ekonomik teoriye göre, tüketici refahı, ancak bir piyasa tam rekabetçi olduğunda maksimize edilebilir.⁴³⁸ Birinci bölümde ifade edildiği gibi, daha

⁴³⁴ J.S. THOMPSON, "Empirical Methods in Antitrust Economics: A Survey and New Techniques" (Yayınlanmamış Doktora Tezi), Auburn University, 1998, s. 2.

⁴³⁵ SENYÜCEL, a.g.e., s. 3.

⁴³⁶ POSNER, 1976, a.g.e., s. 4; AKINCI, a.g.e., s. 21.

⁴³⁷ V. VEROUDEN, "Vertical Agreements and Article 81 EC: The Evolving Role of Economic Analysis", *Antitrust Law Journal*, Volume 71, 2003, s. 526.

⁴³⁸ P. ASCH, *Industrial Organization and Antitrust Policy*, New York, Wiley, 1983, Ch.1, s. 12.

1776'da Adam Smith "Milletlerin Zenginliği" isimli eserinde, sosyal anlamda arzu edilebilir sonuçların yaratılabilmesi için O'nun "görünmez el" olarak ifade ettiği özgürlük, kişisel çıkar, üretim ve mübadelede yarışma hakkını ifade eden rekabetçi güçlere değinmiştir. Smith'in "görünmez el" kavramının modern bir versiyonu olarak görülebilecek olan "tam rekabet" kavramı ise, 1890'da "Ekonominin Prensipleri" isimli eserinde Marshall tarafından ortaya atılmıştır.⁴³⁹

3.1.1. Tam Rekabet Paradigması

Tam rekabetçi bir piyasada – alıcı ve satıcıların çok sayıda olduğu (atomizite), malların homojen olduğu ve her bir alıcı ve satıcının bu homojen malların görece çok az bir miktarını alıp satabildiği (homojenite), pazara giriş ve çıkışların serbest olduğu (mobilite), pazar ve ürünler hakkında herkesin tam bir bilgi sahibi olduğu (kristalite) piyasa – hiçbir rakip herhangi bir pazar gücüne sahip değildir ve fiyatlar marjinal maliyete eşittir.⁴⁴⁰ Tam rekabetçi olan bir piyasanın temel yansıması, hem üretim etkinliğinin hem de dağıtım etkinliğinin maksimum düzeyde oluşudur.⁴⁴¹ Sonuç, her şeyi bilen bir regülatör tarafından dahi geliştirilemeyecek olan tüketici ve üretici refahının maksimize edilmesidir. Şayet varsayımlar doğru tertip edilirse rekabet, kendi kendini düzenler. Ayrıca ekonomistler tam rekabetin, rakiplerin tüketiciler için yeni ve daha iyi ürünler üretmek için çabalaması anlamındaki tahrik edici innovasyon sayesinde dinamik etkinliği artıracakını iddia etmektedirler.

Tam rekabet piyasasında mal homojendir ve çok sayıdaki alıcılar ve satıcılardan her biri, fiyat ve arz miktarı üzerinde tam bilgiye sahiptir, ancak hiçbiri kendi başına piyasa koşullarını değiştirecek bir piyasa gücüne sahip değildir. Piyasaya giriş ve çıkışlar serbesttir ve üretim faktörlerinde tam akıcılık vardır. Bu şartların gerçekleştiği bir piyasada fiyat, mal ve hizmetlere ilişkin arz ve talebe göre belirlenir.

⁴³⁹ S. STROUX, "Economics of Oligopoly: An Introduction for Lawyers", *EUI Working Paper Law*, Florence, European University Institute, No. 2002/6, s. 3.

⁴⁴⁰ Bu model girdi fiyatları ve teknoloji düzeyi gibi harici faktörleri sabit varsayar.

⁴⁴¹ Üretim etkinliği (productive efficiency), bir malın mümkün olan en düşük maliyetle üretilmesini veya veri mal miktarının minimum ortalama toplam maliyetle üretilmesini ifade eder. Yüksek marjinal maliyetlere sahip firmalar, etkin olmayan firmalardır ve pazar dışına çıkmaya zorlanırlar.

Alıcılar, diledikleri kadar malı piyasa fiyatı ile bulabilmekte, herhangi bir satıcının, fiyatı yükseltmesi karşısında, aynı malı daha düşük fiyattan, başka bir satıcıdan satın alabilmektedirler.

Marjinal gelir fiyata eşit olduğundan, her bir firma ne miktarda mal üreteceğini, marjinal giderinin fiyata eşit olduğu miktara göre belirler. Firmaların, üretim miktarını, marjinal gider ve fiyata göre tesbit etmesi, toplam endüstri arzına göre çok küçüktür. Eğer piyasadaki kârlılık diğer piyasalardan yüksek ise, bu diğer firmaların bu piyasaya girmesine ve fiyatın aşağıya düşmesine yol açar. Firmaların kârlarını maksimize etmeleri, marjinal giderlerinin piyasa ortalama giderinin altında gerçekleşmesinin sonucu olarak arz miktarını artırabilmelerine bağlıdır.⁴⁴²

Yukarıda tam rekabet piyasasına ilişkin olarak kabul edilen varsayımlardan söz etmiştik. Başka bir anlatımla bu varsayımları aşağıdaki şekilde sınıflandırabiliriz:⁴⁴³

Her biri aynı homojen ürünü üreten çok sayıda firma vardır. Her firma kârını maksimize etmeye çalışır. Her firma fiyat alıcısıdır (çünkü piyasadaki fiyat veri fiyatıdır) ve davranışlarının piyasa fiyatı üzerinde etkisi yoktur. Fiyatların ve fiyata ilişkin bilgilerin piyasada herkes tarafından bilindiği kabul edilir. İşlem maliyeti sıfırdır. Alıcı ve satıcılar alış-verişlerinde hiç bir ek maliyete katlanmazlar.

Yukarıda ifade edildiği gibi teorik olarak tam rekabet piyasasında bir firma, fiyatını marjinal maliyete eşit olacak şekilde belirler. Fiyat marjinal maliyetten farklılaştığı durumda, daha doğrusu fiyat marjinal maliyetin üzerine çıktığında en azından teorik olarak, piyasa gücünden söz edilebilecektir. Tam rekabet piyasasında firmalar, toplam arz miktarına göre çok az üretim yaptıklarından, piyasa fiyatını etkileyemez ve fiyatı piyasadan veri olarak alırlar.

⁴⁴² AKINCI, a.g.e., s. 23.

⁴⁴³ W. NICHOLSON, *Microeconomic Theory, Basic Principles and Extensions*, Sixth Edition, Florida, The Dryden Press, 1995, s. 447.

Şekil – 3.1(a)'da tam rekabet piyasasında bir firmanın karşılaştığı talep eğrisi verilmiştir.

Şekil – 3.1(a)'dan görüleceği gibi, eğer firma fiyatını yükseltmek isterse, hiç satış yapamayacaktır. Çünkü firma fiyatlarını arttırdığında, müşteriler P_0 fiyatından satış yapan diğer firmalara yönelecektir. Piyasadaki bütün firmalar açısından bu durum geçerlidir. Dolayısıyla hiçbir firmanın fiyatları etkileme gücü yoktur. Buradan basitçe iki sonuç çıkarabiliriz: Tam rekabet piyasasında hiç bir firmanın piyasa gücü yoktur. Eğer firmalar fiyatlarını marjinal maliyetlerinden farklılaştırabiliyorsa, artık tam rekabet piyasasından söz edemeyiz.

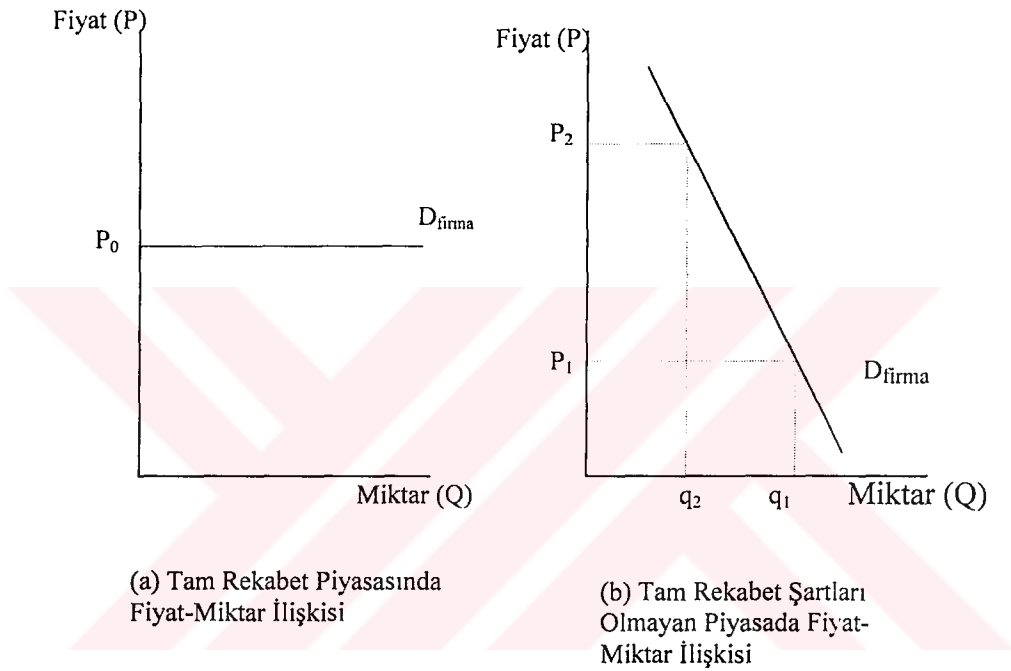
Ancak firmaların faaliyette bulunduğu gerçek dünya ile soyut tam rekabet piyasası arasında önemli farklar bulunmaktadır. Her şeyden önce üretimin sınırlandırılıp fiyatın arttırılabilmesi tam rekabet şartlarından uzaklaşmayı gerektirir.

Şekil – 3.1(b) bu durumu göstermektedir.

Şekil – 3.1(b)'den kolayca görülebileceği gibi bir firmanın üretimini azaltarak fiyatını arttırabilmesi, firmanın ya da ortak hareket eden firmaların aşağı eğimli talep eğrisine sahip olmalarını gerektirir. Firmanın üretimi azaltıp fiyatını yükselttiği piyasa tekele yakın bir piyasa ise bu durumda talep elastikiyeti düşük olacağından talep eğrisinin eğimi de az olacak, yani nispeten dik bir talep eğrisi ile karşılaşılacaktır.

Bir firma herhangi bir zamanda fiyatını arttırmak isteyebilir. Ancak fiyatını arttırması, o firmanın piyasa gücüne sahip olması anlamına gelmeyebilir. Yukarıda bahsedildiği üzere fiyat artışı talepte azalmaya neden olmaktadır. Fiyat artışına karşılık talepteki düşme kârlılığı azaltıyorsa, o firmanın piyasa gücüne sahip olmadığını varsayabiliriz.⁴⁴⁴ Böyle bir durumda firma karının azalması nedeniyle zaten fiyatını artırma yoluna gidemeyecektir.

⁴⁴⁴ A.İ. ÇAĞLAYAN, *Rekabet Hukukunda Pazar Gücünün Önemi ve Ölçülmesi*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2003, s. 5-6.



Sekil – 3.1: Tam Rekabet ve Aksak Rekabet Piyasalarında Fiyat-Miktar İlişkisi

Kaynak: Çağlayan, Rekabet Hukukunda Pazar Gücünün Önemi ve Ölçülmesi, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2003, s. 5.

3.1.2. Monopolün Paradigması

Diğer bir uç piyasa modeli ise monopolistik piyasadır. Monopolist maksimum piyasa gücü ve üretim düzeyi ile fiyatlar üzerinde tam bir kontrole sahiptir. Bir monopolist karını maksimize ettiği düzeyde üretimini ayarlar.⁴⁴⁵ Bu düzey onun

⁴⁴⁵ STROUX, a.g.m., s. 3.

marjinal maliyetine eşit olacak ekstra bir ürün satışından elde edeceği marjinal gelir düzeyidir. Bu durum da, fiyatın rekabetçi düzeyin üzerine yükselmesine ve çıktının azaltılmasına yol açar.

Monopol piyasanın bir etkisi dağıtım etkinsizliğine neden olmasıdır. Üreticilerin ve tüketicilerin kaynaklarını çok daha etkin kullanmaları mümkün olduğu halde, monopol, üretici ve tüketicilerin refah kaybına yol açar. Rekabetçi fiyattan ürün satın alacak olan tüketicinin değer kaybı, monopol fiyatı sayesinde düşük ikame mallara döndürülmesi ile ortaya çıkar ki buna ekonomistler toplumsal kayıp (deadweight loss) demektedirler. Üretici ve tüketicinin refah kaybı toplumun refah kaybı ile birlikte oluşur. Posner, monopol nedeni ile ortaya çıkan refah kaybının tüketici ve üreticinin refah kayıplarından daha büyük olduğunu ortaya koymuştur. Çünkü monopol pozisyonunu elde etmek için rant kollama (rent seeking) faaliyetleri sonucu ortaya çıkan bir maliyet vardır.⁴⁴⁶

Üretim etkinliğine gelince; rekabet baskısının olmayışı, rahat bir hayat isteği ile etkinsizlik ve tembelliğe neden olabilir ki, X-etkinsizliği⁴⁴⁷ veya yönetim etkinsizliği olarak bilinen bu durum, daha ileri refah kaybına yol açar.

Başka bir tartışma, uzun dönemde tam rekabetin tüketici refahını maksimize edip etmeyeceği konusudur. Çeşitli ekonomistler etkinliğin bir diğer tipi olan dinamik etkinliği tartışmışlardır. Dinamik etkinlik inovasyon ve araştırma-geliştirme (AR-GE) faaliyetlerini kapsar ki bu uzun dönemde muhtemelen daha düşük fiyatlara ve daha iyi ürünlerin üretilmesine, dolayısıyla tüketici refahının artmasına yol açar. Örneğin Schumpeter, kısa dönem monopollerin dış kaynaklara daha kolay erişme imkanına sahip oldukları için dinamik etkinlik açısından en iyi piyasa olduklarını iddia etmiştir.⁴⁴⁸ Bazı

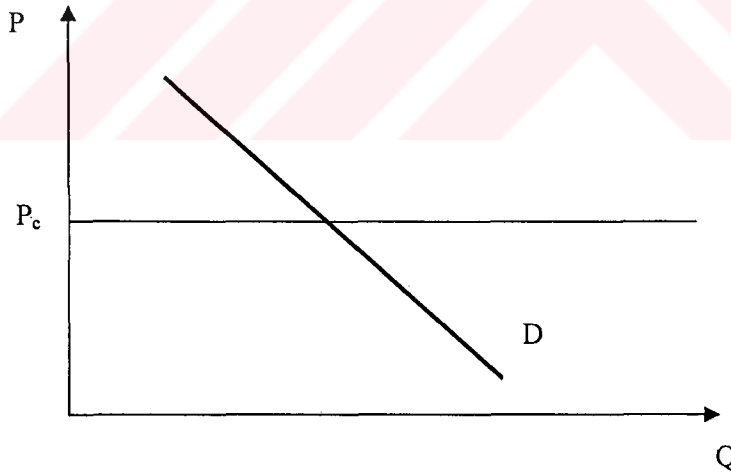
⁴⁴⁶ R. POSNER, "The Social Costs of Monopoly and Regulation", *Journal of Political Economy*, No: 83, 1975, s. 807.

⁴⁴⁷ H. LIEBENSTEIN, "Allocative Efficiency vs. X-Efficiency", *American Economic Review*, No: 56, 1966, s. 392.'de ilk defa bu kavram Liebenstein tarafından kullanılmıştır.

⁴⁴⁸ F. M. SCHERER and D. ROSS, *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Third Edition, Boston, Houghton Mifflin Company, 1990, Ch. 17. s. 155-156.

yazarlar ise yenilik (innovasyon) açısından oligopolistik piyasa yapısının daha verimli olduğunu iddia ederler.⁴⁴⁹

Tekel piyasasında tek bir firmanın faaliyet göstermesi sebebi ile, piyasadaki mal miktarını belirlemede tekelci firma tek başına hareket eder. Tekelci firma fiyatı tespit ederse, arzını o fiyattaki talebe bağlı olarak oluşturacaktır, yani başka bir ifade ile tekelci firma belirlediği fiyattan dilediği miktarda mal satamaz. Fiyat ve arz miktarının tespitinde talep gene de belirleyici unsurdur. Ancak, tekilci firma da kârını maksimize etmek için üretim miktarını ayarlamak zorundadır. Kârın maksimize olduğu üretim miktarı, marjinal maliyet ile marjinal gelirin eşit olduğu noktadadır. Fakat tekelci firmanın talep eğrisi, tam rekabet piyasasındaki firmanın talep eğrisi gibi yatay eksene paralel değil, sol yukardan başlayarak sağ aşağı doğru ilerleyen lineer bir doğrudur. Dolayısı ile, tekelci firmanın marjinal geliri, tam rekabet piyasasında faaliyet gösteren firmanın marjinal gelirine eşit değildir.

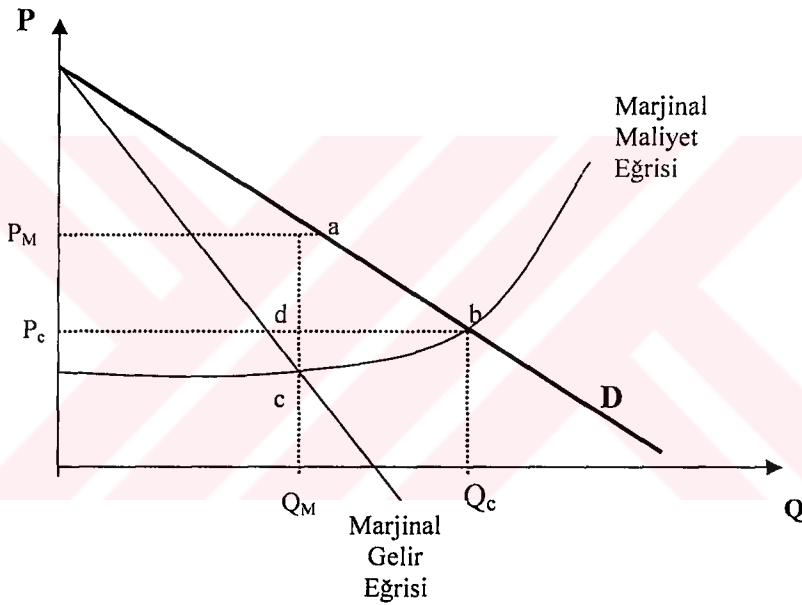


Sekil-3.2: Monopol Piyasasında Firmanın Talep Eğrisi

Tekelci firma, marjinal giderin, marjinal gelire eşit olduğu miktardan fazla ürettiği her bir birim maldan zarar eder. Bu da onu, üretim miktarını piyasadan bağımsız

⁴⁴⁹ P. AREEDA, J. SOLOW, H. HOVENKAMP, *Antitrust Law*, Volume IIA, Boston, Little Brown, 1995, s. 34.

olarak belirlemeye iter. Ancak tekелci firma fiyatını mümkün olduğunca marjinal maliyetin üzerinde belirlemeye çalışır. Bu noktada tekелci firmayı sınırlayan tek şey, fiyatını çok yükselttiğinde piyasa talebinde toplam karı düşürecek bir miktar azalmasının ortaya çıkma olasılığıdır.



Şekil-3.3: Monopolde Fiyat ve Miktar İlişkisi

Kaynak: Bishop ve Walker, *Economics of E.C. Competition Law: Concepts, Application and Measurement*, London, Sweet & Maxwell, 1999, s. 20.

Şekil-3.3'te görüldüğü gibi monopolcü fiyatını (P_M), tam rekabet fiyatının (P_c) üzerinde belirlemektedir. Tam rekabette marjinal maliyet eğrisi ile talep eğrisinin kesiştiği ve dolayısıyla fiyatın (P_c) marjinal maliyete eşit olduğu görülmektedir.

Marjinal gelir eğrisi, monopolcünün ilave bir birim daha ürün sattığında elde edeceği ekstra gelir miktarını göstermektedir. Ancak monopolcü satışlarını bir birim daha artırmak istediğinde bundan ilave bir gelir elde etmesine karşın, talep eğrisi

aşağıya kayacağından, ek satışta daha düşük bir fiyata razı olmak zorunda kalacaktır. Bu yüzden monopolcü, marjinal gelirin marjinal maliyete eşit olduğu noktaya kadar ancak satışlarını genişletebilecektir.

Şekil-3.3'te görüldüğü gibi, monopolcü Q_M birim miktarı, P_M fiyatından satacaktır. Bu ise tam rekabetteki satış miktarından daha az, ancak fiyat olarak daha yüksektir. Buna göre bir monopolcünün üretim miktarı ve fiyata ilişkin kararlarının, tüketici refahının maksimize edilmesinde başarısız olacağı açıktır. Şekilde *abcd* bölgesi, monopolden kaynaklanan toplumsal refah kaybını göstermektedir.

Önceki bölümlerde belirtildiği gibi toplam sosyal refah, tüketici artığı ile üretici artığından oluşmaktadır. Şekil-3.3'e göre tüketici artığı, talep eğrisinin altı ve fiyatın (P_c) üstündeki *abd* bölgesidir. Üretici artığı ise *bcd* alanıdır. Monopol piyasasında bu iki alanın toplamı olan *abcd* bölgesi toplumsal refah kaybını ifade etmektedir. Ancak Komisyon'un monopolün değerlendirilmesine ilişkin genel yaklaşımı tüketici artığı üzerinde odaklanmaktadır.⁴⁵⁰

3.1.3. Oligopol Piyasası ve Oligopol Teorileri

Bir endüstri, toplam üretimin önemli bir payının görece birkaç büyük firmanın elinde bulunduğu ve bu firmalardan herhangi birinin yapacağı bir üretim değişikliğinin piyasa fiyatını fark edilebilir şekilde etkilediği durumda oligopoldür.⁴⁵¹ Oligopol kavramını 1516'da ilk defa Sir Thomas Moore "Ütopya" adlı eserinde kullanmıştır. Bu eserinde Moore, arz edenlerin sayısının birden fazla olması durumunda fiyatların rekabetçi düzeye inmek ihtiyacında olmayacağını belirtmiştir.⁴⁵²

Piyasa gücü, bir firmanın veya firmalar grubunun üretimi kısmak suretiyle fiyatları arttırmaları ve rekabet koşulları altında egemen olan düzeyin üstündeki

⁴⁵⁰ S. BISHOP, M. WOLKER, *Economics of E.C. Competition Law: Concepts, Application and Measurement*, London, Sweet & Maxwell, 1999, s. 21.

⁴⁵¹ L.A. SULLIVAN, *Handbook of the Law of Antitrust*, West Pub. Co., St. Paul, Minnesota, 1977, s. 331.

⁴⁵² J. SCHUMPETER, *History of Economic Analysis*, New York, Oxford University Press, 1954.

zamanın önemli bir periyodunda bu durumu sürdürmeleri, dolayısıyla bu durumdan karlarını artırarak yararlanmaları kabiliyeti olarak tanımlanır.⁴⁵³ Bir kartelin tek başına bir hakim durumu söz konusu olmasa bile, hakim durumdaki firmalar veya birleşik firmalar tarafından rekabet karşıtı bir baskı yaratılabilir. Batılı modern antitröst kanunlar hangi yolla yapılırsa yapılsın bu durumu yasaklamışlardır. Oligopollerin temel problemi, aralarında açık bir anlaşma olmaksızın Pazar gücünü kollektif bir şekilde kullanabilmeleridir. Bu fenomen geçmişte ekonomistlere ve hukukçulara entrika çevirmiştir ve bu entrika bu gün de devam etmektedir. Oligopol problemini açıklığı kavuşturmak için oligopolistik piyasalarla ilgili temel ekonomik görüşler bu bölümde anlatılacaktır.

Oligopol, Yunanca'da az miktarda anlamına gelen "oligo" ile satmak anlamındaki "polein" sözcüklerinin birleşmesinden türetilmiş bir kelimedir. Kavram olarak belirli bir mal veya hizmet piyasasında, az sayıda üretici veya satıcının bulunduğu piyasa şeklini ifade etmek için kullanılır.⁴⁵⁴

Geleneksel ekonomik teoride tam rekabetin tüketici refahını maksimize ettiği varsayılır. Ancak işlemeyen modeller üzerine kurulmuş olan varsayımlara gerçek dünyada rastlanmadığını biliyoruz.

Bazı ekonomistler, gerçekçi bir standart model olarak tam rekabet modelini sorgulamış ve kritik etmişlerdir. Chamberlin ve Robinson, birbirlerinden bağımsız olsa bile aynı çağda, daha önce Sraffa⁴⁵⁵ tarafından geliştirilen "aksak rekabet piyasaları" modeli üzerinde çalışmışlardır. Clark "işleyebilir rekabet kavramına doğru" adlı çalışmasında, tam rekabetin herhalde hiç olmadığını ve olmayacağını ifade etmektedir.⁴⁵⁶ Clark adı geçen makalesinde "işleyebilir rekabet" (workable competition) kavramını geliştirmiş ve bu rekabet modelinin, içinde yaşamaya mecbur olduğumuz

⁴⁵³ BISHOP ve WOLKER, 1999, a.g.e., s. 27.

⁴⁵⁴ H. ÇÖLOĞLU, *Oligopol Piyasasında Rekabet Sorunu ve Uygulamalı Bir Örnek*, Ankara, AİTİA Yayını, 1982, s. 5..

⁴⁵⁵ P. SRAFFA, "The Laws of Returns under Competitive Conditions", *The Economic Journal*, 1936, s.535-550.

⁴⁵⁶ J. M. CLARK, "Towards a Concept of Workable Competition", *American Economic Review*, Issue 30, 1940, s. 241.

koşullar tarafından belirlenen sınırlar dâhilinde, pratikte mümkün olabilecekler içinden seçilmiş rekabet modellerinden en çok arzu edileni olduğunu ileri sürmüştür. O'na göre tam rekabet koşullarından biri eksik ise, artık diğer koşulların varlığını izlemenin ya da araştırmanın bir gereği yoktur. Clark'ın işleyebilir rekabet kavramına göre, aksak rekabet durumuna aksak koşulların katılmasıyla refah yükseltilebilir. Eğer endüstrinin bir çok sektöründe tam rekabet başarılabilir ise, "ikinci en iyi"⁴⁵⁷ çözüm olarak işleyebilir rekabeti öne sürmek en makul tepki olacaktır.

Bu konu kapsamında, bahsetmeye değer bir diğer teori ise, "yarışabilir piyasalar" (contestable markets) kavramıdır. Teoriyi geliştiren Baumol, Panzar ve Willig'e göre, piyasalar tam yarışabilir olma koşullarını sağladığında firmalar, kaynakların optimal dağılımını garanti etmeye mecbur olacaklardır.⁴⁵⁸ Piyasaya giriş ve çıkış maliyetsiz ve çabuk olacak, fiyatların rekabetçi düzeyde ayarlanması sağlanacaktır. Böyle bir piyasa "vur-kaç girişi"ne sahne olacaktır. Yani firmalar piyasaya girecek, kar fırsatlarının kısa dönem avantajlarını elde edecek ve maliyetsiz olarak piyasadan ayrılacaklardır.⁴⁵⁹

Yukarıda ifade edildiği gibi, oligopolün tehlikesi, firmaların aralarında şekli görünür bir kartel anlaşması olmaksızın, kolektif bir şekilde piyasa gücünü kötüye kullanmaları gerçeğinde yatar. Kartel anlaşmaları neredeyse bütün rekabet hukuku sistemlerinde yasak olduğu için bunun tespit ve çözümü kolaydır. Tam rekabet ve monopol gibi iki standart modelle arasındaki temel farklardan biri, oligopollerde, oligopolistik piyasa yarışçılarının birbirleri ile etkileşim içinde olmalarıdır. Yani bir oligopolistin piyasadaki varlığı, sadece kendi parametrelerine bağlı olmayıp, rakip oligopolistlerin parametrelerine de bağlıdır. Bu konu bu gün artık tartışılmaz bir gerçek gibi görünmektedir.⁴⁶⁰ Oysa tam rekabet piyasasında rakipler, bütün bir piyasa ile etkileşim içindedirler. Monopolistlerin ise herhangi bir etkileşim durumu söz konusu

⁴⁵⁷ "İkinci en iyi teori" için bkz.: R.G. LIPSEY, K. LANCASTER, "The General Theory of the Second Best", *Review of Economic Studies*, Issue 24, 1956-1957, s. 11-32.

⁴⁵⁸ W.J. BAUMOL, J.C. PANZAR ve R.D. WILLIG, *Contestable Markets and the Theory of Industry Structure*, New York, Harcourt Brace Jovannich, 1982, s. 5-6.

⁴⁵⁹ *Ibid*, s. 9.

⁴⁶⁰ ÇÖLOĞLU, a.g.e., s. 136.

değildir. Oligopolistler piyasada bir davranış belirlerken, diğer rakiplerin davranışlarını dikkate almak zorundadırlar.⁴⁶¹

Oligopol, pür tam rekabet ve pür monopol gibi kavramsal açıdan statik olan modellere göre daha yaygın ve kullanışlı olmasına rağmen, onlar kadar üzerinde çalışılmamıştır. Oligopol çalışmaları, rakipler arasındaki etkileşimi hesaba katan enstrümanlar gerektirir. Bu enstrümanlardan biri, “yeni endüstriyel organizasyon” adlı ekonomi akımının geliştirdiği “oyun teorisi”dir. Bir çok eleştiriye rağmen bu teori, oligopolistik rekabetin statik modellerini akla yakınlaştırmakta ve anlamakta kolaylık sağlar. Oyun teorisi ile uyumlu herhangi bir vakada, oligopollerle ilgili güncel düşünce ve uygulamada, bu modeller etkili olmaya devam etmektedir.

3.1.3.1. Oligopol Piyasasında Fiyatın Oluşumu ve Statik Oligopol Modelleri

Diğer piyasa türlerine göre oligopole burada daha fazla yer verilecektir. Bunun nedeni, gerek hakim durumun kötüye kullanılması, gerek anlaşma ve uyumlu eylemler ve gerekse birleşme ve devralma vakalarında rekabet otoritelerinin en çok karşılaştığı piyasa türünün oligopol ve oligopolün değişik versiyonları olmasıdır. Ayrıca gerçek hayatta hem gelişmiş ülkelerde hem de gelişmekte olan ülkelerde endüstriler oligopolistik bir yapı arz etmektedirler.

3.1.3.1.1. Cournot Oligopol Modeli

Oligopol piyasasında fiyat teorisine ilişkin ilk inceleme, XIX. yüzyılın ilk yarısında (1838) Fransız matematikçi Augustin Cournot tarafından yapılmıştır. Oligopolün günümüzde en çok kullanılan modeli olan Cournot teorisinde, oligopolistlerin fiyatlarla değil, ürün miktarı ayarlamaları ile rekabet ettikleri varsayılır.⁴⁶²

⁴⁶¹ STROUX, a.g.m., s. 5.

⁴⁶² STROUX, a.g.m., s. 6.

Cournot, eşit büyüklükte iki firmanın yer aldığı bir piyasayı model almış ve her bir firmanın üretim miktarını değiştirirken, diğerinin buna tepki göstermeyeceğini varsaymıştır⁴⁶³. Birinci firma, diğerinin üretim miktarını sabit tutacağı ümidiyle, kendisine en yüksek kazancı getirecek üretim miktarını belirler, bu da matematiksel olarak endüstri toplam arzının yarısına eşittir. İkinci firma da, aynı şekilde davranarak kendisine yeni bir üretim miktarı belirler ki, bu da, birinci firmanın yeni üretim miktarı ile ortaya çıkan toplam üretimin yarısına eşittir. Her iki firmanın ayarlamaları sürekli bir işlemdir ve bu, toplam üretim kapasitesinin $(n/(n+1))$ 'ine eşit oluncaya kadar devam eder⁴⁶⁴. Cournot modeli, oligopol piyasasında fiyat oluşumunu tam olarak açıklayamamış⁴⁶⁵ ise de, oligopol piyasasının basitleştirilmiş bir modeli olan düopol piyasasını ele almak bakımından önem kazanmıştır.⁴⁶⁶

Cournot'nun firmaların sadece üretim miktarını değiştirdiği varsayımı üzerine kurmuş olduğu teori, firmaların üretim miktarının düşmesi ve dolayısı ile fiyatın artması üzerine alıcıların malların tümünü diğer satıcıdan satın almaları ihtimalini dikkate almamıştır. Bertrand ve Edgeworth'ün⁴⁶⁷ ayrı ayrı geliştirdikleri teoriler, düopol piyasasındaki teşebbüslerin kazançlarını artırmak için fiyatlarını ayarlayacağını öngörmüştür⁴⁶⁸.

Cournot, oligopolistik piyasalarda teşebbüslerin, karar değişkeni olarak fiyat yerine üretim miktarını aldıklarını varsaymıştır. Ayrıca, her bir satıcı rakiplerinin üretim miktarlarını sabit tutacakları varsayımıyla kendi üretim miktarını belirlemektedir. Cournot modelini iki teşebbüsün olduğu bir düopol piyasadan yola çıkarak açıklamak

⁴⁶³ ASCH, a.g.e., s. 44-45.

⁴⁶⁴ (n) piyasadaki toplam firma sayısını gösterir. Bu marjinal maliyetin sifıra eşit kabul edildiği bir faraziye de elde edilen bir sonuçtur.

⁴⁶⁵ W. FELLNER, *Competition Amongst the Few, Oligopoly and Similar Market Structure*, (Original), New York, Kelly, 1949, s. 57.

⁴⁶⁶ AKINCI, a.g.e., s. 27

⁴⁶⁷ F. EDGEWORTH, "The Pure Theory of Monopoly", London, *Papers Relating to Political Economy*, I, 1925, s. 112-142.

⁴⁶⁸ ASCH, a.g.e., s. 47.

mümkündür.⁴⁶⁹ İlk olarak teşebbüslerden birinin üretim miktarını 0 olarak varsayalım. Diğer teşebbüs monopolcü gibi davranarak marjinal maliyetini marjinal gelirine eşit olduğu noktada üretim miktarını belirler. İkinci teşebbüs daha sonra artık talebi (piyasa talebinin birinci teşebbüs tarafından karşılanmayan kısmını) dikkate alarak kendi marjinal maliyetini marjinal gelirine eşitler ve üretim miktarını belirler. Bu durumda satış fiyatı ikinci teşebbüsün satış fiyatından büyük olduğu için pazar kaybetmek istemeyen birinci teşebbüs, artık talebi (piyasa talebinin ikinci teşebbüs tarafından karşılanmayan kısmı) göz önünde bulundurarak üretim miktarını tekrar ayarlar, ilk duruma göre azaltır. İkinci teşebbüs buna yine cevap verir ve böylece her iki teşebbüs de marjinal maliyetlerini marjinal gelirlerine eşitledikleri bir noktada denge kurarlar. Böylece her bir teşebbüs, monopolcünün üretim miktarının üçte ikisini üretecektir ve toplam üretim miktarı monopol miktarının 1.33 katı olacaktır. Cournot oligopolündeki teşebbüs sayısı arttıkça piyasadaki toplam üretim miktarı da artar ve dolayısıyla fiyat düşer.

3.1.3.1.2. Bertrand Oligopol Modeli

Cournot'dan yaklaşık kırk beş yıl sonra 1883 yılında Fransız matematikçisi Joseph Bertrand, Cournot'un miktar düopolünü eleştirir. Cournot modelinde fiyatların sabit, maliyetlerin ise sıfır olduğu varsayımından hareketle, düopolistlerin dengeye ancak miktar politikasıyla erişecekleri iddia edilmektedir. Buna karşılık Bertrand, kendi modelinde esas sorunun fiyat politikası olduğunu savunur. Bertrand'a göre denge ancak, sıfır kar çizgisine ulaşıldığı anda gerçekleşir.

Bertrand'a göre düopolistlerden her biri, rakibinin satış fiyatını değişmez veri olarak kabul edip, kendi satış fiyatını, rakip firmanın fiyatına göre daha düşük bir düzeyde tutarsa, piyasadaki toplam talebi absorbe edecektir.⁴⁷⁰

⁴⁶⁹ H. HOWENKAMP, *Federal Antitrust Policy The Law of Competition and Its Practise*, Minn, West Group, 1999, s. 159.

⁴⁷⁰ ÇÖLOĞLU, a.g.e., s. 33.

Cournot'nun modeli gibi, Bertrand modelinde de, marjinal gider hiç dikkate alınmaz ve firmalar rekabet piyasası fiyatına ulaşmaya kadar karşılıklı fiyat indirimlerini sürdürür. Cournot ve Bertrand modellerinin sonuçları arasındaki fark, Cournot'un miktar rekabeti gerçeği ile açıklanabilir. Buna göre her bir firma, diğerlerinin açıkladıkları miktar kadar üretim yapacaklarını bilir; Bertrand'ın fiyat rekabeti ile her bir firma daha düşük fiyat önerdiğinde piyasadan, rakiplerine oranla önemli bir pay alacağını kabul eder.⁴⁷¹

3.1.3.1.3. Edgeworth Oligopol Modeli

Edgeworth, oligopol sonuçlarının açıklanamazlığını iddia eder ve ulaşılan herhangi bir dengenin gerekli bir istikrar olmadığını belirtir. Çünkü her bir firma, fiyat yüksekken, rakiplerinin fiyatlarına göre fiyat kırmak güdüsüne sahiptir. Bu nedenle Edgeworth, piyasanın belli bir durağanlığa ulaşmakta başarısız olacağını farzeder. Çünkü fiyatlar düşük ve yüksek değerler arasında sürekli dönecektir. Bu teorik fiyatlandırma modeli, "Edgeworth Döngüsü" olarak bilinir.⁴⁷²

Edgeworth de Cournot ve Bertrand gibi duopol üzerinde çalışmıştır. Edgeworth'ün duopol modeli, Bertrand modelinin biraz geliştirilmiş şeklidir. Edgeworth, piyasadaki iki firmanın bütün talebi karşılayamayacağı faraziyesinden hareket etmiş ve birinci firmanın karşılayamadığı talep miktarına artık talep ismini vererek, ikinci firmanın, fiyatı kendisine en yüksek kazanç sağlayacak şekilde ayarlayarak bu artık talebi karşılayacağını ileri sürmüştür. Piyasada aynı mal için farklı fiyatın oluşması üzerine alıcıların daha ucuza mal satan satıcıya yönelmeleri sonucunda fiyat, rekabet piyasası ve tekel piyasası fiyatları arasında değişimler gösterecektir. Cournot ve Bertrand gibi Edgeworth'ün de, firmaların marjinal giderlerini dikkate

⁴⁷¹ C. SHAPIRO, "Theories of Oligopoly Behavior", *Handbook of Industrial Organization*, (Ed.: R. Schmalensee ve R.D. Willig), North Holland, New York, 1989, s. 329.

⁴⁷² EDGEWORTH, a.g.m., s. 118-120.

almamış olması, oligopol piyasasında fiyatın oluşumunu açıklamada yetersiz kalmasına sebep olmuştur⁴⁷³.

3.1.3.1.4. Chamberlin ve Oligopolistik Bağımlılık

Gerçek hayatın koşullarına en yakın teorilerden biri, Harvard Rekabet Hukuku ekolü üzerinde önemli etki yapan Chamberlin'in oligopolistik bağımlılık teorisidir⁴⁷⁴. Bu görüş, Cournot'nun, üretim miktarını değiştiren firmanın diğerinin üretimini sabit tutacağı varsayımı ile karar verdiğini açıkça reddeder ve her bir firmanın kararını verirken, diğer firmaların nasıl davranacağını da dikkate alacağını ileri sürer. Bu da, oligopol piyasasında faaliyet gösteren firmalar arasında ekonomik bağımlılığın var olduğunun belirtisidir. (Oligopolistik bağımlılığa ilerde tekrar değinilecektir.) Piyasadaki firma sayısı azaldıkça, tekelci firma gibi davranma ihtimali artar ve her bir firma kendi kârını maksimize etmek yerine grubun en yüksek kârı elde etmesini amaçlar. Taraflar arasındaki ekonomik bağımlılık, herhangi bir anlaşma ve uyumlu eylem olmadan da, birlikte davranmaya yol açacaktır. (Paralel davranış görüşü veya bilinçli paralellik ayrıca tartışılacaktır.) Tarafların, ortak çıkarı oluşturmak için ne şekilde davranılacağını bilmeleri yeterlidir.

Chamberlin'in oligopolistik bağımlılık teorisinde, Edgeworth ve Cournot modellerinin aksine fiyat oldukça karardır. Gerçek hayat tecrübeleri ile de uyum halinde olması sebebi ile, ekonomik bağımlılık teorisi, hukukçuların da ilgisini çekmiş ve oligopol piyasasındaki faaliyetlerin açıklanmasında bu teoriye oldukça sık başvurulmuştur.⁴⁷⁵

Chamberlin'in oligopol teorisine en önemli katkısı, oligopol piyasasını tekelleme ve rekabet piyasalarından bağımsız bir piyasa türü olarak ele almasıdır. Ancak kendinden öncekiler gibi, firmaların marjinal giderlerini yok ya da eşit farz etmesi

⁴⁷³ EDGEWORTH, a.g.m., s. 116; ASCH, a.g.e., s. 49.

⁴⁷⁴ E. CHAMBERLIN, *The Theory of Monopolistic Competition*, Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press, 1933, s. 30-53.

⁴⁷⁵ AKINCI, a.g.e., s. 28.

eleştirilere neden olmuştur⁴⁷⁶. Chamberlin'in ekonomik bağımlılık görüşünden sonra ileri sürülen iki önemli teoriden birincisi Paul Sweezy'nin dirsekli talep eğrisi görüşü, ikinci ise von Neumark'ın oyun teorisi görüşleridir. Ancak, her iki teori de oligopol piyasasında fiyatın nasıl oluştuğunu değil, belirli bir denge durumuna ulaşan fiyatın nasıl bir değişim göstereceği ile ilgilidir.⁴⁷⁷ Aşağıda oyun teorisi ve oligopolistik bağımlılık daha geniş incelenecektir.

Yukarıda ifade edildiği gibi oligopolistik piyasalarda faaliyet gösteren teşebbüsler, aldıkları kararların rakiplerin kararlarını etkilediğini ve her bir teşebbüsün kararının sadece kendi davranışına değil, bu davranış karşısında rakiplerin göstermiş olduğu tepkilere de bağlı olduğunun farkındadır. Teşebbüsler arasında oluşan bu bağımlılık neticesinde oligopolistik piyasalarda paralel davranışlar ortaya çıkabilmekte ve rekabet üstü karlar elde edilebilmektedir.⁴⁷⁸

Oligopolistik piyasadaki teşebbüs sayısı arttıkça Cournot dengesindeki toplam üretim miktarı tam rekabet piyasasındaki üretim miktarına yaklaşmaktadır. Benzer şekilde, teşebbüs sayısındaki artışla birlikte Cournot denge fiyatı da tam rekabet piyasasındaki fiyata, yani marjinal maliyete yaklaşmaktadır.

Cournot dengesinde tam rekabet piyasasına göre daha az üretim yapıp daha yüksek fiyat uygulanıyor olmasına rağmen, Cournot dengesi ile kartel dengesi arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. İlk olarak, kartelde marjinal gelir marjinal maliyetten yüksek olduğu için, kartel üyelerinden birisi, fırsatını bularak kartel fiyatının altındaki bir fiyattan satış yapması durumunda satış miktarında büyük artışlar gerçekleştirebilecektir. Başka bir ifadeyle, kartelde üyelerinin aldatmaca yoluyla önemli kazançlar elde etmeleri kartelde denge oluşmasını güçleştirir. Oysa, Cournot dengesinde oligopolistlerin tamamı marjinal gelirlerini marjinal maliyetlerine eşitlemiş bulunmaktadırlar. Denge oluştuğundan sonra oligopolistlerden birisinin kendi üretim

⁴⁷⁶ SCHERER ve ROSS, *a.g.e.*, s. 156.

⁴⁷⁷ G. STIGLER, "The Kinky Demand Curve and Rigid Price", *Journal of Political Economy*, 1947, s. 444.

⁴⁷⁸ A. ÇELEN, *Oligopolistik Pazarlarda Gözlenen Paralel Davranışların Rekabet Hukuku Açısından Değerlendirilmesi: Uyumlu Eylem ve Birlikte Hakim Durum*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2003, s. 14.

miktarını artırması (fiyatını düşürmesi) sözkonusu oligopolistin kazancını azaltacaktır. Ters durumda, oligopolistlerden birinin kendi üretim miktarını azaltması veya fiyatını yükseltmesi halinde, rakipleri de aynı şekilde üretim miktarlarını azaltıp fiyatlarını yükseltme yolunu seçmedikçe, Cournot dengesini bozan oligopolist yine zarar görecektir⁴⁷⁹. Oligopolistlerden birinin gerçekleştirdiği üretim artışı ya da fiyat indirimi karşısında diğer oligopolistlerin fiyatlarını sabit tuttukları varsayılmaktadır. Esasen bu tip bir üretim artışı ya da fiyat indirimi karşısında rakiplerin yapabilecekleri optimum davranış biçimi onların da üretim miktarlarını arttırmaları ve fiyatlarını düşürmeleridir. Bu durumda da Cournot dengesini bozarak üretim miktarını arttıran veya fiyatını düşüren oligopolistin kaybı iyice artacaktır.⁴⁸⁰

3.1.3.1.5. Sweezy ve Dirsekli Talep

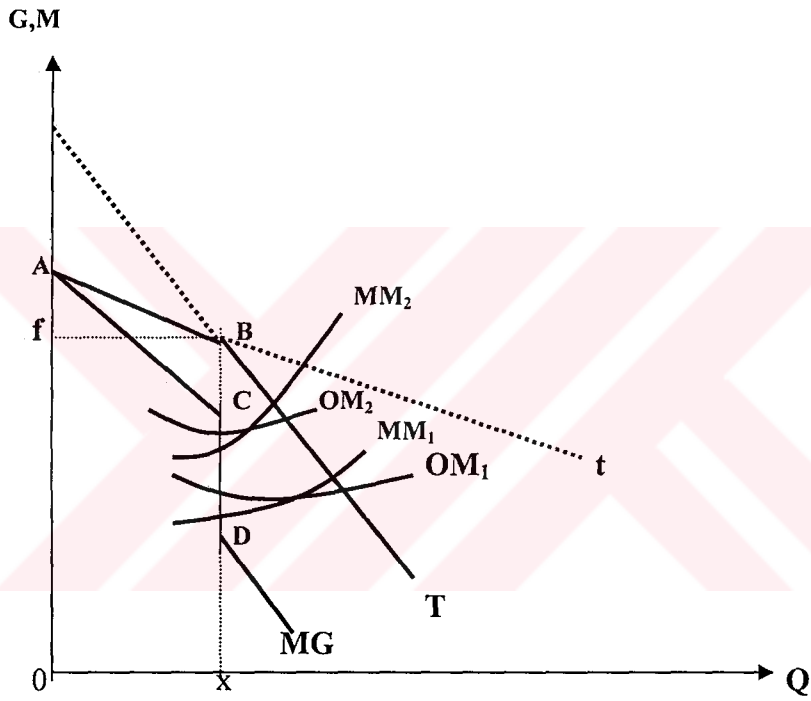
İstikrarlı bir çözüm veren oligopol modellerinden bir diğeri Sweezy veya dirsekli talep modelidir.⁴⁸¹ Sweezy'ye göre, oligopol piyasasında faaliyet gösteren bir teşebbüsün talep eğrisi lineer değil, dirsekli bir görünüm arz eder. Oligopol piyasasında faaliyet gösteren teşebbüslerden biri fiyatı yükselttiği takdirde, diğerlerinin bunu takip etmemekte çıkarları vardır. Firmalardan biri fiyatı düşürdüğü takdirde, diğerleri de fiyatı düşürerek piyasa paylarını korumaya çalışacaklardır.⁴⁸² Yani, fiyat bir kez dengelendikten sonra, oligopol piyasasında faaliyet gösteren firmanın talep eğrisi bu fiyatın üzerinde ise esnek, altında ise katı olacaktır. Dirsekli talep modelini şekil yardımıyla açıklayabiliriz.

⁴⁷⁹ Oligopolistlerden birinin üretimini kısarak kendi fiyatını yükseltmesi eylemi karşısında rakiplerinin de aynı davranışı benimsemesi durumunda kartele yaklaşmaktadır.

⁴⁸⁰ ÇELEN, a.g.e., s. 11'deki dipnot.

⁴⁸¹ O. TURKAY, *Mikroiktisat Teorisi*, 11. Baskı, Ankara, İmaj Yayıncılık, 2002, s. 236.

⁴⁸² G. STIGLER, *The Organization of Industry*, Homewood, Richard D. Erwin Inc., 1968, s. 215.



Şekil -3.4: Sweezy Modeli

Kaynak: Turkey, Mikroiktisat Teorisi, 11. Baskı, Ankara, İmaj Yayıncılık, 2002, s.237.

Şekil 3.4'te G geliri, M maliyeti, Q miktarı, MM marjinal maliyeti, OM ortalama maliyeti, MG marjinal geliri, T talebi temsil etmektedir.

Sweezy modelinde şekil-4'te görüldüğü gibi firmanın karşı karşıya olduğu iki talep eğrisi vardır. t işaretli talep eğrisi rakip firmaların fiyatlarının veri olduğu varsayımına, T talep eğrisi ise rakiplerin fiyatlarının da değişken olduğu varsayımına dayanır. Sweezy bu iki talep eğrisinin birer parçasını alarak yeni bir talep eğrisi

oluşturmaktadır ve modeldeki firmanın bu talep eğrisi ile karşı karşıya bulunduğunu varsaymaktadır.

Firmanın denge durumunda fiyatı $0f$, satış miktarı $0x$ 'tir. Firma, kendisi fiyat yükseltirse rakip firmaların fiyat yükseltmeyeceğini, fakat kendisi fiyat düşürürse rakip firmaların da fiyat düşüreceğini düşünmektedir. Bu varsayımın sonucu ABT talep eğrisidir. Çünkü $0f$ 'nin üstündeki fiyatlarda rakiplerin fiyatları veridir, yani t eğrisi geçerlidir. f noktasının üzerinde firmanın karşı karşıya olduğu talep eğrisi AB 'dir. Firma fiyatı düşürdüğü zaman rakiplerin de düşüreceklerine inandığı için f noktasının altında firmanın karşı karşıya olduğu talep eğrisi BT 'dir. Böylece dirsekli talep eğrisi ortaya çıkmaktadır. Firmanın karşı karşıya olduğuna inandığı talep eğrisi ABT eğrisidir.⁴⁸³

Sweezy'nin dirsekli talep eğrisi görüşü gibi, von Neumann ve Morgenstern'in oyun teorisi⁴⁸⁴ de, fiyatın, belirli bir seviyede dengeye ulaşmasından sonraki değişimi ile ilgilidir⁴⁸⁵.

3.2. OLİGOPOL ÇÖZÜMLEMELERİ

3.2.1. Oligopol ve Oyun Teorisi

Geniş bir uygulama alanı olan oyun teorisi sadece ekonomik davranışlarla ilgili değildir. Çıkar çatışmalarının bulunduğu durumlarda kişilerin kararlarını etkileyen unsurları tespit etmeye yöneliktir. Oyun teorisine göre, herkesin önünde belirli seçenekler vardır ve oyunun kuralları ve değişik şartlar kişilerin davranışlarını belirler. Bu kavramın özünde ' tarafların, makul bir kaybı göze alarak, muhtemel olan en kazançlı çözümü inşa etmesi' görüşü yatar.

⁴⁸³ TURKAY, a.g.e., s. 237.

⁴⁸⁴ J. v. NEUMANN ve O. MORGENSTERN, *Theory of Games and Economic Behavior*, 3rd Edition, Princeton, Princeton University Press, 1980, (Original New York, 1944).

⁴⁸⁵ F.M. SCHERER ve D. ROSS, *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Third Edition, Boston, Houghton Mifflin Company, 1990, s. 160.

Her çatışma, oyun teorisi bakımından bir ‘oyun’ (game) dir. Her oyunda da mutlaka en az iki oyuncu (taraf) vardır. Eğer oynanan oyunda bir tarafın kazancı, diğer tarafın kaybına eşitse, yani oyun bir kumarsa (gamble) bu tip oyunlara ‘**toplamı sıfır olan**’ oyunlar denir. Ancak gerçek hayatta karşımıza çıkan çıkar çatışmaları ‘**toplamı sıfır olmayan**’ oyunlardır. Yani, iki tarafın da kazançlı (veya kayıplı) çıkması, yani kayıp ve kazançların toplamının sıfırdan büyük (veya küçük) olması mümkündür. Çünkü yukarıda söylendiği gibi, her çıkar çatışması, aynı zamanda bir çıkar ilişkisidir. İki taraf işbirliği yapabilirse, her ikisi de bugünkü durumlarından daha iyi hale gelebilir. Teoride, kayıp ve kazançlar toplamı sıfır olmayan oyunlara ‘**işbirliği yapılabilir**’ denir.

Bunlar dört şekilde biter.

1. Bir tarafın kazancı, rakibin kaybettiği; (kazan-kaybet)
2. Bir tarafın kaybettiği; rakibin kazandığı; (kaybet-kazan)
3. İki tarafın da kaybettiği; (kaybet-kaybet)
4. İki tarafın da kazandığı (kazan-kazan).

Eğer birisi, oyunu birinci maddedeki, o sırada rakibi de ikinci maddedeki sonuçla bitirmek isterse, netice mutlaka ‘**kaybet-kaybet**’ olur.⁴⁸⁶

Bu kuralları piyasaya uygulayacak olursak örneğin, firmalardan birinin fiyatı artırması durumunda diğerlerinin izleyebileceği iki olasılık vardır: Ya fiyat artışını takip etmek ya da fiyatı sabit tutmak. Ancak, piyasa koşulları bu kadar basit değildir. Gerçek hayat koşullarına yaklaşıldıkça önemli sorunların ortaya çıktığı görülür. Örnek olarak, iki firmanın yer aldığı bir piyasada, mevcut durumda her iki firma da yılda elliser milyon kâr etmekte olduğunu, bunlardan birinin gizlice fiyatı indirilse, o firmanın kârının seksen milyona çıkarken diğer firmanın kârının on milyona düşeceğini, her ikisinin de fiyat indirdiği zaman kârlarının beşer milyon olacağını farz edelim. Oyunun optimal sonucu, fiyatın değiştirilmemesi durumudur. Ancak, her iki firma da, seksen milyon kâr etmek için fiyat azaltmağa çalışacak, sonunda beşer milyon kâr etmek durumuna düşeceklerdir. Optimal durum kararsız bir durumdur, çünkü her iki firmanın

⁴⁸⁶ E. CANSEN, “Kazan Kazan”, Hürriyet, 03.04.2004

da fiyatı düşürerek daha fazla kâr elde etmek olasılıkları vardır. Bu sebepten de optimal durum kararsız bir haldir.⁴⁸⁷

Ancak oyun teorisinin uygulanmasında önemli sınırlamalar vardır. Piyasada faaliyet gösteren firmaların ikiden fazla olduğu durumlarda, herbir firmanın davranışını tahminin yanısıra değişik kombinasyonların ortaya çıkacak olması, oyun teorisinin uygulanabilirliğini zayıflatmaktadır. Piyasadaki firma sayısı (n) olarak kabul edilecek olursa, (n!)⁴⁸⁸ kadar durum ihtimali ortaya çıkar. Gene de, oligopol piyasasında faaliyet gösteren firmaların davranışlarının incelenmesine oyun teorisinin önemli katkıları olmuştur.⁴⁸⁹

3.2.2. Oligopolistik Bağımlılık ve Oyun Teorisi

Oligopol piyasasında faaliyet gösteren firmaların kendi pazar stratejilerinin rakiplerinin pazar stratejilerine bağlı olduğunun farkında olması oligopolistik bağımlılık olarak nitelendirilmekte ve bu bağımlılık nedeniyle, firmalar arasında herhangi bir anlaşma olmamasına karşın, paralel davranışlar ve rekabetçi düzeyin üstünde karlar ortaya çıkabilmektedir. Oligopolistik bağımlılık sonucu firmaların davranışlarında ortaya çıkan paralellikler, firmaların piyasa koşullarından kaynaklı bilinçli tercihlerinin bir sonucu olduğundan, bilinçli paralellik olarak nitelendirilmektedir.⁴⁹⁰ Bilinçli paralellik ise oyun teorisini ve yukarıda anılan Cournot dengesini hatırlatmaktadır. Bir oligopol piyasada firmalar arasındaki ilişki Cournot dengesi ve oyun teorisi ile açıklanabilir. Rakipleri Cournot denge üretim miktarı ve fiyatına sadık kalırken oligopolistlerden birinin bu denge üretim miktarı ve fiyatından sapmasının kendisine yarar sağlamadığını oyun teorisi yardımıyla açıklamak mümkündür.⁴⁹¹

⁴⁸⁷ AKINCI, a.g.e., s. 29

⁴⁸⁸ (2!)=2, (3!)=6, (4!)=24,...gibi. Ancak oyun teorisi çoğunlukla oligopol modellerde söz konusu olduğundan, oligopol piyasa yapılarında 3 ila 8 arasında firmanın varlığı genellikle kabul görmektedir.

⁴⁸⁹ STIGLER, 1947 a.g.e., s. 217-219; AKINCI, a.g.e., s. 29.

⁴⁹⁰ YÜKSEL, a.g.e., s. 8.

⁴⁹¹ HOWENKAMP, a.g.e., s. 162.

Yukarıda anılan Chamberlin'in oligopolistik bağımlılık görüşü daha sonra Fellner tarafından geliştirilmeğe çalışılmıştır. Fellner, oligopol piyasasında faaliyet gösteren firmaların her zaman ortak çıkarıya uygun davranmayacaklarını ileri sürmüştür.⁴⁹² Ortak çıkar uğruna davranmayı engelleyen etkenler farklı maliyet yapıları, piyasadaki belirsizlikler, firmalar arasındaki bilgi alışverişini yasaklayan hukuki düzenlemeler ve hepsinden önemlisi firmaların bağımsızlıklarını koruma istekleri olabilir. Teşebbüslerin faaliyetlerinde, ortak çıkarın ön plana çıkması, bağımsızlığı zedeleyen bir olaydır ve bu da oligopol piyasasında, ekonomik bağımlılık görüşünün yaygın bir uygulama alanı kazanmasını engeller. Ortak çıkar uğruna davranmak, teşebbüsün kendi çıkarına dahi olsa sırf bu sebepten bağımsızlığından vazgeçmesi düşünülemez.⁴⁹³

Çelen'in örneğini esas alarak Cournot dengesi ve oyun teorisi arasındaki ilişki şu şekilde incelenebilir. İki teşebbüsün (A ve B) faaliyet gösterdiği bir düopolist piyasada iki farklı oyun söz konusu olsun. Birinci oyunda, bu iki teşebbüs kartel oluşturma ile Cournot dengesi kurma arasında bir seçim yapmak durumundadır. İkinci oyunda ise, teşebbüsler Cournot dengesi kurma ile rekabet etme (tam rekabet) arasında bir seçim yapacaklardır. Her bir teşebbüse düşen üretim miktarlarının, tam rekabette 12 birim, Cournot dengesinde 8 birim ve kartelde 6 birim olduğunu varsayalım.⁴⁹⁴ Teşebbüslerin verecekleri kararlar neticesinde elde edecekleri kazançlar ise şu şekilde olsun:

Tablo-3.1: Oyun Teorisi

Oyun 1		B	
		6 birim	8 birim
A	6 birim	60, 60	30, 80
	8 birim	80, 30	40, 40

Oyun 2		B	
		8 birim	12 birim
A	8 birim	40, 40	25, 35
	12 birim	30, 25	10, 10

⁴⁹² FELLNER, a.g.e., s.57-58.

⁴⁹³ AKINCI, a.g.e., s. 30.

⁴⁹⁴ Bu örnek için bkz.: ÇELEN, a.g.e., s. 11.

Her iki taraf da rakibinin hangi üretim seviyesini seçeceğini bilmediği için, rakibi hangi seviyeyi seçerse seçsin kendisine en büyük kazancı sağlayan stratejiyi (baskın strateji) belirleme yoluna gidecektir. İlk oyunda A teşebbüsü için baskın strateji Cournot dengesi olan 8 birimi seçmektir. Zira rakibi olan B teşebbüsü üretim miktarı olarak ister 6 birimi, isterse 8 birimi seçsin, A teşebbüsü 8 birimi seçtiğinde en iyi durumda olmaktadır. İkinci oyunda da A teşebbüsünün baskın stratejisi Cournot dengesi olan 8 birimi seçmektir. B teşebbüsü üretim miktarı olarak ister 8 birimi, isterse 12 birimi seçsin, A teşebbüsü 8 birimi seçerek kendisi için en uygun durumu sağlamış olmaktadır⁴⁹⁵.

Örnekten de görüldüğü üzere, oligopolistler Cournot dengesindeki pozisyonlarını bozmak istememektedirler. Ancak, Cournot dengesindeki toplam kazanç oligopolistlerin elde edebilecekleri maksimum toplam kazanç miktarı değildir. Örneğimizde, Cournot dengesinde toplam 80 (40+40) kazanabilirken, her ikisinin de kartel üretim miktarı olan 6 birime sadık kalmaları halinde toplam 120 (60+60) kazanabilmeleri mümkün olabilecektir. Ancak, teşebbüslerden hiçbiri rakibinin kartel üretim miktarı olan 6 birimden fazla üretmeyeceği (aldatmaca yapmayacağı) konusunda emin olmadan, kendi üretim miktarını düşürmeyecek, yani kartel üretim miktarını uygulamayacaktır. Zira, teşebbüslerden birisi kartel üretimini uygularken diğeri buna sadık kalmaz ise, kartel miktarını üreten teşebbüs önemli kayıplara uğrarken, aldatma içerisine giren diğere teşebbüsün kazancı önemli ölçüde artacaktır. İkinci oyuna ilişkin olarak ise, Cournot dengesinde teşebbüsler tam rekabete göre daha iyi durumdadırlar. Dolayısıyla, Cournot dengesinde iken üretim miktarlarını artırarak rekabete girmeleri oligopolistlerin kazancını azaltacaktır.⁴⁹⁶

Bu örnekte rakiplerin yalnızca bir defa seçim yapma hakları olduğu varsayılmış ve teşebbüsler de bunun sonucunda bireysel karlarını maksimum yapan baskın stratejiyi seçmişlerdir. Ancak, ticari hayatta rakipler devamlı karşı karşıyadırlar

⁴⁹⁵ B teşebbüsü 8 birimi seçtiğinde; A teşebbüsü 8 birimi seçerse 40, 12 birimi seçerse 30 kazanacaktır. B teşebbüsü 12 birimi seçtiğinde ise; A teşebbüsü 8 birimi seçerse 25, 12 birimi seçerse 10 kazanacaktır.

⁴⁹⁶ ÇELEN, a.g.e., s.12.

ve bu tip strateji seçimlerini bir defalık değil, devamlı olarak yapmaktadırlar. Rakipler arasındaki karar verme oyununun bir defalık değil de, sürekli olarak tekrarlanması neticesinde, teşebbüsler, bireysel karlarını maksimum yapan baskın stratejiyi seçmek yerine, koordineli biçimde davranmaları halinde toplam karlarını en üst düzeye çıkarabileceklerini fark ederler. Bu bilince ulaşan teşebbüslerin, başta fiyat konusunda olmak üzere stratejik kararlar alırken rakiplerinin muhtemel tepkilerini de göz önünde bulundurmaları neticesinde, teşebbüsler arasında herhangi bir iletişim olmaksızın, pazarda paralel davranışlar oluşabilmektedir. Endüstriyel ekonomi literatürü rekabete dayalı davranış yerine eş güdümlülüğün kaçınılmazlığına yol açacak faktörlere dair yardımcı bilgiler vermektedir. Literatür, Oyun Teorisi davranış modellerine büyük önem vermektedir. Yukarıda belirtildiği gibi oligopol oyununda bir avuç oyuncunun farklı piyasa çevrelerine ve saiklerine nasıl tepki göstereceğine ilişkin öngöründe bu bilgiler oldukça aydınlatıcıdır.⁴⁹⁷

Oyun teorisi, davranış psikolojisi ve matematik modellerinin bir karışımıdır. Onlar bu alanda ortaya çıkan sorunlara net cevaplar sunmasalar da oligopol davranışa nüfuz noktasında çok yararlıdırlar. Oyun Teorisi, işbirliği davranışlarının aşağıdaki şartlarda meydana geleceğini öngörmektedir:

—Tekrar eden oyunlar: Aynı oyun minimal farklılıklarla tekrarlandığında istikrarlı işbirliği çözümlerinin çıkması yüksek ihtimaldir. Hareketler arasında zamansal boşlukların fazla olması ya da oyuncuların kaynak ve kabiliyetlerinin çok farklı olduğu durumda bireysel rekabetçi davranışların sergilenmesi muhtemeldir.

-Tanıdık oyuncular: Oyuncuların sayısındaki değişmeler belirsizliği artırır ve işbirliği şansını azaltır. Sabit sayıdaki oyuncuların olduğu oyunlarda, ki onların her biri diğerinin davranışını bilir; maksimum istikrar vardır. Benzer şekilde, oyuncuların sayısı ne kadar az ise benzer davranışların sergilenme ihtimali ve işbirlikçi sonuçları doğuracak reaksiyonları öngörmek o kadar kolay olur.

⁴⁹⁷ RIDYARD, a.g.m., s. 264.

- Kazananı olmayan: Eğer oyuncular bütün rekabetçi eylemlerinin rakiplerince güçlü bir şekilde karşılanacağı görürlerse hiçbir oyuncunun ilk adımı atmayacağı söylenebilir.

- Sıfır toplamı: Oyunculardan hiçbirinin kazanamadığı oyunlarda rekabet anlamsızdır. Ancak eğer ilerleyici davranışlar başkalarına az ya da hiç zarar vermeden saf kazançlara yol açarsa, bu kazançlara ulaşmak konusunda oyuncuların bireysel politikaları tercih etmeleri daha yüksek bir olasılıktır.

- Şeffaflık: İşbirlikçi oyun çözümleri bütün katılımcıların, diğerlerinin, anlaşma yapılan işbirliği stratejilerine uyumlu davrandıklarını kontrol edebilmeleri için her şeyden önce şeffaflık olmalıdır. Rakibi ya da işbirliği üyesini rahatsız eden bir ortak kaygı şu gerçektir; bütün diğerleri yapmamak kaydıyla işbirliği anlayışını eğer biri çiğner ya da kötüye kullanırsa (hile yaparsa) o daha da iyi konuma gelebilir. Oyuncuların gerçek davranışlarına ilişkin şeffaflık olmadığı sürece en iyi oyun planları bile iskambil kağıtları gibi yıkılabilir. Oyun ne kadar komple olursa, kurallara bağlılığı gösteren mekanizma da o denli detaylı olmalıdır.⁴⁹⁸

Oligopolistik bağımlılık neticesinde oluşan bilinçli paralelliklerin rekabet hukuku anlamında ihlal olup olmadığı ve müdahale edilip edilemeyeceği konusunda mutabakata varılmış değildir. Bu konudaki görüşleri Harvard Okulu ve Chicago Okulu görüşleri olmak üzere iki grupta ele almak mümkündür.

3.2.3. Oligopolistik Bağımlılığa İlişkin Görüşler

3.2.3.1. Harvard Okulu

Oligopolistik bağımlılığın rekabet ihlali olup olmadığı konusundaki ilk teori Harvard Okulu teorisidir. Bu teori Bain ve Turner tarafından geliştirilmiştir. Turner yaptığı hukuki analizlerinde büyük ölçüde Chamberlin'in ekonomik analizlerinden

⁴⁹⁸ RIDYARD, a.g.m., s. 265.

yararlanmışır.⁴⁹⁹ Turner 'a göre, oligopolistik bağımlılık neticesinde oluşan paralel davranışlar pazarın yapısı göz önünde bulundurulduğunda rasyonel bir davranıştır ve kaçınılmazdır. Her bir oligopolist kendi karını en yüksek düzeye çıkaran üretim miktarını belirlerken rakiplerinin muhtemel tepkilerini de göz önünde bulundurmak zorundadır. Rakiplerinin vereceği tepkileri gözardı etmek demek rasyonel davranmamak demektir. Rekabet otoritelerinin teşebbüslerden rasyonel davranmamalarını isteyemeyeceğini belirten Turner, oligopolistik bağımlılık neticesinde oluşan paralelliklerin ihlal niteliğinde bir anlaşma olarak kabul edilemeyeceğini ileri sürerek rekabet hukukunda bir boşluğun olduğuna işaret etmiştir. Turner ayrıca, piyasanın yapısından kaynaklanan paralel davranışları önlemek için piyasadaki büyük teşebbüslerin bölünmesi yoluna gidilebileceğini, ancak bunun da etkin bir yol olmadığını belirtmiştir.⁵⁰⁰

3.2.3.2. Chicago Okulu

Chicago Okulu Teorisi olarak bilinen görüşe göre, oligopolistik piyasa yapısı ile oligopolistik davranış arasındaki nedensellik ilişkisi Harvard görüşündeki gibi veri olarak kabul edilemez. Başka bir ifadeyle, bir piyasanın oligopolistik özellikler göstermesi, o piyasada rekabetçi olmayan paralel davranışların kendiliğinden ortaya çıkacağı anlamına gelmez. Bu görüşün savunucularından Posner, özellikle Harvard görüşünün dayandığı temel varsayımları eleştirmiştir. Posner'a göre, bir oligopolistin fiyat indirmesi karşısında rakiplerin satışlarının olumsuz etkileneceği ve tepkilerine neden olacağı yönündeki varsayım abartılmıştır. Fiyat düşüren oligopolist sadece rakiplerinin müşterilerini çekerek değil, daha önce piyasada alım yapmayan teşebbüslere de mal satarak satışlarını arttırabilecektir. Ayrıca, fiyat indirimi karşısında, piyasanın şeffaf olmaması veya kapasite problemleri gibi nedenlerle rakiplerin anında cevap vermeleri mümkün olamıyorsa fiyat indirimi cazip hale gelecektir. Dolayısıyla, oligopolistik piyasadaki bir teşebbüsün, rakipleri karşı misilleme yapacak diye fiyat

⁴⁹⁹ J.E. LAPOTKA, "Solving the Oligopoly Problem: Turner's Try", *The Antitrust Bulletin*, Winter 1996, s. 869.

⁵⁰⁰ D. TURNER, "The Definition of Agreement Under The Sherman Act: Conscious Parallelism and Refusals to Deal", *Harvard Law Review*, Volume 75, 1962, s. 671.

indirimi yapmaktan kaçınacağı varsayılmaz. Rekabetçi olmayan uygulamaların gerçekleştirilmesi konusunda teşebbüsler arasında zımni bir irade uyuşmasının varlığı anlaşmanın ispatı için yeterlidir. Dolayısıyla, Posner'a göre, oligopolistik piyasalarda gözlenen rekabetçi olmayan davranışlarla mücadelede Harvard görüşünün iddia ettiğinin aksine bir boşluk bulunmamaktadır.⁵⁰¹

3.2.4. Oligopolde Taklit ve Kanaat Öğrenimi

Bir oligopolün miktar belirleyen tripol tipi deneyinde, davranışa ilişkin dinamiklerin üç türünün etkisini test edilebilir. Birincisi başarılı firmayı taklit etmektir. İkincisi, örnek alınacak firmanın izlenmesi üzerine geliştirilen kurallar ve üçüncüsü kanaat öğreniminin kurallarıdır.

Teorik olarak davranış kurallarının bu üç türü sırasıyla rekabetçiliğe, gizli anlaşmaya ve Cournot-Nash sonucuna götürür. Ortaya çıkan sonuçlar geniş ölçüde, anlaşmalar, davranışsal kurallar ve çıktılar arasında varsayılan ilişkilerle tutarlıdır.

Her ne kadar miktara dayalı oligopol endüstriyel organizasyonun en çok çalışan modellerinden biri olsa da deneysel olarak sonuçları hakkında çok sayıda belirsizlikler vardır.⁵⁰² Slade tarafından yapılan bir inceleme, çoğu deneysel çalışmaların sonucun tek vuruşluk (one-shot) oyunun Cournot-Nash dengesiyle aynı doğrultuda olduğu hipotezini reddetmektedir. Bunun yanında Cournot-Nash sonucunun her iki tarafında da sonuçlar elde edilmektedir. Deneysel literatürde benzer bir olaylar topluluğu bulunmaktadır. Bir çok deneysel oligopol oyunu, Cournot-Nash üretim seviyelerinden daha yüksek miktarlarla sonuçlanmakta, bir kısmı da daha düşük üretim seviyeleriyle sonuçlanmaktadır.⁵⁰³

⁵⁰¹ ÇELEN, a.g.e., s. 14-15.

⁵⁰² T. OFFERMAN, J. POTTERS and J. SONNEMANS, "Imitation and Belief Learning in an Oligopoly Experiment", *Review of Economic Studies*, No. 69, 2002, s. 973.

⁵⁰³ M. SLADE, "Empirical Games: The Oligopoly Case", *Canadian Journal of Economics*, Vol.: 26, 1994, s. 368-402.

Teorik olarak miktara dayalı oligopol oyununda üç temel model bulunmaktadır: veri piyasa fiyatında her bir firmanın karının maksimuma çıkarıldığı Walrasyan dengesi; diğer firmaların miktar tercihleri verilerek her bir firmanın karının maksimuma çıkarıldığı Cournot-Nash dengesi; ve gizli anlaşma sonucu toplam karın maksimuma çıkarıldığı durum.

Bu modelleri kullanabilmek için, bu modellerin dinamik temellerine bakmak gereklidir. Kanaat öğrenimi ve taklide dayalı bu tür dinamik temellerin deneysel bir araştırmasını Offerman Potters ve Sonnemans yapmıştır. Hem kanaat öğrenimi hem de taklit diğer deneysel otoritelerden destek görmüştür.

Prensipte oyuncular oyunun Cournot-Nash dengesini bulmak için çaba sarfetmeli ve ona göre oynamalıdır. Bununla birlikte karar maliyetleri (decision cost) onların böyle yapmasına engel olabilir. Özellikle karşılıklı dengeyi anlamının ve en iyi tepki stratejilerini bulmanın önemli olduğu düşünüldüğünde. Oyuncuların bilgisel çaba ve karar maliyetlerinde odaklanan stratejiler aradıklarını farz etmek mantıklı olabilir; Böylece en iyi tepki tutumundan sapmalar deneye ve tecrübeye dayalı çalışmalarda gözlenen Cournot-Nash sonucundan sapmaları açıklayabilir.⁵⁰⁴

Bu analizin başlangıç noktası, simetrik oligopolde taklide dayalı bir kuralın etkisi üzerine Vega-Redondon'un yaptığı çalışmada elde ettiği sonuçlardır.⁵⁰⁵ Vega-Redondon, eğer firmalar en başarılı firmanın miktar seçimini taklit etme eğiliminde iseler, endüstrinin de rekabetle ilgili sonuçları geliştirme eğiliminde olacağını göstermektedir. Başarılı firma en yüksek kara sahip olan firmadır. Tipik olarak bu firma diğer firmalardan daha yüksek miktarlarda üretim yapmaktadır. Böylece bu yaklaşım Walrasyan dengesi için dinamik davranışa ilişkin temel sağlamaktadır.

Sonuçlar genel anlamda sezgiye dayalı değildir. En karlı firmanın tercihlerini taklit ederek endüstri tamamen karsız bir sonuca doğru ilerler. Bu sebeple Bandura'nın ifadesiyle Sinclair tarafından da öngörüldüğü gibi bireylerin ve grupların

⁵⁰⁴ OFFERMAN, POTTERS ve SONNEMANS, a.g.m., s. 974.

⁵⁰⁵ F. VEGA-REDONDON, "The Evaluation of Walrasian Behavior", *Econometrica*, 65, 1997, s. 375-384.

ilgileri arasında kısmi bir çatışma varken taklitçiler için “haini” taklit etmektense “azizi” izlemek daha makul olabilir. Sosyo-psikolojik literatürde işbirlikçi veya fedakar faaliyetlerin diğerleri için örnek teşkil ettiğini varsaymak ta yaygındır.⁵⁰⁶ Oligopol oyununda örnek alınan firma – eğer tüm firmalar tarafından izlenirse – diğer firmalardan herhangi birini izlemeye oranla daha yüksek karlar elde edilmesini sağlayacak miktarda üretim yapar. Örnek alınan firma tipik olarak en az üretim yapan firmadır. Örnek teşkil etmeyen firmaların geçerli (örnek) miktarı seçmeleri gerektiğini savunan üç kuraldan söz edilebilir. Bu kurallar sadece, örnek alınan firmanın tercihlerini örnek alınmayan firmalarınkilere göre yapması durumunda farklılıklar gösterirler. Firmalar bu kurallardan herhangi birini kullanırlarsa endüstri gizli anlaşma (collusion) sonucuna doğru evrilecektir.

Kanaat öğrenimi yaklaşımı tamamıyla farklı bir davranış temeli ortaya koyar. Bu yaklaşıma göre firmalar oyunun tarihinin geleceğe dair bilgi vermesi varsayımını temel alan diğer firmaların seçimleriyle ilgili kanaatler geliştirirler, kanaatlerine göre firmalar uzaktan uzağa, miktarı, en yüksek kar beklentisiyle seçerler.

Bazı piyasa yapılarına göre hem en iyi tepki öğrenimi hem de hayali oyun, baştaki oyundan bağımsız olan Cournot-Nash dengesinde kesirler.

Böylece miktar belirleyen oligopoldeki üç sabit modelin her biri farklı bir davranış kuralında bulunabilir. Teorik sonuçlar, büyük bir alana dağılmış olan deneysel çıkarımlarla nasıl uzlaştırılabilir? Firma sayıları az ise, iletişim, bilgi ve piyasa mekanizmasının oyun üzerinde gözle görülür etkileri vardır. Bu etkiler çevreye özgü detayların özel bir dinamik davranış kuralı ortaya çıkarması ve özel dinamik kuralın özel bir modele öncülük etmesidir. Özellikle diğer firmaların performansı ve seçimleri hakkındaki geri besleme⁵⁰⁷ (feedback) türü karar maliyetlerini etkileyebilir ve dolayısıyla alternatif stratejilerin kullanımını da etkileyebilir. Bazı geri beslemeler en

⁵⁰⁶ A. BANDURA, *Social Foundations of Thought and Action, a Social Cognitive Theory*, New Jersey, Prentice-Hall, 1986.

⁵⁰⁷ Bir sistemde sistemin ürettiği kimi sonuçların veya çıktılarının bazı özelliklerinin söz konusu sistemin yeniden üretilmesi sürecinde düzenleyici bir işlev yerine getirmesi durumu, Ö.DEMİR ve M.ACAR, *Sosyal Bilimler Sözlüğü*, İstanbul, Ağaç Yayıncılık, 1992, s. 147.

başarılı firmayı taklit etmeye yardımcı olabilir ve endüstriyi Walrasyan dengesine yönlendirebilir. Diğer geri beslemeler örnek firmayı izlemeye veya kanaat öğrenimine yardımcı olabilir ve böylece gizli anlaşma veya Cournot-Nash sonucuna ayrı ayrı öncülük edebilir. Deneysel araştırmanın geri besleme türünün tam olarak kontrol edilebilmesi gibi önemli bir avantajı vardır. Böylelikle deneysel bulguların dağılımının bu mevcut örneğinin gücü sınanabilir.⁵⁰⁸

Mümkün olabilecek bir taklit için firmalar, diğer firmaların her birinin seçtiği miktar konusunda bilgiye ihtiyaç duyarlar. Miktarla ilgili tamamen bireyselleştirilmiş bir geri besleme olmadan firmalar örnek firma veya başarılı firmanın seçimini ortaya çıkaramazlar. Bu basit gözlem bizi deneyin esas davranış tarzına götürür. Bu davranış tarzında firmaların diğer firmalarla ilgili haber aldıklarına dair bilgi bir önceki periyotta üretilen miktarların toplamıyla sınırlanır. Bu davranış tarzına varsayımsal olarak Q davranışı adı verilebilir (Q toplam bilgi için bir hafızadır). Taklit olasılığını hariç tutarak bu davranışın kanaat öğrenimi için nispeten uygun olduğunu varsayılabilir.

Diğer iki davranışta Q davranışından daha fazla geri besleme bilgisi elde edilmektedir. Bu kanaat öğreniminden daha az bilgi isteyen taklide dayalı kuralların kullanımını arttırabilir. $Qq\pi$ davranışında firmalar hem miktarlar hem de karlarla ilgili bireyselleştirilmiş geri besleme bilgisi alırlar (q bireyselleştirilmiş miktar bilgisi için bir hafıza iken π kar için aynı işlevi görür). Bu bilgi asgari karar maliyetlerinde mevcut karşılaştırmalı kar tahminlerinde bulunur. Bu sebeple bu davranışın göreceli olarak başarılı firmayı taklit etmek için uygun bir davranış olduğunu varsayılabilir.

Qq davranışında firmalar karlardan çok miktarlarla ilgili bireysel bilgi alırlar. Bu yüzden oyuncular taklit edilebilirler fakat kimin taklit edileceği belli değildir.

Başarılı firmayı taklit etmek fayda sağlamaz tam tersine bazı pahalı müzakereler gerektirir. Böylece $Qq\pi$ formülüyle bağlantılı olarak Qq formülünün aşağıdaki kuralların kullanımını teşvik ettiği varsayılabilir.

⁵⁰⁸ OFFERMAN, POTTERS ve SONNEMANS, a.g.m., s. 975-976.

Konuyla ilgili bir çalışmada Huck, Normann ve Oechssler bağımsız olarak deneysel bir miktar belirleyen oligopol oyununda taklidin rolünü sınamışlardır.⁵⁰⁹ Tezlerindeki temel vurgu deney öncesi bilginin etkisi iken, burada öncelikli olarak deney esnasında elde edilen geri besleme bilgisinin etkisi ele alınmaktadır.

Tablo-3.2: Oyun Modelleri

Modeller	Üç Firmanın Miktarı q_i ($i = 1,2,3$)	Fiyat $P(Q)$	Üç Firmanın Karı π_i ($i = 1,2,3$)
Walrasyan Denge	100	15	500
Gizli Anlaşma Sonucu			
(a) Gerçek Miktar	56.25	22.5	843.75
(b) Tam Sayı Mik.	56	22.55	843.74
Cournot-Nash Dengesi	81	18	729

Bu oyunun üç modeli aşağıdaki gibidir. Birincisi Walrasyan denge, ancak her firma miktar q^w 'yi üretirse sağlanabilir. İkincisi gizli anlaşma sonucuna ancak ve ancak her firma q^c miktarını üretirse ulaşılabilir. Üçüncüsü, Cournot-Nash dengesine ancak ve ancak her firma q^N miktarda üretim yaparsa ulaşılabilir.

Üç teorik modelin her biri için Tablo -3.2'ye uygun miktar, fiyat ve kar değerlerini göstermektedir. Tezin geri kalanı için alan sabit bir çerçevede ilerleyen $t = 1, 2, \dots$ periyodunda 3 firmanın birbirini defalarca etkilediği bir durumla sınırlandırılmıştır.

Test edilen ilk dinamik kural, firmaların bir önceki süreçte en başarılı olan firmanın seçimini taklit ettiğini varsaymaktadır. Bir taklit kısmının yanı sıra kuralın deneysel bir kısmı da vardır. Eğer bir firma ε olasılığını tecrübe eder ve $(1-\varepsilon)$ olasılığıyla

⁵⁰⁹ S. HUCK, H.T. NORMANN ve J. OECHSSLER, "Learning in Cournot Oligopoly-An Experiment", Discussion Paper, Humboldt University Berlin, 1997.

başarılı firmayı taklit ederse “bir firma başarılı firmayı taklit eder” diyebiliriz. Bir firma deneme yaparsa mümkün gruptan ihtiyari miktar seviyeleri seçer. Bir firma başarılı olanı taklit ettiğinde bir önceki periyotta en yüksek kar elde eden firma tarafından üretilen miktarların aynısını seçmiş olur. Başarılı firma önceki seçimlerini tekrar ederek taklit eder. Buna göre birinci sonuç şudur: Eğer bütün firmalar başarılı olanı taklit ederlerse işlemin tek değişmez tahmini $(q^w \dots q^w)$ $\varepsilon \rightarrow 0$ olur.

Birinci sonuç Vega-Redondo'nun sonucudur. Sonuç göstermektedir ki uzun vadede sadece Walrasyan dengesi geniş bir zaman diliminde gözlenecektir. Çıkarım şöyledir. Firmaların farklı miktarlarda üretim yaptıklarını farz edin. Eğer fiyatlar yüksek miktarda üretim yapan firmanın marjinal maliyetlerinin üzerinde ise, bu en yüksek kar elde eden firma olacaktır. Bu yüzden taklit diğer firmaları bir sonraki periyotta bu yüksek miktarı seçmeleri için teşvik eder. Firmalar, içlerinden biri tecrübe edene kadar bu simetrik yani yarı Walrasyan pozisyonda kalırlar. Eğer bu firma daha düşük bir miktar seçerse daha düşük bir kar elde edip bir sonraki periyotta diğer firmalara dönüşecektir. Bununla birlikte eğer daha yüksek bir miktar seçerse daha yüksek bir kar elde edecek ve bir sonraki periyotta diğer firmalar tarafından taklit edilecektir (fiyat marjinal maliyetlerin üzerinde olduğu sürece).

Bu işlem gitgide Walrasyan çıkarımına doğru ilerler. Walrasyan çıkarımı diğer simetrik çıkarımlardan daha güvenilirdir, çünkü bir firmanın tek taraflı sapması diğer firmalar tarafından taklit edilmeyecektir.

Taklide dayalı diğer kurallar firmaların endüstriyel kar perspektifinden en iyi örnek teşkil eden firmayı izlediklerini farz etmektedirler. Örnek firma bütün firmalar tarafından izlendiği takdirde en yüksek kar toplamını verecek olan miktara sahip firmadır. (Firmalardan biri) burada sözü edilen bütün kurallar şunu varsayar; örnek teşkil etmeyen firmalar örnek alınan miktarları seçmektedirler. Aşağıdaki kurallar literatürde standart olmadığı için bu kurala örnek teşkil eden firmanın seçimlerini örnek teşkil etmeyeninkiler doğrultusunda yapmasıyla farklılık gösteren üç çeşitleme getirilebilir. “Örnek firmayı izle” kuralına göre örnek firma bir önceki periyottakiyle aynı ürünleri üretmeye devam edecektir. “İzle ve rehberlik et” kuralına göre örnek firma kendisinin bir önceki seçimiyle başka bir örnek firmanın seçimi (eğer kendi seçimi

kabul görmezse diğer örnek olacak firma) ortasında bir miktarı yeğleyecektir. “Diğer örnek firmayı izle” kuralına göre, örnek firma, (diğer firmaların yaptığı gibi) örnek olan diğer firmanın seçimini izler.

Seçimini diğer firmalarınkilere göre yaparak, örnek firma kendisini istismar edilmekten koruyabilir. Hafif bir cezaya başvurarak daha işbirlikçi bir sonuca öncülük edecek bir sinyal verebilir. Farklı kurallar bu iki motivasyon arasında farklı bir denge kurarlar.

İkinci sonuç: Eğer firmalar izleyen gruptan bir kural seçerlerse, işlemin tek tahmini sonucu şu olur. $(q^c \dots \dots \dots q^c) \varepsilon \rightarrow 0$

Sonuç için bir çıkarımda bulunulabilir. Takibin bir aşama sonrasında örnek olmayan firmalar, bir önceki periyotta örnek olan firmayı izleyeceklerdir. Örnek firmanın kendisi daha yüksek bir miktara doğru kaymış olabilir (“İzle ve rehberlik et” veya “diğer örneği izle” kuralları çerçevesinde). Fakat aşağıdaki bir sonraki devri onu şu anda örnek olan diğer iki firmanın miktar seçimlerine geri döndürecek. Son iki firma birbirleri için örnek olduklarından oldukları yerde kalacaklardır. Bu simetrik sonuçtan yola çıkarak ancak firmalardan biri deneyimde bulunup muvazaaya en yakın miktarı seçerse ilerleyeceklerdir. Sonuç olarak bu işlem gizli anlaşmaya (kollüzyon) öncülük edecektir.

Alternatif bir dinamik yaklaşım, firmaların tutumlarını belirlemek için kanaat öğrenimi sürecini kullandıklarını varsaymaktadır. Kanaat öğrencileri diğerlerinin seçim modellerindeki istikrara güvenirlere. Kanaat öğreniminin en basit versiyonu Cournot kuralı veya en iyi tepki olarak bilinir. Bu kurala göre her firma bir önceki periyotta diğer firmalar tarafından üretilen miktarın şimdiki periyotta tekrar üretileneğine inanır. Bir firma öngörüsüz şekilde beklenen kazancını maksimuma çıkarırsa en iyi tepkiyi vermiş olur. Hayali oyun kanaat öğrenimi modelleri sınıfının diğer bir temsilcisidir. Bu kural sadece bir periyottan daha gerisine bakar. Hayali oyunun uyarlanmış bir versiyonuna göre her firma önceki bütün periyotlarda diğer firmalar tarafından üretilen ortalama esas miktara iyi bir tepki seçiminde bulunur.

Kanaat öğrenimi kurallarına bir deney kısmı ilave edilmektedir. Bir firma eğer ε olasılığıyla deney yapar ve $(1-\varepsilon)$ olasılığıyla tahmin edilmiş miktarı seçerse kanaat öğrenimi türünden bir kuralı kullanır. Kanaat öğrenimi genel olarak miktar belirleyen oligopol oyunlarında Cournot-Nash çıkarımına doğru yaklaşmaz. Aslında oligopol oyunu, yaptığına teminat veren hakim durum çözülebilirliğidir.

Deney bazen sonucu Cournot-Nash'tan uzaklaştırır fakat deney yapma olasılığı küçükse işlem, zamanının büyük kısmını dengede harcayacaktır.

Üçüncü sonuç: Eğer firmalar kanaat öğrenimi türünden bir kuralı kullanırlarsa, işlemin yukarıda açıklanan tripol piyasada tek değişmez sonucu şu olacaktır: $(q^N \quad q^N) \varepsilon \rightarrow 0$

3.2.5. Tek Firma ve Oligopolistik Hâkimiyetin Ekonomik Analizi ve Örnek Davalar

Konuyu eksenine oturtmak için bu kısımda AB'de Regülasyona (Tüzük)⁵¹⁰ ilişkin kısa bir özgeçmiş sunmakta yarar var. 1990'da yıllar süren müzakerelerden sonra Tüzük çıkarılmıştır. Bu, mevcut antitröst yasalarına çok önemli bir katkı sağlayacak bir enstrüman olarak görülmektedir. Avrupa rekabet hukukunun temeli olan Roma Antlaşmasının rekabeti önleyici anlaşmalar ve kartellere karşı düzenlemeler içeren 81. maddesi yanında, 82. maddesi de hâkim durumu ve hâkim durumun kötüye kullanılmasının yasaklanmasını düzenler.⁵¹¹

Tüzük AB Komisyonuna birleşme yapan firmalara toplumsal boyut kazandırma gücünü de verir. Bunlar geniş ve trans Avrupa Birliği birleşmelerini de içine alacak şekilde “sermaye devri” (turnover) kriterine göre tanımlanır.

⁵¹⁰ Burada kastedilen regülasyon Avrupa Topluluğu Birleşmelerin Kontrol Tüzüğü'dür. Orijinal adı “Council Regulation (EEC) 4064/89 of December 1989 on the Control of Concentrations Undertakings” dir. Bu çalışmada kısaca Birleşme Tüzüğü veya Tüzük olarak anılacaktır.

⁵¹¹ D. RIDYARD, “Economic Analysis of Single Firm and Oligopolistic Dominance under the European Merger Regulation”, *ECLR*, No. 5, 1994, s. 255.

Tüzüğün en büyük başarısı, onun One stop Shop olarak Euro birleşmelerini düzenleyerek onaylamadaki elverişliliğidir; ayrıca Birleşmeler Yetkili Komisyonu'nun (Mergers Task Force) vakaları çözmede gösterdiği çabukluk da bu Tüzüğün en büyük başarısı olarak kabul edilmektedir. Bildirilen anlaşmaların % 90'ından fazlası dört haftalık bir incelemeden sonra çözülmektedir. Ciddi rekabet kaygıları doğuran anlaşmalar ise çok daha detaylı ve yoğun dört aylık bir araştırmaya ihtiyaç duymaktadır.

3.2.5.1. Tek Firma Hâkimiyeti

Resmi olarak, birleşmeleri incelemek konusunda Komisyonun görevi, onların ortak pazar ile uyumlu olup olmadığını değerlendirmektir. Bu uyumluluk testi Tüzüğün 2. maddesinde ifade edilmiştir. Şöyle ki; eğer bir birleşme veya devralma bir firmanın hâkim durumunu daha da güçlendirerek onu daha kuvvetli hale getirecekse -ki bu rekabeti büyük ölçüde engelleyecektir-, bunun ortak pazar ile uyumsuz olacağı ilan edilecektir. Uygunluk testinin doğal yorumu bu Tüzüğün bir firmanın piyasada hâkim duruma gelmesini önlemek olacaktır. Oligopolistik sorunlara eğilmenin öneminin nispeten son zamanlardaki keşfine kadar, Tüzüğün tek firma hâkimiyetini temel hedef edinme amacı izlenimi, komisyonun yazılı kararlarıyla teyit edilmiştir.

3.2.5.1.1. Piyasa Payı Testleri ve Piyasa Tanımı

Komisyon kendisini resmen her hangi bir piyasa payı eşliğinin nasıl tanımlanacağı konusunda angaje etmemiştir, ancak şüphe yok ki birleşme sonrası piyasa payı temel göstergedir. Pratik olsun diye, %40'lar civarında bir piyasa payı gayri resmi olarak eşik kabul edilebilir.

Bu % 40'lık bir eşik sadece tek yönlü olarak işlevseldir; böylelikle biraz legal kesinlik sağlamaktadır. % 40'lık birleşme sonrası payın altındaki durumlar için Komisyonun tek şirket hâkimiyetinin bir tehdit oluşturduğuna ilişkin her hangi bir kararı yoktur. Ancak bu konuyla ilgili bir uyarı söz konusudur: Piyasanın tanımlanma biçimi Komisyonun yetkisi dâhilindedir.

Birleşme sonrası piyasa payının % 40'ı aştığı ve bu durumun ortak pazar ile uyumlu olduğunun belirtildiği davalar da vardır. Bu davaların çoğunda yüksek piyasa

payının nasıl tolere edileceğine yönelik açıklamalardan ziyade Komisyon, ekonomik mülahazalarla çelişik bir yaklaşıma başvurmuştur.

Alcatel/Telettra kararında,⁵¹² örneğin Komisyon bu davayı temize çıkarmıştır. Bu davada iki firma bir araya gelerek İspanyol telekomünikasyonunun bazı ekipmanları alanında her biri % 40 paya sahip olmuştu. Bunun aklanma gerekçelerinde Telefika örneğin, Avrupa'nın başka bir ülkesindeki bir şirketten bu ürünleri alabilirdi. Şayet bu analiz doğru ise antitröst amaçlı ilgili coğrafi piyasa Avrupa Birliği idi, İspanya değil. Ayrıca birleşme sonrası pay % 80'lerin çok altındaydı. Eğer İspanyol olmayan tedarikçiler yerel üreticilere etkin alternatif olmasalardı, Komisyonun işlemin ortak pazara uygunluğunu bildirmesi yanlış olurdu.

Buradaki gibi anomalilerin eleştirisi, Komisyonun piyasayı çok daha katı tanımlamasına yol açtığına ilişkin işaretler olduğu yolundadır. Tüzüğe göre yapılan piyasa tanımlaması, kabul edilen ikamelerin fonksiyonel özelliklerine ilişkin tesadüfi gözlemlere dayanmaktadır, ancak Komisyon artık fiyat korelasyon testlerini ve müşteri satın alma modlarını, niyetlerini ilgili piyasaya ilişkin görüşün tayininde kullanmaya başlamıştır.⁵¹³ Yani ABD'den sonra Avrupa Birliği'nde de rekabet ihlaline ilişkin vakalarda artık ekonomik analizler ve kantitatif teknikler kullanılmaya başlanmıştır.

Komisyonun artık yeterince tecrübeli olduğu düşünülmektedir. Komisyon mevcut uygulamaları ile birleşme analizlerinin amacını tayin açısından pazar sorununa nasıl yaklaşması gerektiği hususunda genel geçer kodlara sahiptir. ABD'de, Federal otoriteler Yatay Birleşmeler Rehberi sayesinde böyle bir role sahiptir. Bu rehberler tartışmayı tamamen ortadan kaldırmaları da onların önemli bir güvenilirliği bulunmaktadır.

Piyasa tanımına yönelik daha katı yaklaşımlarda bile, bazı durumlarda %40 eşliğini aşan birleşme sonrası paylar uygun görülmüştür, çünkü potansiyel rekabet ve diğer rakipler, firmanın rekabetsiz bir şekilde faaliyet göstermesine engel olacaklardır.

⁵¹² Alcatel/Telettra (IV/M.042), 12 April 1991.

⁵¹³ RIDYARD, a.g.m., s. 256.

3.2.5.1.2. Tek Firma Hâkimiyetine İlişkin Vakalar

Ortak pazar ile uyumsuz olan, birleşme sonrası hâkim durumu kuvvetlendiren, ona hız kazandıran piyasa özelliklerini daha iyi anlamak üzere iki davaya bakmak oldukça yararlı olacaktır; bu iki davada da nispeten olumlu olan birleşme sonrası paylar uygunsuzluk durumuna yol açmıştır.

ATR/de Havilland davasında, uçak seferlerinde dünya piyasasının % 50 payına birleşme sonrası sahip olunması, ortak pazarla uyumsuz bulunmuş ve işlem bloke edilmiştir. **DuPont/ICI**⁵¹⁴ davasında ise birleşen firmaların birleşme sonrası Avrupa Birliği piyasasında naylon halı ipliğinin % 43'lük payına sahip olacak olmaları uygunsuzluk bulgularına itmiş; bununla birlikte DuPont'un teklif ettiği yükümlülükler davanın şartlı aklanmasını sağlamıştır.

ATR/de Havilland davasında komisyonun uygunsuzluk bulgularını ortaya çıkarmasına neden olan temel özellik birleşme sonrası firma ile onun en yakın rakibi arasındaki farktır. Birleşme sonrası rakip konumda olacak olan Saab'ın payı % 19'dur ve bu pay birleşme sonrasında ATR/de Havilland grubunun hacminin yarısından az olacaktır. Aynı zaman da bu faktörler birleştiğinde riski artıracak ve piyasaya yeni girişleri önleyecektir. Ayrıca Komisyon, ürün çeşidi ve ölçeğini dikkate aldığı bu durumun birleşen grup tarafından rakiplere karşı dışlayıcı davranış ihtimalini artıracığı sonucuna varmıştır.

Taraflar savunmalarında delil olarak birleşmeden kaynaklanan kesin bir etkinlik kazancının ortaya çıkacağını ileri sürmüşlerdir. Ancak bu iddialar sadece Komisyonun, rakiplerin ulaşmalarının imkânsız olacağı bir faydaya birleşik grubun erişeceğine ilişkin görüşünü teyit etmiştir. Etkinlik savunması (efficiency defence) bu vakada davanın aklanma şansını ortadan kaldırmıştır.

Du Pont/ICI vakasında da benzer faktörler listesi kullanılmıştır. Du Pont ile diğer oyuncu arasında hacim bakımından bir boşluk (gap) olacaktı ve Du Pont bir takım

⁵¹⁴ Du Pont/ICI (IV/M.214), 30 September 1992.

avantajlar elde edecekti. Çünkü onun daha zengin ürün yelpazesi, daha entegre üretim teknolojisi, markalı iplikleri ve daha üstün AR-GE'si vardı.

ICI ile naylon halı ipliği işinde Du PONT'un birleşmesine karşı yeterince apriori bir endüstriyel mantık vardır. Açık olmayan ise Du Pont ile rakipleri arasında piyasada yaratılacak somut avantajın kabul edilip edilmeyeceğidir. Son pazar gelişmelerine ilişkin kararda sözü edilen delil, ölçeğin faydaları ve piyasa liderliği iddialarıyla çelişme eğilimindedir. Gerek ICI gerekse Du Pont'un son yıllarda piyasa payları düşmektedir, buna karşın üç daha küçük oyuncu ise (Aquofil, Rodizi ve Akzo) ya pozisyonlarını korumuş ya da daha da büyütmüşlerdir.

Bu itibarla, bu vakadaki hâkimiyet bulguları arkasındaki rasyonalite, geleneksel endüstriyel argümanlarda saklıdır; bu argümanlar da alan ve ölçek faydalarına ilişkindir (Economics of scope or scale).

Bu davaya ilişkin aklanma adına empoze edilen şartlar, Komisyonun endüstriyel avantaj ve hakim duruma ilişkin görüşlerini yansıtmaktadır. DuPont sadece birleşme sonrası payını hakimiyet eşiğinin altına çekecek ölçüde satıma zorlanmakla kalmamış, o aynı zamanda ICI'nın halı iplik markasını ve AR-GE imkanını da satmaya zorlanmıştır. Benzer bir durum Shell/Montecatini⁵¹⁵ olayında da söz konusu olmuştur. Davanın aklanmasında birinci şart, Montecatini'nin sahip olduğu polipropilen teknolojisinin diğer ortaklıklarından ayrı tutulmasıydı ve bu yönde de karar verilmiştir.

3.2.5.2. Yüksek Piyasa Paylarının Uygunluğunu Deklare Eden Davalar

ATR/de Havilland ile DuPont/ICI'den çıkarılacak şablon, birleşme sonrası firma ile onun en yakın rakipleri arasındaki endüstriyel kapasite ve hacimdeki farklılığın varlığıyla ilişkili tek firmanın hakim durumudur. Komisyonun hakim durum düşüncesine ilişkin olarak bunun bir anahtar olduğu izlenimi, yüksek payların ortak pazar ile uyumluluğunu bildirildiği vakalarla iyice teyit edilmektedir.

⁵¹⁵ SHELL/MONTECATINI, (IV/M.269), 8 June 1994.

Varta/Bosch⁵¹⁶ vakasında Alman piyasasında araba baterilerinin % 44'üne birleşme sonrası dönemde sahip olunması hakim durum addedildi, taki aynı dönemdeki Magneti Marelli/CEAc⁵¹⁷ Fiat'ın Alman piyasasına girmesine izin verinceye kadar. Her ne kadar Fiat'ın Alman piyasasındaki payı %10 olsa da Komisyon, güçlü bir rakibin doğacağına ve onun birleşme öncesi her bir şirketin ayrı ayrı potansiyellerinin toplamından çok daha büyük olacağına ikna olmuştur.

Mannesmann/Hoesch⁵¹⁸ vakasında Komisyon davayı aklamıştır. Bu davada taraflar Alman çelik gaz boruları piyasasının % 60'ından fazlasına sahip olacaktı. Bu piyasa payı şu gerekçeyle kabul edilmiştir; Mannesmann/Hoesch, British Steel, Usinor-Sacilor ve diğerleri ile potansiyel ve gelişen bir rekabetle karşılaşacaklardı.

Rhône Poulenc/SNIA II⁵¹⁹ kararında Komisyon Avrupa pazarının naylon tekstil iplikleri piyasası alanında % 42'lik bir paya sahip olacak bir ortaklığı akladı. Her ne kadar onun piyasa payı neredeyse Du Pontun iki katı olsa da Du Pont'un dünya çapındaki ünü ve kaynaklarının yeni birlikteliklere zemin hazırlayacağı düşünülmüştür.

Bu kararlar Komisyonun birleşme sonrası firmaya, rekabetçilik ve endüstriyel yetenekler açısından güvenme derecesini gösterir; ve bu mülahazalara ilişkin delil, Komisyonca piyasada gözlemlenen davranışların üzerine oturmaktadır. Böylece, Mannesmann/Hoesch'deki birleşme sonrası gruba, İngiliz ve diğer çeliklerin mukayese edilebilir yetenekleri, onların Alman piyasasında az ya da hiç ticari başarı gösteremeyecekleri gerçeği üzerine müsaade edilmiştir. Bu Du Pont/ICI ile tam karşıt bir durum arz etmektedir.

3.2.5.3. Oligopolistik Hâkimiyet

Tüzük 2(3) maddesindeki uyumluluk testinin Komisyona birleşmelere itiraz etme izni verdiğini ve bu itirazın şu şarta bağlı olduğunu yukarıda söylemiştik; Şayet

⁵¹⁶ VARTA/BOSCH (IV/M), 31 July 1991.

⁵¹⁷ MAGNETI MARELLI/CEAc (IV/M.043), 29 May 1991.

⁵¹⁸ MANNESMANN/HOESCH (IV/M.222), 12 November 1992.

⁵¹⁹ RHÔNE POULENC/SNIA II (IV/M.355), 8 September 1993.

onlar piyasada hâkim duruma gelirlerse; hâkim bir durum yaratır ya da o güce erişilirse, bu durumda en tabii yorum; Tüzüğün piyasada böyle bir durumu engelleyecektir.

Ancak, antitröst gözlemciler tarafından bilinmektedir ki, sadece bu dar amaçla sınırlandırılmış bir birleşme kontrol politikası konsantre oligopolistik piyasalar söz konusu olduğunda çok ciddi “kör spotlara” sahiptir. Ekstrem bir durum olarak, piyasa liderinin % 51 paya sahip olduğu bir durumda ikinci ve üçüncüyü bir araya getiren bir birleşme, birleşme öncesi Herfindahl-Hirschman Index’ine (HHI)⁵²⁰1200 puan daha katar ki bu index 3800’dür ve böyle de olsa hala hâkim bir firma yaratmamış olur. ABD Yatay Birleşmeler Rehberinde bu tür bir birleşme yüksek risk kategorisi içinde değerlendirilmektedir. Aynı durum Alman Birleşme Kontrol Sisteminde de geçerlidir; üç firmanın birleşmesi ile birleşme sonrası pay % 50’yi geçtiği takdirde durum, rekabetin kısıtlanacağı yüksek riskini içermektedir. İngiltere’de birleşmeler politikasında -ki onda legal koşullar açık uçludur- kamu yararıyla çeliştiğine hükmedilen çok açık birleşmeler vardır; hatta bu birleşmeler doğrudan hâkim duruma yol açmazlar.⁵²¹

3.2.5.3.1. Nestle/Perrier Kararı

Tüzüğün kabul edilmesini takiben Komisyonun oligopolistik kör spotu önlemek üzere geliştirdiği kararlılığın işaretleri görülmüştür. Tüzüğün 2(3) maddesindeki uygunluk testi oligopolistik hakimiyeti kuşatacak şekilde ve hâkim durum yorumu genişletilerek yapılmıştır. Bu yeni kavram, Alcatel/AEG Kabel⁵²² birleşme kararına ilk kez girmiştir ve Nestle/Perrier⁵²³ birleşme kararında ortak pazar ile uyumsuzluğu ilan ederken ilk kez kullanılmıştır.

Bu dava, Fransız pazarındaki şişe mineral suyu için klasik bir oligopol durumu sunmaktadır. Nestle’nin Perrier’i alışı piyasadaki aktörlerin sayısını 3 ten 2 ye

⁵²⁰ HHI tekniğine ilişkin olarak ilerde “Piyasa Tanımı ve Piyasa Gücünün Ölçülmesinde Kullanılan Kantitatif Yöntemler” başlıklarında ayrıntılı bilgi verilecektir.

⁵²¹ RIDYARD, a.g.m., s. 257.

⁵²² Alcatel/AEG Kabel (IV/M.165), 18 December 1991.

⁵²³ Nestle/Perrier (IV/M.190), 22 July 1992.

indirecekti ve Nestle ile BSN'nin her birinin piyasa payını % 44 yapacaktı. Birleşme sonrası piyasa yapısı, bu nedenle Komisyonun Varta/Bosch davasında İspanyol piyasasının araba bataryalarında ihmal ettiği durumla büyük ölçüde benzerdir.

Şayet Nestle'nin Perrier'i almasına izin verilseydi Nestle ve BSN'nin oligopolistik bir hakimiyete sahip olacaklarına ilişkin karar şu görüşe bina edilmiştir; piyasanın doğası ve aktörlerin oynama biçimi nedeniyle BSN ve Nestle bir birleriyle rekabet etmeyi tercih etmeyeceklerdir.

Birinin rekabetçi davranışı diğer tedarikçilerin faaliyetlerinde büyük etkiye neden olacak ve bu durum çok güçlü reaksiyonlar oluşturacak ve iki tedarikçiye de zarar verecekti. Onların karşılıklı bağımlılığı ortak bir çıkar alanı yaratacak ve anti rekabetçi uygulamaları bu durum oluşturacaktı.

Birleşme sonrası davranışa ilişkin bu yargılama, fiyat şeffaflık derecesi, pazarın gelişmişliği ve bu iki firmanın rakip olmak yerine birbirleriyle anlaşacakları düşüncesi üzerine inşa edilmiştir. Komisyonun kararı yine muhtemelen davanın genel doğal yapısı tarafından da etkilenmiştir. Nestle'nin Perrier fiyat teklifi Ifint'in karşı fiyat teklifi ile rekabetteydi, üçüncü bir grup Fransız pazarına taze bir soluk getirebilirdi. Ayrıca Nestle'nin fiyat teklifi BSN'ye geçecek olan bazı markaların alım koşullarını da içermektedir. Komisyon iki firmanın işbirliği içinde olduğu konusunda endişeliydi. Nestle'nin marka satımı işleminin, tek şirket egemenliğine hükmedilmesine engel olma düşüncesine dayandığı ve böylelikle Komisyon'un Tüzüğe göre oligopolistik piyasa yapısı sonucuna varmakta güçlüklerle karşılaşabileceği ihtimaline dayalı idi. Eğer böyleyse oligopolistik hâkimiyet kavramını icat etmek için daha iyi bir neden düşünülemez.⁵²⁴

Nestle ve BSN'nin tek bir firma gibi işleyeceği konusunda kendisini ikna ettikten sonra Komisyon, tek firma egemenliğinde uygulandığına benzer şekilde ortak firma egemenliğine de hâkim durum testini uyguladı. Bu davada iki lideri diğerlerinden ayıran faktörler şunlardı: büyüklük farkı, coğrafi alan, firmanın marka isminin gücü.

⁵²⁴ RIDYARD, a.g.m., s. 259.

Firmanın marka isminin gücü ürünlerinin fiyatıyla ve perakendecilerin davranışlarıyla ölçülmekteydi.

Böylece, oligopolistik hâkimiyet yaklaşımı tek firma hâkimiyetiyle hemen hemen aynıdır. Sadece fark oligopolistik hâkimiyetin üyelerinin sanki tek bir firma gibi hareket edeceklerine dair düşünce, oligopolistik hâkimiyet yaklaşımını anlamada ana noktadır.

3.2.5.3.2. Oligopolistik Hâkimiyete AB Yaklaşımı

Her ne kadar endüstriyel ekonomi literatürü ve çoğu mahkemedeki rekabet içtihatları oligopollerle ilgili çok şey söyleyecek olsalar da, Komisyon'un bu alanda ciddi yanlış yapmaksızın birkaç on yıl rekabet politikasını iyi işlettiği söylenebilir. Onun en yakından ilgilendiği davalar 81. madde ile ilgili olanlardır. Fakat 81. madde rakiplerin eylemlerinin akıllıca takip edilmesinin ötesine geçen koordineli davranışlarla ilgilidir. Bunun gibi oligopol problemleri, davranışla ilgili olarak Tüzüğe göre analiz edilmektedir.

Piyasa tanımındaki gibi, Komisyon'un bazı rehberlik yayımları yapması yararlı olacaktır; bu O'nun gücünü, oligopol sorunlarına yöneltmeye konsantre olmasını sağlayacaktır. Komisyonun bu konuya en iyi yaklaşımı Komisyon Özel Kurulu (Task Force Official) tarafından basılan çalışma ile olmuştur; bu çalışma oligopolistik hâkimiyeti tanımlamak üzere aşağıdaki ulusal testi icra etmektedir.

Temel sorun, birleşme sonrası şirketler, piyasada eşgüdümlü bir biçimde mi hareket edecekler, aralarındaki rekabetten sakınacaklar mı ya da kartel sayılabilecek tarzda aralarında resmi ve açık anlaşmalara gidecekler mi? Onlar bunu yapabildikleri ölçüde ekonomik teori bize piyasanın monopolistik bir piyasaya yaklaşacağını söylemektedir.

Oyun teorisi, davranış psikolojisi ve matematik modellerinin bir karışımıdır. Onlar bu alanda ortaya çıkan sorunlara net cevaplar sunmasalar da oligopol davranışa nüfuz noktasında çok yararlıdırlar. Oyun Teorisi, işbirliği davranışlarının aşağıdaki şartlarda meydana geleceğini öngörmektedir:

- Tekrar eden oyunlar : Aynı oyun minimal farklılıklarla tekrarlandığında istikrarlı işbirliği çözümlerinin çıkması yüksek ihtimaldir. Hareketler arasında zamansal boşlukların fazla olması ya da oyuncuların kaynak ve kabiliyetlerinin çok farklı olduğu durumda bireysel rekabetçi davranışların sergilenmesi muhtemeldir.
- Tanıdık oyuncular: Oyuncuların sayısındaki değişimler belirsizliği artırır ve işbirliği şansını azaltır. Sabit sayıdaki oyuncuların olduğu oyunlarda, ki onların her biri, diğerinin davranışını bilir; maksimum istikrar vardır. Benzer şekilde, oyuncuların sayısı ne kadar az ise benzer davranışların sergilenme ihtimali ve işbirlikçi sonuçları doğuracak reaksiyonları öngörmek o kadar kolay olur.
- Kazananı olmayan: Eğer oyuncular bütün rekabetçi eylemlerinin rakiplerince güçlü bir şekilde karşılanacağı görürlerse hiçbir oyuncunun ilk adımı atmayacağını söyleyebiliriz.
- Sıfır toplamı: Oyunculardan hiçbirinin kazanamadığı oyunlarda rekabet anlamsızdır. Ancak eğer ilerleyici davranışlar başkalarına az ya da hiç zarar vermeden saf kazançlara yol açarsa, bu kazançlara ulaşmak konusunda oyuncuların bireysel politikaları tercih etmeleri daha yüksek bir olasılıktır.
- Şeffaflık: İşbirlikçi oyun çözümleri bütün katılımcıların, diğerlerinin, anlaşma yapılan işbirliği stratejilerine uyumlu davrandıklarını kontrol edebilmeleri için her şeyden önce şeffaflık olmalıdır. Rakibi ya da işbirliği üyesini rahatsız eden bir ortak kaygı şu gerçektir; bütün diğerleri yapmamak kaydıyla işbirliği anlayışını eğer biri çiğner ya da kötüye kullanırsa (hile yaparsa) o daha da iyi konuma gelebilir. Oyuncuların gerçek davranışlarına ilişkin şeffaflık olmadığı sürece en iyi oyun planları bile iskambil kağıtları gibi yıkılabilir. Oyun ne kadar komple olursa, kurallara bağlılığı gösteren mekanizma da o denli detaylı olmalıdır.⁵²⁵

⁵²⁵ RIDYARD, a.g.m., s. 265.

Bu oyun teorisi öngörülerini endüstri karakterine dönüştürdüğümüzde, oligopolistik hakimiyet sorununun, büyük giriş engellerinin, geniş ortak maliyet şartlarının, mal tipi çıktıların, statik talebin ve satış hacimlerine ve fiyat seviyesine ilişkin yüksek ölçekli şeffaflığın olduğu, teknolojik bakımdan gelişkin sanayilerde çıkma olasılığı daha yüksektir.

Bu tarife en çok uyan sanayiler, çimento, petro-kimya, çelik vb. ki, bunlarda antitröst müdahale tarihi vardır. Bu sektörlerdeki firmaların rakiplerinin hareketlerini, reaksiyonlarını bilmeden ve rakipleriyle uyumlu hale gelmeden -onlara ayak uydurmadan- işlerini nasıl yürüteceklerini söylemek zordur.

İlginç olarak, şişelenmiş minarel suyu, yüksek risk endüstrilerine tam olarak uymaz. Her ne kadar, en azından Fransa'da gelişkin bir endüstri olsa da markanın oynadığı büyük rol nedeniyle temel mal sanayilerinden ayrılmaktadır. Başka yerlerde asıl vurgunun oligopol sorunları üzerine yapılmasına rağmen, Nestle/Perrier kararı bu açıdan daha uzun süre tartışılacak gibi gözükmektedir.⁵²⁶

3.2.5.3.3. AB'de Son Dönemde Oligopole Yaklaşım Örnekleri

Nestle/Perrier kararından hemen sonra Komisyonun oligopole ilgili endişelerine ilişkin bir çok dava vardı. 1993 ün ikinci yarısından itibaren, Komisyon'un bu alana ilgisinde ciddi bir artış gözlemlenmiştir. Nestle periyodu öncesinde hiç bir endişenin olmadığı durumlar da bile artık rutin olarak oligopolistik hakimiyet tartışılmaktadır.

Komisyonun oyun teorisi öngörülerini, oligopolistik hakimiyete karşı işe yarayan piyasa politikasına nasıl dönüştüreceğine dair üç dava şunlardır;

Pilkington-Techint/SIV⁵²⁷ bardak sektöründeki bir pazar,

⁵²⁶ RIDYARD, a.g.m., s. 265.

⁵²⁷ Pilkington-Techint/SIV (IV/M.358), 21 December 1993.

Rhone-Poulenc/SNIA II yukarıda bahsi geçen naylon tekstil tel pazarındaki müşterek yatırım,

Dalmine/Mannesmann/Vallourec (DMV)⁵²⁸ paslanmaz çelik tüp endüstrisindeki üçlü birleşme.

Gelişkin piyasadaki satışların % 60'ından fazlasının iki tedarikçi tarafından kontrol edilmesine ve birleşme sonrası piyasa yapısının kreasyonunu etkileyecek olmalarına karşın bu üç davanın da ortak pazar ile uyumlu olduğu ilan edilmiştir.

Pilkington kararı komisyonun oligopol konusundaki görüşüne nüfuz bakımından oldukça önemlidir. Anlaşma Avrupa float bardak sanayisinde St. Gobain'den sonra Pilkington'un ikincilik konumunu iyice pekiştirmiştir; bundan sonra da üç küçük aktör daha kalmaktadır (Glaverbel/Asahi, PPG ve Guardian). Bunun kartel riski taşıyan bir sektör olduğunu kabul etmekle birlikte Komisyon anlaşmaya yönelik görüşmeyi aklamıştır. Gerekçe ise şuydu: Geri kalan oyuncuların farklı büyüklükleri ve piyasa payları, fazla kapasite, Guardian'ın agresif tavır içine girme beklentisi bu gerekçelerdendi.

Pilkington-Techint/SIV kararında Komisyonun iddiası şuydu; kronik atıl kapasite rekabeti düşük bir olasılık yapmaktadır. Çünkü ekstra birim satıştan kazanılabilecek yüksek kar vardı. Bu sabit maliyetli gelişmiş bütün ağır sanayiler için geçerli olduğu gibi float bardak için de geçerlidir fakat bu tür endüstrilerde farklı bir sıfır toplamlı oyun hissi de olabilmektedir; birinin artan karının diğerinin zararını oluşturmasında olduğu gibi.

Atıl kapasitenin bulunduğu çok sayıdaki 81. maddeye ilişkin kartel davalarına Komisyonun müdahilliği dikkate alındığında, atıl kapasiteyle karşılaşıldığında fiyat savaşlarıyla ilgilenmemek konusundaki kolektif meylin böyle endüstrilerde işbirlikçi çözümlerden yana güçlü bir faktör olduğu kanıtlanmıştır.

⁵²⁸ Dalmine/Mannesmann/Vallourec (IV/M.315), 26 January 1994.

Piyasa paylarındaki eşitsizliğin gizli anlaşma yapma eğilimini düşürdüğü konusunu Komisyon'un hesaba katıp katmadığı açık değildir. Hacim dağılımı, işbirlikçi çözümlerin kesin bir prediktörü değildir; maliyet şartlarında ve endüstriyel yetenekte ciddi bir fak olmadığı sürece. Ancak bu olayda Komisyonun zihninde muhtemelen bu yoktu. Çünkü O'nun kararları küçük oyuncuların birinin -Guardian- üzerine açıkça dayanmaktadır.

Hacimdeki eşitsizlik ve kapasite fazlası Rhone Poulenc/SNIA II kararında da zikredilmektedir. Bu gerekçelerle Komisyon naylon tekstil iplik piyasasında ortak yatırım/joint venture ve Du Pontun birlikte, piyasanın % 60'ından fazlasına sahip olmalarına karşın Komisyon oligopolistik hakimiyet korkularını ortadan kaldırmıştır.

Genelde, uzun dönem tedarik düzenlemelerinin ve gizli anlaşma tartışmalarının piyasanın şeffaflığını azaltacağını ve böylelikle başarılı rekabet ihtimalini düşürebileceği söylenebilir.

Oligopol analizlerinin mantık örgüsüne ilişkin bu denli sorunlara rağmen hem Pilkington-Techint/SIV hemde Rhöne Poulenc/SNIA II kararları oligopol endişelerini ortadan kaldırmaya yetecek delilleri içermektedir. Özellikle ilkinde tedarikçi paylarındaki değişimlere, agresif fiyatlandırma ve yatırım kararlarına referans yapılmaktadır ki, bunlar endüstrinin bazı kartel davalarında kazandığı rekabet karşıtı davranışlarla çelişmektedir. Benzer bir biçimde Rhöne Poulenc/SNIA II'de alıcının gücü, polyester iplik ve ithal elbiseden kaynaklanan dışsal rekabet gibi faktörlerde bu karar için daha ileri bir rasyonelleştirme sunmaktadır.

DMV paslanmaz çelik tüp kararındaki oligopol analizinin daha önceki bütün uyumsuzlukları düzelttiğine burada vurgu yapmak gerekir. Karar kronik atıl kapasitenin oligopol korkularına katkı sağladığını teyit etmekte ve oligopol sorununun analizine katkı sağladığını göstermektedir. Temel istisna şudur; karar daha önceki kararların yanlış algılandığını yansıtmaktadır.

DMV birleşmesi komisyonca biraz tartışmalı ve çelişkili şartlarda aklanmıştır. DGIV'nin sözleşmenin oligopolistik hakimiyet nedeniyle bloke edilmesini önermesine karşın bu öneri Komisyon üyelerince yeterli desteği görmemiş böylece

sözleşme aklanmıştır. Görünüşte, DGIV'nin önerisinin ret nedeni Japonların ve Doğu Avrupa'nın Batı Avrupa'dan ithalatlarının rekabetçi olmayan davranışları önleyeceğine ilişkin görüştü.

Son kararda bu görüşü destekleyecek çok az delil vardır, ancak Alman, İtalyan ve Fransız Komisyon üyelerinin rapor edilen DGIV'ye karşı ittifakları onların muhalefetlerinin DGIV'in piyasa analizine samimi bir eleştiri yapmak yerine politik mülahazalarla hareket ettiklerini göstermektedir.

Bu vakayı değerlendirenlerin gerçek motivasyonları ne olursa olsun, DMV vakası, oligopolistik piyasadaki rekabetin doğasına ilişkin görüşler, birkaç firmanın birleşme sonrası beklenen davranışlarına dayanmaktadır. Oligopolün baştan sona iyi bir analizi cevabı bulmayı kolaylaştırır da oligopolistik hakim durumun devam edip etmeyeceğine ilişkin nihai çıkarım, birleşme taraflarınca ikinci tahmini kolay olmayacak bazı iyi kararlara dayanacaktır.

Oligopolistik hakimiyete ilişkin tartışmalardan ortaya çıkan görüntünün Avrupa Birliği'nde piyasa kontrolüne bir şey katıp katmayacağı bu görüşler ışığında oldukça tartışmalı bir konudur. Şayet Komisyon float glass ve çelik sanayilerinde oligopolistik hakimiyet tespit edemez ise oligopolistik gerekçelerle bir birleşmeyi engelleyebilecek midir? Ancak oligopolistik kontrolün önemli olması dolayısıyla, Tüzüğün uygulanmasında Komisyon'un politikasının değişmesi mümkündür. Yakın zamanlara kadar Komisyon bu alanda yetki kullanmada çok hevesli olmasa da ve seri kararlar çok tehditkar olmasalar da Komisyon, kararlarında oligopol üzerine ciddi şekilde gitme seçeneğini kendinde saklı tutmaktadır. Bir ciddi ekonomik dalgalanma durumunda Komisyon tam bir müdahaleci tutum sergileyebilir.

Burada AB Komisyonu'nun tek ve oligopol firma hakimiyeti alanındaki yaklaşımı konu edinilmiştir. Tek firma hakimiyeti Tüzüğün esaslı testinin ana ilgi alanıdır ve Komisyon'un bu alandaki yaklaşımı oldukça tutarlıdır. Bu kararların eleştirilmeyeceği anlamına gelmemektedir.

Oligopolistik hakimiyet çok karmaşık bir kavramdır ve Komisyon bunu anlamakta yavaş davranmakta, operasyonel bir araç olarak kullanmakta ise çok daha

yavaş kalmaktadır. Oligopol kontrolü, birleşme sonrası davranışa ilişkin zor tahminlere dayanır fakat Komisyon bu belirsizliği, açık tartışmaları teşvik ederek azaltabilir. Böyle bir açıklık sağlandığında, nispi olarak çok az işlem düzenleyicilik riskinden uzak kalabilir.

3.2.5.4. Gizli Anlaşmaya Dayanmayan Oligopol ve Uyumlu Eylemin Ekonomik Teorisi

“Taraflarca ilgili muamelenin bir anlaşma neticesi olmadığı, buna rağmen uyumlu eylem oluşumu olarak görülebilecek bir işlemin ispatlanabildiği...”⁵²⁹

Komisyon kararından alınan yukarıdaki ifade, ekonomik teori, oligopol pratiği ve AB Antlaşmasının rekabet gerekleri arasında ciddi bir gerilimin olduğunu gösterir. Problemin kaynağı, oligopol piyasadaki katılımcıların işlerinin başarısı için gerekli sayılan çeşitli kapalı izlemelerle meşgul olmaları gerçeğine dayanır.

Mikro ekonomi oligopolün kesin tanımını yapmaz. Ancak az üreticinin çok alıcının bulunduğu endüstri olarak kabul edilir. Bu piyasa teorisinin cazibesi, ekonomistlerin piyasaya katılan firmaların fiyatları ve ürün miktarlarını nasıl belirlediklerini kestirememeleridir. Oligopole ilişkin çeşitli teorilerin bulunmasının nedeni budur. Ancak en temel kabullerden biri, bu tür piyasalara giren firmaların fiyatları yükseltme konusunda çok ihtiyatlı olduklarıdır.

Bunun arkasındaki mantık şudur; firmanın fiyat artırımını müşteri kaybını doğurur. Fiyattaki indirim ise kısa ömürlüdür; çünkü diğer firmalar da aynı oyuna uyacaklardır. Bu çok basit kabul bile bazen doğru olmayabilir. Çünkü hakim durumdaki bir firma fiyatlarını artırırken, müşterilerini marka bağımlılığı dolayısıyla koruyabilir. Böyle bir fiyat öncülüğü durumunda diğerleri de fiyatlarını fiyat lideri durumundaki

⁵²⁹ Polypropylene decision [1986] O.J. L230/1 [1988] 4 C.M.L.R. 347, Judgment T-7/89:([1992] 4 C.M.L.R. 84.

firmanınkine uydurabilirler. Bu paralel işlemler kaçınılmaz olarak, firmalar arasında gizli anlaşma (collusion) olmasa bile fiyat katılığını doğurabilir.⁵³⁰

Ürün piyasasının kapsamlı bir ekonomik analizi yapılmadan, sadece fiyat katılığı var diye ilgili firmaların aralarında gizli anlaşmaya vardıkları ve rekabeti ortadan kaldırdıkları söylenemez. Piyasada olup bitenlerin farkında olmak ve faydasına uyan şekilde ona cevap vermek, sırf işbirliği ve rekabet hatırına bir zorunluluk değildir. Bundan başka fiyat hareketliliğinin az olması ya da fiyatların dengede olmaması da rekabetin bulunmadığı anlamına gelmez.

Her ne kadar ABAD, gizli anlaşmanın veya uyumlu eylemin varlığını tespit konusunda ekonomik yaklaşımı benimsediği için güvenilirliği hak etse de, eğer sadece uyumlu eylemin kanıtı olarak kabul edilebilecek gizli anlaşmaya dayalı olmayan paralel davranış önlenenecekse, gizli anlaşmanın ne olduğunun daha iyi tanımlanması gerekir. Burada gizli anlaşmaya dayalı olmayan oligopolün ekonomik teorisi ile 81. maddeye göre uyumlu eylemin legal testini biraz daha açmak yararlı olacaktır.

3.2.5.4.1. AB' de Uyumlu Eylemler ve Gizli Anlaşmaya Dayanmayan Oligopol Teorisinin Ekonomik Analizi

81. madde rekabeti önleyen, kısıtlayan veya ortadan kaldıran uyumlu eylemleri yasaklamaktadır; özellikle fiyat sabitleme, miktar ayarlaması ve piyasa paylaşımı anlaşmalarını. Avrupa Birliği böyle bir önlemi benimseyen tek örnek değildir. Serbest piyasa kuralları üzerine inşa edilmiş ekonomiler çoğunlukla kartellere iyi gözle bakmazlar. 81. Maddenin dışında Mahkemenin içtihat hukukunda da yoğunlaşmanın tanımı bulunabilir. Örneğin 1970'lerde karara bağlanan iki davada legal testi uygulanmıştır.

Topluluk içinde boya maddesi üreticisi birkaç firma arasında fiyat sınırlandırmasını içeren uyumlu eyleme ilişkin vakalar gözlenmiştir.⁵³¹ Üreticiler

⁵³⁰ F. ALESE, "The Economic Theory of Non-Collusive Oligopoly and the Concept of Concerted Practice Under Article 81", E.C.L.R., Issue-7, 1999, s. 379.

arasında daha önceden kararlaştırılmış 3 fiyat yükseltilmesi 1964, 1965,1967 yıllarında ilan edilmiş ve aynı tarihlerde uygulanmıştır (her ne kadar üreticiler farklı ülkelerde olsalar da).

İlk artış, anilinin fiyatında %15 olarak CIBA tarafından İtalya'da başlatılmış ve İsviçre CIBA onu izlemiştir. Diğer Topluluk boya maddesi üreticileri oyuna iki haftada ayak uydurmullardır. 1965'te ikinci fiyat artışı yaşanmış ve BASF tarafından Almanya'da ilan edilmiştir. Söz konusu fiyat artışı, boya ve pigmentlerin fiyatlarının %10 oranında artırımıydı. Fiyat artışı diğer Fransa ve İtalya dışındaki üreticilerce de uygulanmıştır. Fransa'da fiyat kontrolleri vardı, İtalya'da ise ekonomik durgunluk. %8'lik diğer bir yükseliş ise üreticilerin bir toplantısından sonra gerçekleşmiştir. Fransa pazarı fiyatları % 12 artırmış ve İtalya'da ACNA fiyatları artırmayı reddetmiştir.

Komisyonca ortaya konan deliller ve vakanın gerekçelerinden, üreticilerin gizli anlaşmaya dayalı oligopol içine girdikleri sonucu çıkarılabilir.

Komisyon'ca yüksek para cezalarına çarptırılma gerçeği karşısında ilgili üreticiler savunma olarak gizli anlaşmaya dayalı olmayan oligopol pratiğini ve ekonomik teoriyi kullanma yoluna gitmişlerdir.

İlgili firmalar, kendi aralarındaki paralel davranışların oligopol piyasasının özelliği olduğunu ifade etmişler ve işlemlerinin her bir işletme tarafından benimsenen bağımsız kararlardan oluştuğunu söylemişlerdir. Ayrıca, AB içinde tek biçimli fiyat artışlarını öne sürmüşlerdir ki; bu artışlar hemen hemen aynı tarih ve periyotlara rastlamaktaydı. Bütün bunların uyumlu eylemlerden değil, oligopolün özelliğinden kaynaklandığını iddia etmişlerdir.

Komisyon, üreticiler arasında yapılan önceki gizli anlaşmaların, farklı ülkelerde aynı periyotlarda aynı ürün çeşitlerinde benzer fiyat artışlarını getirdiğini ileri sürmekteydi. Ayrıca ilgili taraflar arasında gizli anlaşmanın varlığını söylemeden evvel ortak bir davranış planının çıkarılmasının gerekli olmadığını ifade etmiştir. Komisyon'a

⁵³¹ Case 48/69, Imperial Chemical Industries Limited v. E.C. Commission [1972] E.C.R. 619, [1972] C.M.L.R. 557

göre piyasada nasıl davranılacağına ilişkin bilgi paylaşıldığında, her bir üyenin rakibinin aynı şekilde davranacağından emin olduğu durumda ortak bir gizli anlaşma (collusion) var demektir.

Komisyonun bu konudaki görüşü yerindedir. Rakipler piyasada olanların farkına vardıklarında ve ona en uygun şekilde cevap verdiklerinde ve piyasada rakiplerle ilişki içinde bir pozisyon aldıklarında artık onlar gizli anlaşmaya dayanmayan bir oligopol piyasayla ilişkide değillerdir. Buradaki temel mesele, gizli anlaşmaya dayanmayan oligopolün, “pasif gizli anlaşma” içinde olduğu fiyat liderliği gibi uygulamalardan çıkarılabilse de piyasa teorisinin özü fiyatların ve miktarların nasıl belirleneceğine ilişkin bilgi aktarımı ya da anlaşma olmaksızın firmaların birbirleriyle rekabetidir.

Bu davada Mahkeme haklı olarak Komisyon lehine karar vermiş ve uyumlu eylemi şöyle ifade etmiştir;

“Rekabetin risklerine karşı aralarında bilinçli pratik bir işbirliğini ifade edecek sonucu doğuran ancak sözde görülür bir anlaşmanın olmadığı, girişimler arasındaki bir koordinasyon biçimi...”⁵³²

Bu legal test oligopolistler için zihinsel bir işlemdir. Gizli anlaşmaya dayanmayan oligopolistik pazarda firmalar diğerlerinin fiyat artırımını gibi eylemlerine paralel cevaplar verdiklerinde, uyumlu eylemlerin legal testine tabi olmaları zorunludur. Ancak mahkeme aynı yargılamada gizli anlaşmaya dayalı oligopolün paralel işlemlerini kabul etmektedir. Bu şekildeki paralel uygulamalar, pazarı normal olmayan şartlara sürüklediği sürece belirli legal testin sınırları içine girmez.⁵³³

Testin bu kısmının belirsizliği şöyle gözükmektedir; oligopolde çıktı miktarının ve fiyatların belirlenmesinin bilinemez olmasına bakmaksızın, mahkeme şartların normal olduğuna hükmetmekte eğer bundan bir sapma varsa onu gizli anlaşma kabul etmektedir. Bu özellikle paralel davranış içindeki katılımcıların şunu yapmasına

⁵³² Case 48/69

⁵³³ ALESE, a.g.m., s. 380.

izin veriyorsa doğru kabul edilebilir: “fiyatlar rekabetin izin vereceği seviyeden farklı bir düzeyde stabil hale geliyorsa”.

Çoğu gizli anlaşmaya dayanmayan oligopol, aktif rekabetle barışçıl birliktelik içinde ise fiyat dengede olsun veya olmasın fiyat istikrarının devam ettiği ileri sürülmüştür.

Aslında gizli anlaşmaya dayanmayan oligopolde uzun dönem fiyat istikrarının olacağı ekonomik teoride öngörülmüştür. Çok az kuvvetli firmanın bulunduğu oligopolistik bir piyasada, fiyat savaşlarının patlamasından sonra piyasa uzun dönem fiyat katılığı yaşamaktadır. Firmalar daha sonra savaşı, fiyat yerine paketleme, sadakat indirimleri, hediye çekilişleri, reklam ve çevresel sorunların kullanımıyla sürdürmektedir.

Bunlardan başka, fiyat rekabetine dayanmayan stratejiler, ürün farklılaştırmasına ve marka sadakatine neden olur; bu durum daha sonra firma için fiyat katılığından kurtulma şansı verebilir. Fiyat katılığı sadece gizli anlaşmadan değil, uygun piyasa seçiminden de kaynaklanabilir. Bu mahkemeye ya da düzenleyici diğer herhangi bir organa gereksinim duymayan bir piyasa olarak düşünülebilir. Yani kendi kendini idare eden piyasa; belirli bir pazarın rekabetçi fiyatını belirleyen piyasa.

Döküman ve diğer fiziksel formların gizli anlaşma delili olarak bulunmadığı durumda, firmanın sadece fiyat ve ürün belirlemedeki stratejilerine dayanmak ya da ürün piyasasındaki ekonomik değerlendirmelerle ilgilenmek ve burada paralel uygulamaların varlığı yerine ip uçları aramak gizli anlaşmaya karar vermekte suni bir metottur. Belirli bir sektördeki ürünlerin maliyeti ve çıktı düzeyi üreticilerin öncelik hakkı olmalıdır. Diğer taraftan tüketiciler malların serbest dolaşımı ve ortak para biriminin ortaya çıkmasıyla uygun seçimler yapar ve böylelikle fiyat katılığını düzeltir, rekabete zorlarlar hatta bunu rekabet otoritelerinden yardım almadan da yapabilirler.

Fiyat rekabetinin ortaya çıktığı bazı oligopol piyasalarda bile sınırlar çok küçük olabilir ve tüketicilerin gözünde hizmetlerin kalitesi, üreticilerin bulunduğu yerler arasındaki ulaşım, marka sadakati, indirim tarifeleri ile dengelenebilir ve zamanla “fiyat kırıcı” yöntemiyle geri gelebilir ve farklı şekillerde olsa dahi rekabet devam eder. Bazı

piyasalardaki çıktı miktarı ve fiyatlardaki benzerlikler hammadde, üretim maliyeti ve piyasanın başarılı organizasyonundaki maliyetlere atfedilir.

Bütün bu faktörler piyasa katılımcıları arasındaki zihni ve taktik farkındalıktan ve stratejinin özerk taktik konumlanmasından ayrı olarak herhangi bir temas olmadan devreye girer. Serbest piyasa ekonomisinde bu tür faaliyetleri uyumlu eylemler şemsiyesi altına koymak tehlikeli sonuçlar doğurabilir.

Komasyon, Suiker Unie⁵³⁴ ile diğer 15 şeker üreticisini uyumlu eylemin farklı bileşimlerini uygulamaktan sorumlu tutmuştur. Firmalar piyasayı paylaşmaktan dolayı suçlanmışlardır.

Bu vakada satışlar sadece rakiplerdedi. Yani komite içindeki diğer üreticilere ya da alıcılara satış diğer rakiplerin onayına bağlıydı. Bu davranış biçimi üreticilerin uluslararası toplantılarında karara bağlanmıştı.

Firmalar oligopolün ekonomik teorisine ilişkin bazı savunmalar öne sürmüşler ve Komisyon'un iddia ettiği plan üzerinde çalışmadıklarını belirtmişler, bu nedenle uyumlu eylemin söz konusu olmadığını ifade etmişlerdi. Komisyon Dyestuffs kararına benzer bir noktadan buna cevap vermiş; gerçek plana ilişkin delile ihtiyaç olmadığını ve piyasada her bir aktörün kendi kararını bağımsızca vermesi gereğine değinmiş, "gerçek ya da potansiyel rakipler arasındaki doğrudan ya da dolaylı herhangi bir anlaşmanın 81. maddeye kesinkes yasaklandığı..." sonucuna varmıştır.

Uyumlu eylemin yasal testine ilişkin bu yaklaşım, gizli anlaşmaya dayanmayan oligopolün ekonomik teorisine uygundur, çünkü bu rakipler arasındaki anlaşmayı dışlamaktadır. Fiyat liderliğinin olduğu, piyasada varolan, bağımsızca kararlaştırılmış, diğer firmaların özerk davranışlarıyla takip edilmiş vakalar bu testle çelişmeyecektir. Çünkü yasal testin özü rakipler arasındaki anlaşmayla belirlenir, bunun amacı gizli anlaşma oluşturmaktır. Davranışsal planın varlığı ya da eksikliği gizli anlaşmanın kanıtlanması için bir çok sorudan biri olacaktır yoksa onun için zaruri değildir.

⁵³⁴ Cases 40/73 etc., Suiker Unie v. E.C. Commission [1975], E.C.R. 1669, [1976] C.M.L.R. 295.

Yukarıdaki iki vakada ortaya konan görüşler iki kategoriye ayrılabilirler. Bir kısmına göre, Komisyon uyumlu eylemi kanıtlamak açısından yeterli dökümana sahiptir; diğerlerine göre ise yeterli doküman yoktur. Burada yine fiziksel delil açısından, özel piyasanın doğasının ekonomik değerlendirmesi zorunlu hale gelmektedir.

Polypropylene⁵³⁵ kararında komisyon 1977 den 1983 e kadar 15 firmayı bu piyasada gizli anlaşmadan sorumlu tutmuştur. Komisyon endüstri ölçeğinde toplantıları bulmuş, bu toplantıları, fiyatları istikrara kavuşturma ve fiyat girişimlerini uygulama, ürünün işleyişi ve satış kotalarına karşı önlem için genel çağrılar takip etmiştir. Buradaki temel nokta, Komisyon'un kartel katılımcılarının toplantıya katıldığını kanıtlamasıdır.

Bazı görüşlere göre uyumlu eylemleri göstermesi için tarafların karşılıklı iletişimlerine ihtiyaç vardır. Böyle bir düşüncenin gereksiz olduğu da iddia edilir; gizli anlaşmaya dayanmayan oligopolde bir rakip diğerinin çıktı ve fiyatlarına ilişkin kararlarını etkilemek üzere diğerini takip etmeye karar verdiğinde kullanılacak metot önemli değildir, çünkü gizli anlaşmaya dayanmama hareketinin yasası ihlal edilmiştir.

Woodpulp⁵³⁶ davasında Komisyon çeşitli firmaları uyumlu eylemden sorumlu tutmuştur. Bu vakada üreticiler ve onların satıcıları arasında çok çeşitli bağlantı biçimleri vardı; bu piyasanın şeffaflığından kaynaklanıyordu. İşin başarılı yapılabilmesi için gerekli olan bilgiler ve fiyat ilanları taraflar arasında mübadele ediliyordu. Ancak fiyat artışlarındaki eş zamanlılık ve fiyat bildirimlerindeki paralellik Komisyon'ca uyumlu eylemin delili sayılmıştır.

Ancak bu karar Woodpulp II mahkemesinde hemen hemen tersine çevrilmiştir. Bunu birinciden ayıran fark, gizli anlaşma delilleri olarak alınabilecek piyasa uygulamaları değildi. Bunlar piyasanın tabiatı gereği görülmüş, fakat Komisyon tarafların bilgi aktarımı ve gizli anlaşma için gerekli dökümanı bulamamış ve bu olayın

⁵³⁵ [1986] O.J. L230/1.

⁵³⁶ Case 89/85 Ahistrom OY and others v. Commission [1988], E.C.R. 5193, [1988] 4 C.M.L.R. 901.

gerçekleştığı periyot kararda anahtar rol oynamıştır. Her ne kadar Mahkeme uzmanlardan piyasa şartlarını değerlendirmelerini ve paralel davranış için gizli anlaşmadan başka nedenlerin olup olmadığını araştırmasını istemişse de Komisyon tarafların telex iletişimlerini gösterebilmiş olsaydı bu yolun katedilip edilmeyeceği belli olmayacaktı.⁵³⁷



⁵³⁷ ALESE, a.g.m., s. 381-382.



DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

**REKABET HUKUKU UYGULAMALARINDA PİYASA
TANIMI VE PİYASA GÜCÜNÜN EKONOMİK
ANALİZİNDE KULLANILAN KANTİTATİF
TEKNİKLER**

4.1. PİYASA TANIMI VE PİYASA GÜCÜ

Piyasanın⁵³⁸ ve piyasaya ilişkin kavramların tanımlanmasına yönelik bir takım ulusal ya da uluslararası kararların detaylarının incelenmesine başlamadan önce, iktisat teorisinde piyasa kavramı ile ne ifade edildiğine bakmak yararlı olacaktır. Çünkü her şeyden önce analizlerimiz ekonomik bir temele dayanmak durumundadır. Slesinger, antitröst uygulamalarında ilgili piyasa yeterince tanımlanmadan, tatmin edici kalitede analize veya sonuca ulaşmanın mümkün olmadığını ifade ederek, piyasa tanımının önemini vurgulamıştır.⁵³⁹

4.1.1. İktisat Teorisinde Piyasa Tanımı

İktisadi anlamda piyasa;

“Belirli mal ve hizmetlerin değişimi için alıcı ve satıcıların ticari işlem yaptıkları ve bu mal ve hizmetlerin fiyatlarının giderek eşitleme eğiliminde olduğu yerdir. Piyasanın ‘şeffaf’ veya adamakıllı fonksiyonel olması yolunda, arz ve talep edilen mal ve hizmetlerin miktarı, verili fiyatta dengede olmalı. Zamanın herhangi bir noktasında piyasalar, cari fiyatlarda toplam arzın toplam talebe eşit olup olmamasına bağlı olarak dengede olabilir veya olmayabilir. Piyasalar buldukları alanda yerel, bölgesel, ulusal ya da uluslararası olabilir ve alıcılarla satıcıların karşı karşıya olmaları ya da birbirleriyle doğrudan haberleşmeleri gerekmez. İş alemi aracılar kullanmak suretiyle de ticari işlemler yapabilir.”⁵⁴⁰

⁵³⁸ İngilizce’deki “market” sözcüğünün karşılığı olarak Türkçe’de “piyasa” ve “pazar” sözcüklerinin kullanıldığı bilinmektedir. Türk rekabet hukuku literatüründe, hukuksal anlamını vurgulamak açısından “pazar”, “ilgili ürün pazarı”, “ilgili coğrafi pazar” deyimleri yerleşmiş olmakla beraber, RKHK’da “piyasa” sözcüğünün kullanılması tercih edilmiştir. Bunun nedeni, muhtemelen kanun koyucunun bu alanda daha çok ekonomik bir bakış açısına sahip olduğunu göstermektir. Gerçi literatürde bir ayrım yapmak amacıyla rekabet hukuku anlamındaki pazara “antitröst pazar”, iktisadi bakış açısını vurgulamak için de “ekonomik pazar” terimlerinin kullanıldığı görülmektedir. Ancak bu tez, hukuktan ziyade ekonomik analiz amacı güttüğünden biz, “pazar” kavramı yerine “piyasa” kavramını kullanacağız.

⁵³⁹ R.E. SLESINGER, “The Use of Economic Analysis by the Supreme Court in Applying the Concept of the Relevant Market”, *European Journal of Law and Economics*, Vol.: 2, 1995, s. 227.

⁵⁴⁰ OECD, “Market”, *Glossary of Industrial Organization Economics and Competition Law*, s. 54. <http://www.oecd.org>, (Giriş Tarihi: Mart 2004). Eserin basılı şeklinde tarih bulunmamaktadır.

Piyasa tanımı söz konusu olduğunda geleneksel iktisat teorisi zaman zaman mallara dayalı “bir örneklik”, bazen de “tek fiyatlılık” varsayımlarından hareket eder. Örneğin, alıcı ve satıcıların birbirleri ile kolayca temas edebilmelerini sağlayan herhangi bir örgütün var olması⁵⁴¹ piyasanın varlığı için yeterlidir. Piyasanın sınırları tek fiyat yasasından hareket edilerek de belirlenebilmektedir. Bu yasaya göre homojen ürünlerin fiyatları, ürünlerin fiyatları arasındaki farklılıkları törpüleyerek aynı seviyelere getiren arbitraj sonucunda oluşmaktadır.⁵⁴² Başka bir tanıma göre piyasa; içinde fiyatın tespit edildiği (belirlendiği) yerdir.⁵⁴³

Marshall’ın klasik piyasa kavramı genellikle başlangıç noktası olarak kabul edilmektedir. Marshall’ın yaklaşımına göre piyasa, ‘taşıma maliyetleri de hesaba katıldığında, aynı ürün için fiyatların eşitlendiği yer’ olarak tanımlanmaktadır.⁵⁴⁴ Bu çerçevede, iktisat teorisinde piyasa kavramının, tipik olarak Cournot ve Jevons tarafından tasarlanıp, Marshall tarafından geliştirilen bir ‘*perfect market*’ kavramı etrafında şekillendiği söylenebilir.⁵⁴⁵ Bu ifadelerle göre, Marshall’ın yaptığı tanım temelde fiyat arbitrajına dayalı bir yaklaşım sergilediği için ekonomik piyasanın belirlenmesinde kullanılabilir bir yaklaşımdır.⁵⁴⁶ Marshall’ın bu piyasa tanımını Stigler biraz daha netleştirerek piyasayı, kısaca, fiyatın belirlendiği alan olarak açıklamıştır.⁵⁴⁷ Buna göre piyasa, aralarında yaptıkları ticari işlemlerle bir malın fiyatının oluşmasını sağlayan arz ve talep kümesinden meydana gelmektedir.⁵⁴⁸ Yukarıdaki ifadeleri toparlayacak olursak ekonomik piyasa, ürünlerin ve coğrafi

⁵⁴¹ B. ÜSTÜNEL, *Ekonominin Temelleri*, Yedinci Baskı, İstanbul, Alfa Yayıncılık, 1997, s.110.

⁵⁴² D.L. KASERMAN ve H. ZEISEL, “Market Definition: Implementing The Department of Justice Merger Guidelines”, *The Antitrust Bulletin*, Vol.: 41, Fall-1996, s. 666.

⁵⁴³ G.J. STIGLER ve R.A. SHERWIN, “The Extent of the Market”, *Journal of Law and Economics*, Vol.28, October-1985, s. 555.

⁵⁴⁴ D.T. SCHEFFMAN ve P.T. SPILLER, “Geographic Market Definition Under The US DoJ Merger Guidelines”, *Journal of Law and Economics*, C.: 30, 1987, s.123.

⁵⁴⁵ SLESINGER, *a.g.m.*, s. 227.

⁵⁴⁶ M. ÇETİNKAYA, *İlgili Pazar Kavramı ve İlgili Pazar Tanımında Kullanılan Nicel Teknikler*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2003, s. 4.

⁵⁴⁷ P. CROCIANI, “Defining Airline Markets: A Comparison of The US and EU Experience”, *The Antitrust Bulletin*, Vol.: 45, N0:1, Spring 2000, s. 2.

⁵⁴⁸ STIGLER ve SHERWIN, *a.g.m.*, s. 555.

alanların birbirlerine arbitrajla⁵⁴⁹ bağı olması anlamına gelmektedir. Kapsamı bu şekilde belirlenen bir piyasa tanımını ekonomistler kısmi denge analizlerinde kullanmaktadırlar.⁵⁵⁰ Piyasa davranışlarına ilişkin teoriler gelişmekte. Dünyanın herhangi bir yerinde üretilen buğday piyasasından söz edince piyasa ya da piyasa kavramı üretici, dükkâncı ve tüketicinin alım satım yaptığı yer olmanın çok ötesinde bir şeyler ifade eder. Son olarak piyasayı, alıcı ve satıcıların iyi tanımlanmış bir malın değişim pazarlığını yaptıkları bir alan olarak tanımlayabiliriz.⁵⁵¹ İlerde piyasa gücü kavramı incelenirken piyasa tanımına yeniden yer verilecektir.

4.1.2. Diğer Disiplinlerde Piyasa Kavramı ve Tanımı

Piyasa dinamik bir olgu olup, öğeleri de sürekli bir değişim ve etkileşim içindedir.⁵⁵² Bu özelliğinden ötürü piyasa, aslında her bilim dalında birbirinden farklı anlamlarda kullanılmaktadır. Piyasa, bir borsacı için hisse senetlerinin alınıp satıldığı, bir tacir için bir şehirde malların geldiği, bölümlendirildiği ve satıldığı yerdir. Bir önceki bölümde de belirtildiği gibi, bir ekonomist için piyasa, bir mal grubu ile ilgilenen veya ilgilenebilecek alıcılar ve satıcıların toplamıdır.⁵⁵³

Bununla birlikte, piyasa kavramı, rekabet hukuku uygulamasında çok özel bir şekilde kullanılmaktadır. Pflanz'a göre işadamlarınca içinde rekabet ettikleri yer olarak görülen 'piyasa', genellikle rekabet hukuku amaçları açısından tanımlanan ilgili

⁵⁴⁹ Burada kastedilen arbitraj bir spekülasyon faaliyeti olmadığı gibi, döviz veya menkul kıymet ya da ödünç verilebilir fon piyasalarını ifade eden dar anlamıyla finansal bir kavram da değildir. Çünkü mal ve hizmet piyasalarında da arbitraj mümkündür.

⁵⁵⁰ J.J. SIMONS ve M.A. WILLIAMS, "The Renaissance of Market Definition", *The Antitrust Bulletin*, Vol.: 38, Winter 1993, s.849.

⁵⁵¹ R.G. LIPSEY, P.O. STEINER ve D.D. PURVIS, *İktisat 1*, Çev.: Ö.Faruk Batirel ve diğerleri, İstanbul, Bilim Teknik Yayınevi, 1990, s.47.

⁵⁵² O. ALPUGAN, M.H. DEMİR, M. OKTAV ve N. ÜREL, *İşletme Ekonomisi ve Yönetimi*, Dördüncü Basım, İstanbul, Beta Yayınları, 1995, s. 247.

⁵⁵³ H. CAN, D. TUNCER ve D.Y. AYHAN, *Genel İşletmecilik Bilgileri*, Sekizinci Baskı, Ankara, Siyasal Kitabevi, 1996, s. 213.

piyasa kavramından farklıdır. Bu nedenle yanlış anlamaların önüne geçilebilmesi için ‘ilgili piyasa’ ile ne kastedildiğinin netleşmesi oldukça önemlidir.⁵⁵⁴

Bir işletme, örneğin fiyat stratejisi belirlerken, satışlarını maksimize etmek amacıyla, fiyatın potansiyel piyasanın birçok kesimine hitap etmesi gereğini dikkate alarak hedef pazarını belirleyebilir. İşletme stratejisi ve pazarlama alanlarında piyasa tanımına yönelik birçok kavram yer almaktadır. Stratejik piyasa, bir işletmenin, kendi ayakları üzerinde durabilen bir rakip olabilmesi için gerekli olan en küçük alandır. Bu şekilde tanımlanan piyasanın sınırları antitröst piyasaya nispetle oldukça dar ya da geniş olabilir. Bu anlamda piyasanın stratejik yaklaşımla ele alınması söz konusudur.

Firmalar çoğu zaman ürünlerini sattıkları alanı ya da daha geniş olarak ait oldukları endüstri veya sektörü ifade etmek için piyasa kavramını kullanırlar. Bu bağlamda kullanılan piyasa terimi çoğunlukla antitröst piyasa (veya rekabet hukukundaki piyasa) kavramından farklı bir anlam içerir. İşletme literatüründe kullanılan piyasa kavramı da ‘ilgili piyasa’dan farklı anlamlar içerir. İşletme biliminin bir alt disiplini oluşturulan ‘pazarlama’, kişisel ve örgütsel amaçlara ulaşmayı sağlayacak değiş-tokuşları gerçekleştirmek üzere, fikirlerin, malların ve hizmetlerin geliştirilmesi, fiyatlandırılması, tutundurulması ve dağıtılmasına ilişkin planlama ve uygulama sürecidir.⁵⁵⁵

Pazarlamada kullanılan piyasa, karşılanacak istek ve ihtiyaçları olan, harcayacak geliri (satın alma gücü) bulunan ve bunu harcama isteği olan kişiler veya örgütlerden oluşur. Pazarlamada kullanılan ‘hedef piyasa’ ise satıcının pazarlama çabalarında hedef aldığı belirli bir müşteri veya tüketici grubudur.⁵⁵⁶ Görüleceği üzere, pazarlamada ele alınan hedef piyasa aslında hedef müşteri grubu ile eşdeğer anlamdadır.

⁵⁵⁴ M. PFLANZ, “Introduction to the Economics of Competition Law”, Seminar for the Members of the Turkish Competition Authority, 30.06.2000, Bruges, College of Europe, 2000, s. 4.

⁵⁵⁵ ÇETİNKAYA, a.g.e, s. 9.

⁵⁵⁶ İ. MUCUK, Pazarlama İlkeleri, İstanbul, Der Yayınları, 1994, s. 73.

Ticari piyasa araştırmalarında kullanılan ‘piyasa’ terimi de, yıllık raporda bir firmanın faaliyetlerini ifade etmek için kullanılır ve antitröst piyasalarla hiç bir ilişkisi yoktur.⁵⁵⁷

Genelde mikro ekonomi ve özelde yönetim ekonomisi çalışmalarında, bir piyasada her ticari işlemin iki tarafının olduğunu akılda tutmak önemlidir: Bir malın her bir alıcısı için mukabil bir satıcı vardır. Piyasa sürecinin nihai sonucu, piyasada yer alan alıcı ve satıcıların nisbi gücüne bağlıdır.⁵⁵⁸ Bu bakış açısı piyasayı anlamakta daha çok, piyasanın rekabetçi aktörlerine ağırlık vermektedir. Yönetim ekonomisinde kullanılan piyasa terimi, antitröst piyasa kavramına biraz yakındır. Bu ekonomi dalına göre piyasa, belirli bir ürünü alıp satmaya istekli bütün firmalardan ve kişilerden oluşur. Bu tanımın kapsamına piyasaya girmesi muhtemel potansiyel kişi ve firmalar da dâhildir. Potansiyel kişi veya firmalar varolan firmaların fiyat ve üretim miktarlarını etkileyebilecek nitelikte olan unsurlar olarak ele alınmaktadır.⁵⁵⁹

İlgili piyasayı, gerekli ekonomik kriterleri uygulamadan, belli bir endüstride veya sektörde geleneksel tanımları kullanarak belirlemek, rekabet politikası uygulamasında yanlış sonuçlara yol açabilir.⁵⁶⁰ Bu nedenle terminolojide yer alan birbirinden farklı ‘piyasa’ kavramlarının aynı anlama gelmediği, piyasa tanımı yapılırken dikkat edilmesi gereken önemli bir konudur. Rekabet analizlerinde kullanılan ve ekonomik bağlamda değerlendirilen ‘piyasa’ ile, herhangi bir endüstride ticari anlamda kabul edilen ‘pazar’ kavramı farklı anlamlar içermektedir.⁵⁶¹

⁵⁵⁷ ÇETİNKAYA, a.g.e, s. 9.

⁵⁵⁸ M.R. BAYE, *Managerial Economics and Business Strategy*, Second Edition, USA, Irwin/McGraw-Hill, 1997, s.10.

⁵⁵⁹ M. HIRSCHHEY ve J.L. PAPPAS, *Managerial Economics*, Eighth Edition, USA, The Dryden Press, 1996, s. 525.

⁵⁶⁰ OFT, 1992, a.g.e., s. 7.

⁵⁶¹ T.E. KAUPER, “The Problem of Market Definition under EC Competition Law”, Der.: E.H.BARRY, *The Annual Proceedings of the Fordham Corporate Law Institute International Antitrust Law and Policy*, Juris Publishing Inc., 1997, s. 279.

4.1.3. Piyasa Tanımının Amacı Ve Gerekliliği

Tüm rekabet kurallarının uygulanmasında ve özellikle hakim durumun saptanmasında ilgili pazar (veya piyasa) merkezi bir öneme sahiptir. Saptanacak olan pazar ne kadar dar olursa işletmenin payı o kadar küçük olacaktır. İlgili pazar (relevant market) iki açıdan önemlidir. Birincisi pazarın coğrafi alanı, ikincisi ise belirli bir ürün pazarıdır.⁵⁶²

Çetinkaya'ya göre rekabet yasalarının amaçları ile rekabet analizlerinde bir araç olarak kullanılan ilgili piyasanın (yazarın ifadesiyle "ilgili pazar") sınırlarının belirlenmesinin altında yatan amaçların birbiri ile örtüşmesi gereklidir.⁵⁶³ Sınırların belirlenmesi AB Komisyonu mevcut uygulamaları ile özellikle birleşme analizlerinin amacını belirlemek açısından piyasa sorununa nasıl yaklaşması gerektiği hususunda genel geçer kodlara sahiptir. ABD'de, Federal otoriteler Yatay Birleşmeler Rehberi sayesinde bu konuda uzmanlaşmıştır. Bu rehberler tartışmayı tamamen ortadan kaldırmaları da onların önemli bir güvenilirliği bulunmaktadır.⁵⁶⁴

Canenbley'e göre rekabet hukukunun temel amacı doğal olarak rekabetin korunmasıdır. Ancak, bu amaç Avrupa Birliği'nde iki başlıdır. AB'de rekabet kurallarının, rekabetin korunmasının yanı sıra, bir ortak pazar yaratma amacı da vardır.⁵⁶⁵ Bu çerçevede AB'de piyasalar yalnızca antitröst kaygılarla tanımlanmamakta, aynı zamanda bir ortak pazar yaratılmasını engelleyen ekonomik tehditleri önlemek için de kullanılmaktadır. Bu farklılıklar bir yana, temelde, piyasa tanımının amacı rekabet tartışmasına konu olayla ilgili olan piyasanın sınırlarının belirlenmesidir. Piyasanın sınırlarının belirlenmesi ve belirlendikten sonra da ilgili teşebbüslerin piyasa paylarının

⁵⁶² ASLAN, 2001, a.g.e., s. 219.

⁵⁶³ ÇETİNKAYA, a.g.e, s. 10

⁵⁶⁴ RIDYARD, a.g.m., s. 256.

⁵⁶⁵ C. CANENBLEY, "The Geogrphic Market Definition under European Merger Control Law", (Der.) E.H. Barry, *The Annual Proceedings of the Fordham Corporate Law Institute International Antitrust Law and Policy*, Juris Publishing Inc., 1997, s. 308.

tespit edilmesi rekabet analizlerinde merkezi bir öneme sahiptir.⁵⁶⁶ Piyasa tanımı rekabet hukuku soruşturmalarında ve uygulamalarında başlangıç noktasıdır.

Özellikle ekonomik etkinlik eksenli ABD antitröst hukukunda piyasa tanımının rolü çok açıktır. Piyasanın tanımlanması, piyasa paylarını hesaplamak ve piyasa payı bilgilerinin kullanılması suretiyle analizlerde yararlanılacak diğer bilgilere ulaşmak, firmaların bireysel veya birlikte pazar gücüne sahip olup olmadığını test etmekte büyük öneme sahiptir.⁵⁶⁷ Bunun yanı sıra piyasanın tanımlanması, rekabet otoritelerinin, teşebbüslerin rekabetçi davranışları ile ilgili doğru yorumlar yapmasını sağlayan, piyasa yapısının (market structure) belirlenmesine de yardımcı olur. Bu sayede yapılan analizler de daha doğru ve sağlam bir zemine oturtulmuş olur.⁵⁶⁸ Çünkü piyasa yapısı, firmaların endüstriye kolayca girip giremediğini, talep koşullarını, teknoloji ve maliyet koşullarını, firmaların görece büyüklüklerini ve bir pazarda rekabet etmekte olan firmaların sayısı gibi faktörlere işaret eder.⁵⁶⁹

4.2. PİYASA GÜCÜ KAVRAMI VE TANIMI

Herhangi bir piyasada rekabetçi ortam, teşebbüsler arası anlaşma, teşebbüs birliği kararları ve uyumlu eylemler ile birleşme ve devralmalar sonucu ortaya çıkan yapının veya tekellerin piyasayı olumsuz etkilememesi ile devam edebilir. Rekabet, rekabetçi yapıya zarar verecek davranışlar başlamadan (ex ante) alınan önlemlerle, başlamışsa da rekabetçi ortamı yeniden oluşturacak müdahalelerle (ex post) korunur.⁵⁷⁰

Geleneksel iktisadın firma teorisine göre, piyasadaki bütün firmalar tekelleşmek için faaliyet gösterirler. Çünkü tekel konumundaki bir firma fiyat, miktar ve teknoloji gibi ürünle ilgili çok çeşitli değişkenleri, tekel olmayan diğer yapılara nispeten

⁵⁶⁶ S. BAKER ve L. WU, "Applying the Market Definition Guidelines of The European Commission", *European Competition Law Review*, No: 5, 1998, s. 273.

⁵⁶⁷ HILDEBRAND, a.g.e., s. 298.

⁵⁶⁸ ÇETİNKAYA, a.g.e., s. 10.

⁵⁶⁹ BAYE, a.g.e., s. 242.

⁵⁷⁰ K.T. SU, *Rekabet Hukukunda Teşebbüslerin Hakim Durumunun Belirlenmesinde Pazar Gücünün Ölçülmesi*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2003, s. 3.

daha rahat belirleyebilir. Daha çok ve daha kolay kazanma güdüsüyle hareket eden firmalar, başlangıçta tam rekabet piyasalarında faaliyete başlamış olsalar bile, bir süre sonra “rekabeti engelleyici” yönde örgütlenme eğilimi göstermektedirler.⁵⁷¹

Firmalar yeni örgütlenme yönünde başarı sağlayabildikleri zaman, faktör piyasasında veya mal ve hizmet piyasasında ya da her üçünde birden çok avantajlı duruma geçebilmekte; dolayısıyla rakiplerini daha kolay eleme olanağına kavuşmaktadırlar. Böylece, daha iyi rekabet edebilme gerekçesiyle yapılan türlü anlaşma ve birleşmeler, bir süre sonra piyasada rekabeti tümüyle ortadan kaldırmaya dönüşebilmektedir.⁵⁷² Rekabet hukuku uygulamalarıyla, ‘piyasa gücü’ kavramı bu noktada kesişmektedir. Söz konusu değişkenleri, rekabetçi durumdan daha karlı olacak şekilde belirlemek isteyen firmalar zaman zaman rekabeti bozucu, azaltıcı veya ortadan kaldırııcı davranışlar gösterebilmektedirler.⁵⁷³

4.2.1. Piyasa Gücü Kavramı ve Rekabet Hukuku

Piyasa gücü, iktisadi niteliğe sahip, rekabet hukukunun ekonomik analizi ile ilgili uygulamalarda anahtar bir kavram konumundadır. Bir firma ürününü, marjinal maliyetinin önemli bir miktar üzerindeki fiyatla satabildiği durumda piyasa gücüne sahiptir.⁵⁷⁴ Özellikle sanayi iktisadı literatüründe ya da rekabet iktisadında, değişik yaklaşımlara göre yapılan piyasa gücü tanımlamaları birbirine benzerlik arz etmektedir. Anılan literatürde ve rekabet analizlerinde zaman zaman tekel gücü ve piyasa gücü aynı anlamda kullanılmaktadır. Örneğin Carlton ve Perloff, piyasa gücü ve tekel gücünü, fiyatların kârlı olacak şekilde, marjinal maliyetin üstünde yani rekabetçi seviyenin üzerinde belirlenmesini ifade etmek üzere, birbirinin yerine kullanıldığını belirtmektedirler.⁵⁷⁵

⁵⁷¹ ÜSTÜNEL, a.g.e., s. 250.

⁵⁷² ÜSTÜNEL, a.g.e., s. 251.

⁵⁷³ SU, a.g.e., s. 3.

⁵⁷⁴ BAYE, a.g.e., s. 481.

⁵⁷⁵ D.W. CARLTON ve J.M. PERLOFF, *Modern Industrial Organization*, Third Edition, USA, Addison Wesley Longman, 2000, s. 92.

Yatay Birleşmeler Rehberi'ne göre piyasa gücü, bir ya da daha fazla sayıda firmanın fiyatlarını, rekabetçi bir seviyenin üstünde, anlamlı bir zaman dilimi içerisinde, kârlı olacak şekilde sürdürebilme yeteneğidir.⁵⁷⁶

Başka bir tanıma göre piyasa gücü, bir firmanın ya da bir grup firmanın üretimi sınırlamak suretiyle fiyatı, rekabetçi şartlar altında olması gereken seviyenin üstüne çıkarma ve böylece bu eylemlerinden dolayı yüksek kârlar elde etme yeteneğidir.⁵⁷⁷ Lipsev-Steiner-Purvis tekel gücünü, bir firmanın müşterilerini diğer satıcılara kaptırmaktan uzaklaşma durumu olarak tanımlamaktadırlar.⁵⁷⁸

Bu tanımlar bazı yazarlarca 'klasik piyasa gücü' olarak nitelendirilmekte, klasik piyasa gücü yanında 'dışlayıcı piyasa gücü' (exclusionary market power) kavramını da önermektedirler. Örneğin Salop, dışlayıcı piyasa gücünü, rakip firmaların maliyetlerini arttıracak şekilde davranarak onların arzlarına sınırlama getirilmesi ve fiyatların düşmesinin engellenmesi, böylece firmanın ya da firma grubunun fiyatları kârlı olacak şekilde rekabetçi seviyenin üstünde tutması olarak tanımlamaktadır.⁵⁷⁹

Klasik piyasa gücünde sadece üretimi sınırlayarak kârların artırılması söz konusu iken, dışlayıcı piyasa gücünde bazı firmalar sadece üretimlerini kısırarak kârlarını arttıramadığı için, maliyet yükseltici stratejiler izleyerek rekabeti dışlamaktadır. Bu yolla dışlayıcı piyasa gücüne sahip firmalar, rakiplerinin maliyetlerini arttırmaya ya da rakiplerini arzlarını kısırmaya zorlamaktadırlar.⁵⁸⁰

4.2.2. Piyasa Gücü ve Rekabetin Ölçülmesi

Dünyada genel olarak kabul gören bir yaklaşımla rekabeti (piyasa gücü) ölçmenin üç temel yolu vardır. Bunları adım adım takip ederek kısaca ifade edebiliriz.

⁵⁷⁶ U.S. DEPARTMENT OF JUSTICE and FEDERAL TRADE COMMISSION, 1992 Horizontal Merger Guidelines, 8 Nisan 1997'de 4. Bölüm revize edilmiştir.

⁵⁷⁷ BISHOP ve WOLKER, 1999, a.g.e., s. 27.

⁵⁷⁸ LIPSEY, STEINER ve PURVIS, a.g.e., s. 239.

⁵⁷⁹ A.İ. ÇAĞLAYAN, *Rekabet Hukukunda Pazar Gücünün Önemi ve Ölçülmesi*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2003, s. 4.

⁵⁸⁰ ÇAĞLAYAN, a.g.e., s. 4.

Birincisi, az sayıda firma arasındaki üretimde yoğunlaşma derecesinin ölçülmesidir. Bu yöntem, dört ya da beş firmanın yoğunlaşma oranları veya daha büyük dört firmanın istihdam yüzdelerinin hesaplanması, Herfindahl indeksi (firmaların piyasa paylarının kareleri toplamı) uygulaması ve piyasadaki firmaların sayısı gibi göstergeleri kullanmayı gerektirir.

İkinci yöntem piyasa yapısının kendisinden ziyade, piyasa yapısının sonuçlarına bakmaktır. Bu yöntem firmanın sahip olduğu ürün açısından, talebin artan elastikiyetinin değerlendirilmesi ile yapılabilir. Yani firma tarafından fiyatın yükseltilmesi, müşterilerin ikameye yönelmelerine veya rakip firmaların malını almaya ya da ilgili üründen tamamen yüz çevirmelerine yol açabilir.

Üçüncü yaklaşım, hangi sonuçla karşı karşıya kalacaklarını sezen ve rekabetin derecesinden sonuç çıkararak firmaların davranışlarına doğrudan bakmaktır. Bu anlamda fiyat-maliyet marjı genellikle en çok kullanılan ölçüdür.

Piyasa tanımı ve piyasa gücünü içeren rekabet ölçümünde kullanılan bu üç yöntem birbirinin tamamlayıcısıdır. Gelişmekte olan ülkelerde diğer ikisi ile karşılaştırıldığında muhtemelen, yoğunlaşmanın ölçülmesi en kolay yöntemdir. Çünkü yukarıda anılan diğer iki yöntem piyasa ve firmalar hakkında çok geniş bilgi gerektirir. Ancak yine de geçerli piyasa yapısı değişkenlerine odaklanmak, potansiyel rakiplerin öneminin gözden kaçmasına neden olabilir.⁵⁸¹

4.3. PİYASA PAYI VE PİYASA GÜCÜNÜN ÖLÇÜLMESİNDE KULLANILAN KANTİTATİF TEKNİKLER

Ampirik analiz, modern rekabet politikasının kalbidir. Birleşme davalarının sonuçları, hakim durum iddiaları, potansiyel olarak rekabet karşıtı anlaşmaların değerlendirilmesinin tümü ampirik kanıtların yorumlanması ve doğru analizlere bağlıdır.

⁵⁸¹ WORLD DEVELOPMENT REPORT, 2002, S. 134.

4.3.1. Kantitatif Tekniklerin Rolü

Bazen nicel tekniklerin, elde edilmesi zor olan yüksek nitelikli bilgi gerektiği ifade edilir. Yaygın görüş, nitelikli ve doğru bilgi kalitesinden çok, bunları analiz etmenin daha zor ve kompleks olduğu yönündedir. Gerçekte her ikisi de abartılıdır. Ampirik analizleri yapma gereği aşağıdaki nedenlerle mecburiyetini devam ettirmektedir.

Birincisi, çoğu nicel (kantitatif) teknikler, basit temel bilgilerin tarafsızca kullanılmasıyla başarılı bir şekilde uygulanabilir. Kullanılabilir tekniklerin çoğu, (örneğin, dönüşüm analizi, ihale analizi, şok analizleri gibi) temel bilgilerle hayli etkili sonuçlar üretebilir. Bu tekniklerin sezgisel ve erişilebilir doğası, onların geniş kitleler tarafından anlaşılabilceğini ifade eder.

İkincisi, çok daha sofistike tekniklerin bazılarının teknik sorunların karmaşıklığını artırdığı ve uygulayıcı taraflar açısından ciddi bir uzmanlık gerektirdiği inkar edilemez. Ancak bu tekniklerin sofistike olması nedeniyle bunlar, rekabet davalarının esaslı sorunlarına cevap vermekte verimli olabilirler. Rekabet otoriteleri bu alanlarda gittikçe daha da uzmanlaşmaktadır. Örneğin Avrupa Komisyonu, ekonometrik analiz ve birleşme simülasyonunda tecrübe kazanmıştır.⁵⁸² Bu çalışmada, altı çizilen çok daha kompleks teknik yaklaşımların rolü açıklanacaktır.

4.3.2. Fiyat Korelasyon Analizi

Fiyat korelasyon analizinin temelindeki kavrayış, hem talep hem de arz yönlü ikamenin fiyatları aynı düzeye geri dönmeye zorlamasından önce, birbirlerinden farklılaşacakları aynı ilgili piyasa içinde ürünlerin fiyatlarının nereye kadar sınırlandırılabilceğidir. Neticede, aynı piyasadaki ürünlerin fiyatlarının zaman içinde birlikte hareket edecekleri beklenir. Benzer şekilde aynı coğrafi piyasada iki bölge varsa, verili ürün fiyatları her iki bölgede ilerleyen zamanda benzer bir örneklilik oluşturur.

⁵⁸² LEXECON, *An Introduction to Quantitative Techniques in Competition Analysis*, Lexecon ltd, London, 2003, s. 2. www.lexecon.co.uk (Giriş Tarihi: 10.06.2004).

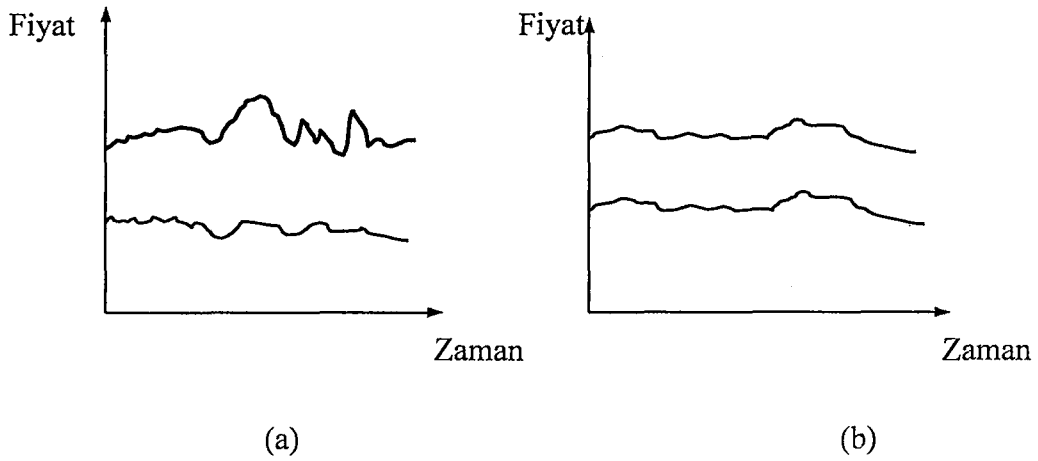
Bu analiz, iki ürünün fiyatlarının zaman içerisinde birbiriyle uyumlu bir şekilde hareket edip etmediğini belirler. Test, hem aynı bölgedeki iki ürünün fiyatları arasındaki ilişkiyi tespit etmek suretiyle ilgili ürün piyasasının belirlenmesinde, hem de iki ayrı bölgedeki ürünlerin fiyatları arasındaki ilişkiyi inceleyerek ilgili coğrafi piyasanın belirlenebilmesinde elverişli bilgiler sunar.⁵⁸³

Vurgunun birinci noktası, farklı mutlak düzeylerde fiyatlanmış olmasına rağmen iki ürünün aynı ilgi piyasada yarışabilir olmasıdır. Talep tarafındaki ikamenin, görece fiyat değişikliklerinde bir üründen diğerine geçişin sınırlı tüketicilerin isteklerine bağlı olması gibi. Fiyat korelasyon analizi, fiyat düzeylerinin birlikte hareket edip etmediğini test eder ve böylece zaman içinde görece fiyat değişikliklerinin derecesinin bir değerlendirmesi olarak düşünülebilir.

Sonraki adım, zaman içinde fiyat düzeylerinin birlikte hareketinin ölçülmesinin sayısal bir değerlendirmesidir. Bu korelasyon katsayısı ile ölçülür. Korelasyon katsayısı matematiksel olarak şu şekilde açıklanır: Katsayı (1) ise fiyat serileri tam olarak birlikte hareket ediyor, (-1) ise fiyat serileri arasında birlikte hareket konusunda tam bir benzerlik yoktur. Korelasyon katsayısı (0) ise iki fiyat serisi arasında istatistiksel olarak hiçbir benzerlik yok demektir. Bu durumu şekil yardımıyla gösterebiliriz.⁵⁸⁴

⁵⁸³ PFLANZ, a.g.m., s.14.

⁵⁸⁴ LEXECON, 2003, a.g.e., s. 4.



Şekil-4.1.: Korelasyon Katsayısı

Kaynak: Lexecon, An Introduction to Quantitative Techniques in Competition Analysis, Lexecon Ltd, London, 2003, s. 5.

Şekil-4.1(a), iki fiyat serisinin birbirinden bağımsız hareket ettiğini gösteriyor. İki fiyat serisi arasındaki korelasyon katsayısı düşük yaklaşık 0.3 den daha azdır.

Buna karşılık şekil -4.1(b), iki fiyat serisi arasında çok yakın birlikte hareket olduğunu gösteriyor. Burada korelasyon katsayısı çok yüksek, yaklaşık 0,9 dan daha büyüktür. (Yani neredeyse 1'dir.) Bu nedenle şekil -4.1(b) aynı piyasadaki iki ürünün fiyatlarını temsil etmekte buna karşın şekil -4.1(a)'daki iki ürün arasında muhtemelen yakın ikame olmadığı görülmektedir.⁵⁸⁵

İki zaman serisi arasındaki ilişkinin derecesini ölçmenin sistematik bir yolu korelasyon katsayısının hesaplanmasıdır. Bu test özellikle Stigler ve Sherwin tarafından savunulmuştur.⁵⁸⁶ Marshall'ın fiyatlarla piyasa arasında kurduğu ilişki uzun bir süre iktisadi analizlerde kullanılmamıştır. Stigler ve Sherwin korelasyon katsayılarının kullanılması yoluyla Marshall'ın bu yaklaşımını ilgili piyasaların tanımlanması için uygulanabilir bir teknik haline getirmişlerdir.

⁵⁸⁵ LEXECON, 2003, a.g.e., s. 5.

⁵⁸⁶ STIGLER ve SHERWIN, a.g.m., s. 565.

Piyasa tanımında korelasyon katsayısı, bir bölgedeki ürünün fiyatları ile aynı bölgedeki başka bir ürünün veya başka bölgedeki benzer bir ürünün fiyatları arasındaki duyarlılığın değerlendirilmesinde kullanılır. Daha çok coğrafi piyasa üzerinde duran Stigler ve Sherwin, iki ürün arasındaki korelasyon katsayısının büyük olmasının bu iki ürünün aynı piyasada yer aldığı güçlü bir ipucu olduğunu belirtmektedirler.⁵⁸⁷ Bu iktisatçılara göre, aynı piyasada yer aldıkları iddia edilen ürünlerin ilk önce fiyat serileri arasındaki korelasyon yüksek olmalı, ikinci olarak da fiyatların birinci farklarının arasındaki korelasyon yüksek olmalıdır.

Fiyat korelasyon analizi, ilgili coğrafi piyasanın belirlenmesinde yardımcı olabilir. Örneğin 2001 yılında Almanya'da BP ve Aral birleşmesi⁵⁸⁸ olayında korelasyon analizi gündeme gelmişti. Benzin ve motorinin toptan satış piyasaları Almanya ve Almanya'dan daha geniş olarak Antwerp, Rotterdam ve Amsterdam bölgelerini aynı piyasa olarak edip edilmeyeceği önemli bir sorundu. Bu ürünler açısından uygun bir coğrafi piyasa tanıtımı yapılması konusunda Lexecon Ltd, farklı yerlerdeki toptan satış fiyatlarının belirlenmesini esas alan fiyat korelasyon analizine başvurmuştur. Bu analizde, Antwerp, Rotterdam ve Amsterdam ile beraber sekiz bölgedeki benzin ve motorinin toptan satış fiyatları arasında bir korelasyon olduğu görülmüştür. Buna göre Almanya'daki bölgelerde, benzinin toptan satış fiyatları bir diğeriyle çok yüksek derecede ilişkiliydi. İkincisi, Almanya'da benzinin toptan satış fiyatları ile Antwerp, Rotterdam ve Amsterdam bölgelerindeki benzin fiyatları birbirleriyle çok yüksek derecede ilişkili çıkmıştı. Aynı sonuçlar motorin fiyatları içinde geçerliydi. Hatta ham petrol fiyatlarına etkisi kontrol edildiğinde hem Almanya'da hem de diğer bölgelerde, bu bakımdan aynı sonuçlar elde edilmekteydi. Bu sonuçlar üzerine Alman Rekabet otoritesi, bu ürünlerin toptan satış piyasalarının ulusal piyasadan daha geniş olduğu sonucuna varmıştır.

Yine Nestle/Perrier davası⁵⁸⁹ korelasyon analizinin kullanıldığı örneklerdendir, ve bu tekniğin potansiyel gücünü göstermek açısından öğreticidir. Bu

⁵⁸⁷ SCHRANK ve ROY, a.g.m., s. 103.

⁵⁸⁸ BUNDESKARTELLAMT, CASE B8 -130/01

⁵⁸⁹ NESTLE/PERRIER Case No: IV/M. 190, OJ L356.

davada komisyon iki ‐ilgili ‐rn piyasası‐ olabileceğini hesaba katmıştı: birincisi yüksek derecede mineralleştirilmiş içme suyu piyasası, ikincisi düşük mineralli içme suyu piyasası. Buna karşın Nestle su ve kolayı da kapsayan bütün alkolsüz içecekleri içeren bir ilgili piyasa tanımından yanaydı. Sonuçta fiyat korelasyon analizi, gazlı ve gazsız su ayrımı yapılmadığında bütün su markaları arasında yüksek bir korelasyon olduğunu göstermiştir.

Ancak içme suyu markaları ile alkolsüz içecek markaları arasında zayıf bir korelasyon grlmştir. Bu durumda alkolsüz içecekler hariç tutulduğunda gazlı ve gazsız suların aynı piyasada olduğu sonucuna varılmıştır. Komisyon tarafından kabul edilen çözüm, korelasyon analizine uygun olarak bütün şişelenmiş suların ilgili ürün piyasasını oluşturduğu yönündedir.⁵⁹⁰

4.3.2.1. Fiyat korelasyon Analizindeki Zorluklar

Fiyat korelasyon analizi yorumu iki temel zorluğu ortaya çıkarmaktadır. Birincisi, aynı ilgili piyasada olan iki ürünün korelasyon katsayısının yükseklik derecesinin ne olması gerektiğidir. Bu sorunun kesin bir cevabı olmamakla beraber, problem genellikle Benchmarking sayesinde çözülebilir. İkincisi, sahte korelasyon olarak bilinen ve rekabetçi etkileşim dışında diğer etkenler sayesinde ortaya çıkan yüksek korelasyon ihtimalinin nasıl bertaraf edileceğidir. Hem katsayının yükseklik derecesi hem de sahte korelasyon sorunları, aşağıda gösterilen bazı yöntemler kullanılarak çözülebilir.

4.3.2.1.1. Benchmarking

İki fiyat arasında bir korelasyonun gözlemlenmesi, iki ürün arasında bir derece ikamenin varlığına işaret edebilir, ancak anahtar soru, bu ikamenin, iki ürünün aynı ilgili piyasanın bir parçası olduklarını hesaba katacak kadar yeterli bir güce sahip olup olmadığıdır. Analiz, rapor edilen fiyatın tipi, diğer faktörler ve gözlemlerin sıklık

⁵⁹⁰ LEXECON, 2003, a.g.e., s. 6.

derecesi ile değişebilecek iki fiyat serisi arasındaki uyumun derecesi açısından karmaşık hale gelebilir.

Benchmarking bu problemin çözümünde bir yol olabilir. Aynı ilgili piyasada olduğu kabul edilen iki ürün arasındaki korelasyon katsayısı, ölçülebilen diğer korelasyon sonuçlarına karşı bir Benchmark (model) olarak kurulabilir. İki fiyat serisi arasındaki korelasyonun az veya çok olduğuna karar vermek için, bu iki seri için hesaplanan korelasyon katsayısının aynı piyasada kabul edilen iki ürün arasındaki korelasyon katsayısı ile karşılaştırılması (benchmarking) doğru bir yaklaşım olacaktır.⁵⁹¹

Nestle/Perrier davası bu tekniğin kullanıldığı bir örnektir. Tartışmasız bir şekilde verili coğrafi piyasadaki bir içme suyu markasının diğer içme suyu markaları gibi aynı ilgili ürün piyasasında olduğunu bu dava kanıtlamıştır. İçme suyu markaları arasındaki ortalama korelasyonu, aynı ilgili piyasada olan iki ürün ile oluşan korelasyon katsayısı modeli verir. Eğer, her bir içme suyu markası ile her bir gazlı içecek markası arasındaki ortalama korelasyonun katsayısı bu modele (standarda) eşit veya onun üzerinde ise, bu durum, içme suyu markaları ve gazlı içecek markalarının aynı ilgili piyasanın bir parçası olduğunu gösterir.

Tablo : 4.1. Benchmarking

İçme suyu-İçme suyu	0.89
İçme suyu-Gazlı İçecek	0.90
Gazlı içecek-Gazlı içecek	0.94

Kaynak: Lexecon, An Introduction to Quantitative Techniques in Competition Analysis, Lexecon Ltd, London, 2003, s. 7.

⁵⁹¹ ÇETİNKAYA, a.g.e., s. 41.

Örnekte başlıca beş içme suyu markasının fiyatları arasındaki ortalama korelasyon katsayısı 0.89, beş gazlı içecek markasının fiyatları arasındaki ortalama korelasyon 0.94'dü. İçme suyu ve gazlı içecek markalarının fiyatları arasındaki ortalama korelasyon ise 0.90'dı. Dolayısıyla içme suyu ve gazlı içecekler arasındaki korelasyon aşağı yukarı birbirine yakındı. Bu sonuç gösteriyor ki, bu iki su ürünü aynı ilgili piyasada yer almaktadır.

Türkiye'de korelasyon analizinin uygulandığı az sayıdaki kararlardan birine burada yer vermek uygun olacaktır. Rekabet Kurulu 17.07.2000 tarih ve 00-26/291-161 sayılı gazete fiyatlarıyla ilgili kararında,⁵⁹² Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazeteleri ile Fanatik ve Taraftar-Fotomaç gazetelerinin fiyatlarını, uyumlu eylemle belirledikleri sonucuna varmıştır.

Hürriyet, Milliyet ve Sabah gazetelerinin aynı piyasada oldukları belirtilen kararda, üç gazetenin 1995-1998 yılları arasındaki fiyat hareketleri incelenmiştir. Üç gazete fiyatları arasındaki korelasyon rakamlarının verildiği karar incelendiğinde, zaman serilerinin günlük fiyatlardan oluşturulduğu anlaşılmaktadır. Taraftar-Fotomaç ve Fanatik ile ilgili olarak da benzer şekilde, 1997-1999 yılları için fiyat hareketleri verilmiş ve günlük fiyatlar ele alınarak korelasyonlar bulunmuştur.⁵⁹³

Karar kapsamında korelasyon analizinden faydalanılmış olmasına karşın, 'temel' bazı hataların yapıldığı göze çarpmaktadır:

Yukarıda açıklandığı üzere, Türkiye'de iki ürün/coğrafi bölge arasındaki korelasyon hesaplanırken fiyatlar, enflasyondan/ortak girdilerden arındırılmalıdır. Aksi takdirde her ürün arasındaki korelasyon yüksek çıkacaktır. Örneğin aynı piyasada yer almadıkları varsayılan Hürriyet ile Fotomaç arasında 0,93; Sabah ile Fotomaç arasında ise 0,87 korelasyon değerlerine ulaşılmaktadır ki, bu yüksek değerler bu gazetelerin aynı piyasada yer almaları gerektiğini göstermektedir.

İlginç olan bir nokta ise, kararda yüksek korelasyonların piyasa tanımı için değil, uyumlu eylem göstergesi için kullanılmış olmasıdır. Kurul kararında geçen,

⁵⁹² 27.06.2001 tarih ve 24445 sayılı Resmi Gazete.

⁵⁹³ Kurul kararına ilişkin bu analiz, O. SENYÜCEL, **Rekabet İktisadında Ampirik Uygulamalar**, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2003, s. 44'ten alınmıştır.

“Hürriyet ve Milliyet gazetelerinin fiyatları arasındaki korelasyon katsayısının 0,99 olduğu, Hürriyet ile Sabah gazeteleri fiyatları arasında 0,91 ve Milliyet ile Sabah gazeteleri fiyatları arasında ise 0,90 olarak gerçekleştiği görülmüştür. Bu rakamlardan da görüleceği üzere aynı grup içinde yer alan Hürriyet ve Milliyet gazeteleri arasında fiyat politikaları açısından tam bir uyum bulunmaktadır.”

İfadesi, fiyat korelasyonlarının uyumlu eylem tespiti için kullanıldığını göstermektedir. Ancak korelasyon katsayılarının uyumlu eylem göstergesi olarak kullanıldığı ne ABD-AB uygulamasında, ne de literatürde görülmektedir. Nitekim, böyle bir uygulama çok yanlış sonuçlara götürecektir. Gene aynı olaydan örnek vermek gerekirse, Hürriyet ile Fotomaç gazeteleri arasındaki yüksek korelasyon, aynı piyasada yer almayan bu iki gazetenin uyumlu eylem içinde olduğunu göstermektedir.

Zaman serilerinin farkları arasındaki korelasyon alınmadığından, serisel korelasyon katsayısı çok yüksek çıkmaktadır. Bu, fiyat verilerinin günlük olarak alınmasının kaçınılmaz sonucudur. Ancak verilerin aylık olarak ele alınması da durumu değiştirmemektedir, bu sebeple birinci farklarının incelenmesi gerekmektedir.

Yukarıda da belirtildiği gibi, bu problemin önüne geçmenin en etkili yolu, artık gelenekselleşmiş olan fiyat serilerinin birinci farkları arasındaki korelasyonu ölçmektir. Bu ölçüm yapıldığında, gazeteler arası korelasyonlar şu şekilde çıkmaktadır⁵⁹⁴:

Tablo : 4.2. Gazete Fiyatlarının Korelasyon Katsayıları

	Hürriyet	Milliyet	Sabah
Hürriyet	1	0,91	0,12
Milliyet	0,91	1	0,18
Sabah	0,12	0,18	1

⁵⁹⁴ Fiyatlar arası serisel korelasyon da düşük çıkmaktadır: Sabah:0,15; Milliyet:0,26; Hürriyet:0,19.

Ulaşılan korelasyon rakamları, karardan oldukça farklılık göstermektedir. Milliyet ile Hürriyet arasındaki korelasyon, kararlar uyumlu şekilde oldukça yüksek çıkmışsa da, Milliyet ve Hürriyet ile Sabah arasında tam tersine çok düşük bağıntı bulunmuştur. Tablo incelendiğinde, Hürriyet'le Milliyet'in aynı piyasada olduğu, fakat Sabah'ın aynı piyasada yer almadığı görülmektedir. Şüphesiz sonuçların bu şekilde çıkmasında, uzun bir zaman aralığının incelenmemiş olmasının çok büyük etkisi vardır⁵⁹⁵. Ancak, burada çok önemli bir sonuca ulaşılmıştır: Korelasyon ölçümleri yanlış yapıldığında gerçek sonuçlardan tamamen ters bir yere varılabilmektedir. Kurul kararında Milliyet-Sabah ve Hürriyet-Sabah arasındaki korelasyonlar sırasıyla 0,90 ve 0,91 olarak çıkmışken, gerçek rakamların tam tersi; 0,18 ve 0,12 olduğu bulunmuştur. Bu da, kantitatif teknikler kullanılırken yapılan bir hatanın tam tersi sonuçlar verebileceğini göstermektedir.

4.3.2.1.2. Sahte Korelasyon ve Granger Nedenselliği

Sahte korelasyon, bir olayda başka faktörlerle açıklanabilecek iki rakip ürün arasındaki istatistiki ilişkinin, yanlış bir şekilde korelasyonun varlığını göstermesidir.⁵⁹⁶ İki seri arasındaki korelasyon katsayısı herhangi bir nedene bağlı olmaksızın rastlantı sonucu yüksek çıkabilir. Bu yanılgının önüne geçilebilmesi için Granger, bir serinin başka bir seri ile arasındaki ilişkinin nedenselliği üzerinde durmuştur. Granger nedenselliği adı verilen bu testin uygulanabilmesi için basit fiyat verilerine ihtiyaç duyulmaktadır. Granger nedenselliği, ilgili coğrafi piyasanın tanımlanması için kullanılmıştır.⁵⁹⁷ Bu test, standart fiyat korelasyonu analizleri ile karşılaştırıldığında daha kesin, istatistiksel olarak daha sağlam sonuçlar sunar.⁵⁹⁸

Testin işleyişi şöyledir: Eşit gözlemlere sahip P1 ve P2 ile ifade edilen, iki fiyat zaman serisi olsun. P1 verileri kullanılarak, bu verilerin kullanılmadığı duruma

⁵⁹⁵ Kurul kararında incelenen süre uzun olmadığı için, çalışma da bu yönde 07.1995-12.1998 aralığını kapsayacak şekilde ve aylık veriler kullanılarak gerçekleştirilmiştir (SENYÜCEL, a.g.e., s.45' deki dipnot).

⁵⁹⁶ LEXECON, 2003, a.g.e., s. 8.

⁵⁹⁷ KASERMAN ve ZEISEL, a.g.m., s. 675'den naklen.

⁵⁹⁸ BISHOP ve WALKER, 1999, a.g.e., s. 171.

nispetle, P2 değerleri daha iyi bir şekilde tahmin edilebiliyorsa, P1 'Granger nedenseldir' P2 denir.⁵⁹⁹

Bu tip bir nedensellik testinin sonucu doğru olmakla birlikte, bu sonuç, iki ürünün aynı piyasada yer aldıklarının kesin bir göstergesi olmayabilir. Örneğin, petrol ürünleri ve petro-kimyasal maddelerin fiyatları arasında bir nedensellik bağı olduğu gösterilebilir. Ancak, bu, iki gruba ait ürünlerin aynı piyasada yer aldıkları anlamına gelmez. Bu eksikliğine rağmen, diğer birçok testin aksine bu teknikte hazır ve kolay ulaşılabilir verilerin kullanılması nedensellik testlerinin avantajlı bir yönüdür.⁶⁰⁰ Sahte korelasyon aşağıda belirtilen farklı nedenlerle ortaya çıkabilir.

4.3.2.1.3. Ortak Maliyetler

Bir korelasyon analizi, ortak maliyetlerin varlığı sayesinde tanımlanabilir. Birbiriyle ilişkili olmayan iki ürün veya iki bölge, sadece aynı temel girdileri paylaşmaları nedeniyle yüksek bir korelasyon derecesi gösterebilirler. Örneğin her ülkede ham petrolün maliyeti benzinin üretim maliyeti üzerinde temel bir etkiye sahiptir, bu nedenle farklı ülkelerde benzinin perakende fiyatları yüksek bir korelasyona sahip olma eğilimindedir. Bu durumda sanki, perakende düzeyde benzin açısından coğrafi piyasalar ulusal piyasalar gibi kabul edilebilir. Bu sorun, teste tabi tutulan ürünler açısından, fiyat serilerinden ortak maliyetler arındırıldıktan sonra, korelasyon analizinin gerçekleştirilmesi yoluyla giderilebilir.

4.3.2.1.4. Enflasyon

Enflasyon da fiyat korelasyon analizini tahrip edebilir. Örneğin yüksek enflasyonlu bir ülkede, çoğu ürünlerin fiyatları, ürünler arasındaki rekabetçi etkileşimden ziyade, zaman içinde bazı fiyatların yükselmesi nedeniyle muhtemelen değişik derecelerde ilişkili (korelatif) olabilir. Çünkü enflasyon ürün çiftleri arasındaki fiyat korelasyonunu abartır ve onu şeffaf bir model (standart) olarak ayırmak güç

⁵⁹⁹ OFT, 1992, s. 41.

⁶⁰⁰ DESAI, a.g.m., s. 476.

olabilir. Bu nedenle fiyatları enflasyonun etkisinden arındırdıktan sonra korelasyon analizine girişilebilir. Ya da korelasyon analizi, fiyat düzeylerinden ziyade, bir periyottan bir sonraki periyoda doğru fiyat farklılıkları üzerine temellendirilebilir.

4.3.2.1.5. Döviz Kuru Değişimleri

Fiyat korelasyon analizi, iki veya daha çok ülkenin, aynı ilgili coğrafi piyasanın parçaları olup olmadıklarının değerlendirilmesinde de kullanılabilir. Bu gibi davalarda, her bir ülkeden fiyat bilgilerinin alınması gerekir. Korelasyon analizine girişmenin ön şartı, fiyat bilgilerinin aynı para cinsinden değerlendirilmesidir. Bu tür analizlerin sonuçları, tercih edilen para cinsine ve belirsizliklere karşı duyarlıdır.

4.3.3. Durgun Durum Analizi

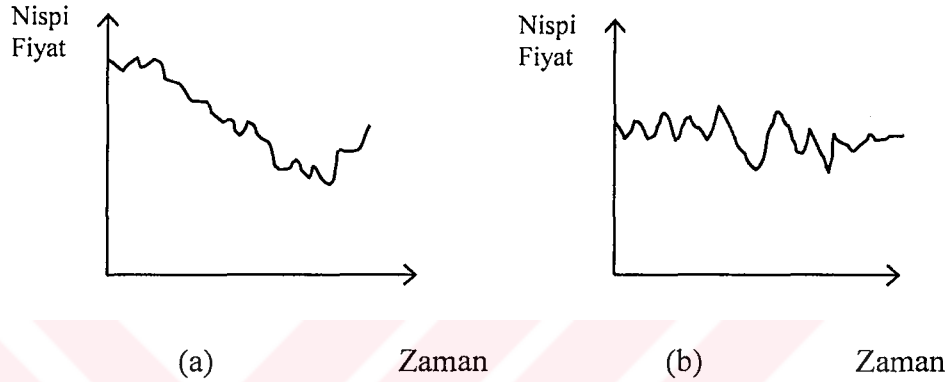
İlgili ürün piyasası ve ilgili coğrafi piyasanın tanımlanmasının bir tekniği olarak durgun durum analizinin kullanımı, rekabet analizinde oldukça yeni bir gelişmedir. Bu uygulamanın temel yaklaşımı, fiyat korelasyon analizinde esas olan yöntemle aynıdır. Eğer iki ürün aynı ilgili piyasada ise, bu ürünlerin her birinin fiyatı diğerini etkileyecektir ve böylece zaman içinde iki ürünün fiyatları birlikte hareket edecektir. Durgun durum analizinin avantajı, onun daha sağlam ve güvenilir bir teknik olmasıdır. Yukarıda anlatılan fiyat korelasyon analizi ile ilgili bazı zorluklardan (örneğin, kur değişimi, enflasyon gibi...) durgun durum analizi etkilenmeyebilir.⁶⁰¹

Durgun durum analizi, fiyat korelasyon analizi gibi, zaman içinde birlikte hareket eden fiyat düzeylerinin derecesini ölçer. İki ürünün nispi fiyatlarının test edilmesinde veya iki farklı bölgede aynı ürünün nispi fiyatlarının zaman içinde ne tür bir seyir izlediğinin belirlenmesinde bu analiz kullanılır. Özellikle durgun durum analizi göreceli fiyatın zaman içinde kararlı bir değere geri dönüş eğilimine girip girmeyeceğini test eder, eğer giriyorsa ne kadar bir çabuklukla uzun dönem değerine ulaşabildiğini belirler. Aynı piyasada eğer iki ürün varsa ve piyasada önemli yapısal değişiklikler söz konusu değilse ve bu iki ürünün göreceli fiyatları uzun dönem kararlı değerlerine hızla

⁶⁰¹ LEXECON, 2003, a.g.e, s. 9.

geri dönebilmeyi garanti ediyorsa bu ürünler arasında rekabetçi bir etkileşim olduğu sonucuna varılır.

Şayet veri (data) serileri zaman içinde, kararlı uzun-dönem değerine dönüş eğiliminde ise, serilerin durgun durumda olduğu söylenebilir. Eğer böyle değilse yani büyük ölçüde bir sapma eğilimi söz konusu ise, serilerin durgun duruma uygun olmadıkları söylenebilir. Bu durumu şekil yardımıyla şöyle gösterebiliriz:



Şekil-4.2. Durgun Durum ve Durgun Olmayan Durum Data Serileri

Kaynak: Lexecon, *An Introduction to Quantitative Techniques in Competition Analysis*, Lexecon Ltd, London, 2003, s. 9.

Yukarıdaki Şekil-4.2(a) durgun olmayan durum data serilerini göstermektedir. Yani bir periyotta sabit değere dönüş eğiliminin olmadığı bir durum söz konusudur. Şekil-4.2.(b) ise durgun durum data serilerini gösterir. Yani belirli bir periyotta kararlı uzun dönem değerine hızlı bir şekilde dönüş söz konusudur. Eğer iki ürün aynı piyasada ise, bu iki ürünün göreceli fiyatlarının şekil-4.2(b)' deki data serilerin gösterdiği gibi aynı biçimi alacağını bekleyebiliriz.

Aynı ilgili piyasada ikiden daha fazla ürünün durumunu görmek için Durgun durum analizi genişletilebilir. Bu, temel ürün olarak ürünlerden birini seçip, bu temele göre her bir ürünün göreceli fiyatlarını hesaplamak suretiyle yapılır. Bu durumda test, ürünlerin bütün göreceli fiyatları eş anlılık ve müştereken durgun duruma ifade ediyorsa bütün bir uygulamayı kapsar. O zaman aynı ilgili piyasadaki bütün ürünler ile

uyumludur. Eğer standart yaklaşım kullanırsa, temel ürün tercihinin bakmaksızın test sonucu aynıdır. Bu deneyle, aynı ilgili coğrafi piyasadaki iki veya daha çok bölgenin değerlendirilmesinde de uygulanabilir.⁶⁰²

Yukarıda da ifade edildiği gibi durgun durum analizinin temel avantajı, fiyat korelasyon analizinde ortaya çıkan bazı komplikasyonlara katlanma gereği hissetmemesidir.

4.3.3.1. Durgun Durum Analizinin Genel Etkileri

Durgun durum analizinin sonuçları zaman içinde nispi fiyatların hareketlerini test etmesi nedeniyle genel ortak zorlamalardan etkilenmez. Fiyat korelasyon analizi ile ilgili bölümde tartışıldığı üzere genel zorluklar (ortak etkiler), ürünlerin maliyetleri ve fiyat düzeyleri üzerinde ortak ve benzer etkilere sahip olan yüksek enflasyon gibi durumlardır. Çünkü nispi fiyat tam olarak, iki ürünün fiyat düzeylerindeki benzer değişiklikler tarafından etkilenmez. Çünkü basitçe biri bir diğerini ortadan kaldırır.

4.3.3.1.1. Döviz Kuru Oranları

Yukarıda dikkat çekildiği gibi, korelasyon analizi sonuçları, aynı coğrafi piyasanın bir parçası durumunda olan iki veya daha fazla ülkenin değerlendirmesi söz konusu ise, seçilen para birimine duyarlı olabilir. Ancak durgun durum analizinin sonuçları, para birimi seçimine bağlı değildir. Bunun anlamı şudur: Durgun durum analizi, aynı coğrafi piyasada farklı para birimini kullanan ülkelerin değerlendirmesi söz konusu olduğunda özellikle uygun bir tekniktir.

4.3.3.1.2. Gecikmeli Tepki

Bir ürünün fiyatı, ikame bir ürünün fiyatındaki değişmeye derhal tepki vermeyebilir. Örneğin müşterilerin fiyat değişikliğini algulamaları ve daha ucuz bir

⁶⁰² LEXECON, 2003, a.g.e, s. 10.

ürüne dönüş yapmaları zaman alabilir. Halbuki korelasyon analizi, ürünlerin cari fiyatları arasındaki ilişkiye bakar ve fiyatların tepkisinde bir gecikme, ürünler aynı piyasada olsa bile korelasyon katsayısının daha düşük çıkmasına neden olabilir. Ancak durgun durum analizi, hem ürünlerin göreceli fiyatlarının zaman içinde kararlı bir değere dönüşümlerini ve hem de eski haline dönme hızlarını test ettiğinden, fiyatların tepkisinde bir gecikme olabilmesi ihtimali açıkça izin verir.

Nutreco ve Hydro Seafood birleşmesi⁶⁰³ ürün ve coğrafi piyasa tanımına ilişkin soruların cevaplanmasında durgun durum analizinin ne şekilde kullanılacağını gösterir. Bu birleşme olayında her iki tarafta İskoçya'da alabalık üretim çiftliği ve alabalık yavru üretim tesisine sahiptir. Birleşme sonrasında taraflar, İskoç alabalık yavrusu arzının büyük bir payını kontrol etme şansına sahip olacaklardır. Birleşme teklifi sonrasında, Piyasa tanımına ilişkin iki anahtar soru ortaya çıktı. Birincisi, İskoç alabalığı ve Norveç alabalığı aynı ürün piyasasında rakip mi? İkincisi, bütün alabalık yavru üretimi tek bir piyasa olarak kabul edilirse bu piyasa ulusal mı, yoksa bölgesel mi olacaktı.

Yapılan testler göstermiştir ki, İngiltere'de Norveç alabalığının fiyatı, İskoç alabalığının fiyatıyla göreceli bir şekilde kararlı bir uzun dönem değeri etrafında rast gele bir değişim sergilemektedir. Değişmezlik açısından ekonometrik test, İskoç alabalığının nispi fiyatlarının durgun durum arz ettiğini doğrulamıştır. Bu durumda İngiltere'de İskoç ve Norveç alabalık yavru üretiminin aynı ürün piyasasında rakip oldukları sonucunu ortaya çıkarmaktadır.

1997-2000 yılları arasındaki üç yıllık periyotta İngiltere'deki İskoç alabalığının fiyatına nispetle Fransa ve Avrupa'nın geri kalan kısmında İskoç alabalığının haftalık fiyatlarının incelenmesi ikinci sorunun değerlendirmesine yardımcı olmaktadır. Buna göre İskoç alabalığının göreceli fiyatının hem Fransa ve hem de Avrupa'nın geri kalan kısmında, periyot içinde kararlı bir uzun dönem değeri etrafında gelişigüzel değişim gösterdiğini ortaya çıkarmaktadır. Bu durumda her iki göreceli fiyatın durgun durumda olduğu varsayılır. Bu izlenim ekonometrik testle

⁶⁰³ Nutreco Holding ve Hydro Seafood GSP şirketlerinin birleşme önerisi üzerine İngiltere Rekabet Komisyonu'nun 2000 tarihli ve CM 5004 nolu raporundan alınmıştır.

doğrulanmaktadır ve İngiltere ile Avrupa'nın geri kalan kısmında İskoç alabalığının göreceli fiyatının durgun durumda olduğu sonucunu ortaya çıkarmaktadır. Bu da İngiltere, Fransa ve Avrupa'nın diğer ülkelerini kuşatan alabalık açısından tek bir coğrafi piyasa ile uyumlu bir durumdur. İngiltere Rekabet Komisyonu, alabalık yavrusu çiftliklerinin tüm Avrupa Ekonomik Bölgesinde genişleyen tek bir piyasa olduğunu içeren durgun durum analizi sonuçlarını kabul etmiştir.

Lexecon, durgun durum analizini, Schümann Sasol ve Price's Daelite birleşme olayına uygulamıştır. Schümann Sasol bir balmumu üreticisi, Price's Daelite ise evlerde kullanılan mumların üreticisidir. Balmumu, ev mumlarının üretiminde temel bir girdidir, dolayısıyla bu dikey bir birleşmedir. Schüman Sasol Güney Afrika'da önemli bir balmumu üreticisi olduğuna göre, temel sorun, balmumu ithalat anlaşmasının yurtiçi balmumu üretimi üzerinde rekabetçi bir baskı oluşturup oluşturmadığıdır. Bu problemin çözümünde Lexecon durgun durum analizini kullanmıştır. Özellikle belli bir periyotta ithal edilen balmumunun fiyatı ile yurtiçinde üretilen balmumunun fiyatları arasında istikrarlı bir ilişkinin olup olmadığı, yani onların göreceli fiyatlarının zaman içinde durgun duruma uyup uymadığı test edilmiştir. Bu olayda durgun durum analizinin sonuçları, yurtiçinde üretilen balmumu fiyatları üzerinde, balmumu ithalat anlaşmasının rekabetçi bir baskı oluşturduğunu göstermiştir.⁶⁰⁴

Durgun durumluluğun sağlam bir şekilde değerlendirilebilmesi açısından durgun durum analizinin sonuçları, istatistiksel testi sağlama alacak yeterli ve elverişli verilere bağlıdır.

Piyasa yapısındaki değişiklikler durgun durum analizi açısından bir komplikasyondur. Verileri belli olmayan bir periyotta piyasa yapısındaki değişiklikler, piyasadaki ürünlerin göreceli fiyatlarında değişikliklere sebep olabilirler ve özellikle nispi fiyatları durgun durumluluktan uzaklaştırabilirler. Örneğin bir ürünün kalitesi piyasadaki diğer ürünlerle karşılaştırıldığında geliştiriliyorsa, onun nispi fiyatı devamlı bir şekilde artabilir. Bu artış onun nispi fiyatını, diğer ürünlerle hala rekabet ediyor olmasına rağmen durgun duruma uymayan bir görüntüye sokacaktır. Eğer piyasa

⁶⁰⁴ LEXECON, 2003, a.g.e, s. 13.

yapısındaki değişiklikler tanımlanabiliyorsa ve değişime ilişkin veriler kullanıma elverişli ise o zaman bu değişikliği hesaba katmak mümkün olabilecektir. Bu problem korelasyon analizini de etkiler.

4.3.4. Fiyat Elastikiyeti Analizleri

Piyasanın tanımlanmasında ilk adım olan SSNIP testi, veri ürün demetine sahip olan farazi monopolcünün fiyatları yükselterek karları artırma yeteneğine sahip olup olmadığını inceler. Bu sorun, direkt olarak ilgili olayda ürün demetinin talebinin fiyat elastikiyetini değerlendirmek yoluyla incelenebilir. Talebin fiyat elastikiyeti, fiyat artırıldığında satışlarda meydana gelecek kaybın derecesini ya da büyüklüğünü ölçer. Tam bir ölçüm ekonometrik analizin kullanılmasını gerektirir.

Talep elastikiyeti tahminleri, “ilgili piyasa” düşüncesinin amacına uymaktadır. Örneğin, SSNIP testinde, veri bir ürün demetinde, tüketicilerin fiyat artışına nasıl bir tepki gösterecekleri, doğrudan doğruya talebin fiyat elastikiyetinin tahmin edilmesiyle bulunabilir. Talebin fiyat elastikiyeti bir fiyat artışı sonucunda satışların ne kadar azalacağını ölçülmesine olanak sağlar.⁶⁰⁵

4.3.4.1. Fiyat Elastikiyeti Yaklaşımının Temeli

Ekonometri, veri değişken üzerindeki farklı unsurların etkilerini arındırmakta geçmiş bilgileri kullanır. Özellikle bir ürünün talebi gibi bağımlı bir değişken, birkaç bağımsız değişkenin bir fonksiyonu olarak hesaba katılır. Yeterli kaliteye sahip veri ile bağımlı değişken üzerindeki bağımsız değişkenlerin her birinin etkisi arındırılabilir. Bir malın fiyat elastikiyetinin büyüklüğü, fiyattaki veri değişikliğe göstereceği tepki açısından değerindeki değişimden daha önemli olacaktır. Aslında farazi bir monopolcünün karlılığı artıracak bir fiyatı bulması daha az bir olasılıktır.

Bir ürün veya ürün demetinin fiyat elastikiyeti, fiyattaki oransal her bir değişime karşı, satışlardaki oransal değişim olarak tanımlanır. Eğer talebin fiyat

⁶⁰⁵ LEXECON, 2001, a.g.e., s. 25

elastikiyeti yüksek ise, yapılacak piyasa tanımı muhtemelen çok dar olacaktır. Bu mal demeti üzerinde bir monopolcü olmaya değmez, çünkü fiyat artırılmaya kalkışıldığında, tüketicilerin önemli bir kısmı, tanımlanacak piyasada olmayan diğer malları ikame etmeye yönelecek ve sonuçta karların azalmasına neden olacaktır. Buna karşın fiyat elastikiyeti düşük ise, aday piyasadaki malların hipotetik monopolcüsü fiyatı artırarak önemli ölçüde bir karlılığa ulaşacaktır. Çünkü satış hacmindeki azalış, fiyatı yükseltmek suretiyle karlılığı artırmaktan daha önemli değildir. Böyle bir durumda araştırılan mal demeti, ilgili piyasadadır denilebilir.

Ekonometrik analiz yapılması sonucunda doğru bir şekilde ölçülen elastiklik katsayılarına ilişkin rakamlar, rekabetçi olmayan fiyat artışları sonucunda satışlarda meydana gelebilecek olası düşüşlerin nicel olarak tahmin edilmesini sağlar. Bunun yanı sıra, maliyet bilgileri ve temel iktisat teorisi bilgileri kullanılarak, hipotetik bir tekelin uygulayabileceği fiyat artışı da tahmin edilebilir.⁶⁰⁶

Rekabet analizlerinde kullanılan iki tip talep elastikiyeti vardır. İktisatta talep elastikiyetinin farklı türleri vardır; talebin fiyat elastikiyeti, talebin çapraz fiyat elastikiyeti, talebin gelir elastikiyeti, artık talep elastikiyeti gibi. Ancak rekabet analizlerinde, talebin fiyat elastikiyeti ve talebin çapraz fiyat elastikiyeti daha yoğun olarak kullanılmaktadır. Örneğin önceki bölümlerde incelenen ve yeri geldikçe ayrıntılı şekilde incelenecek olan Avrupa Birliği'ndeki Procter&Gamble/VP Schickendanz davasında, Kimberley Clark/Scott Paper davasında, Courtaulds/SNIA davasında, Du Pont/ICI davasında, Tetrapak/AlfaLaval davasında ve Volvo/Scania davasında, bu elastikiyet analizleri kullanılmıştır.

Talep elastikiyeti analizleri firma ya da firmaların piyasa gücünü ölçen önemli bir kanıt olduğu için, yapılması planlanan bir birleşmenin piyasada yaratacağı rekabetçi etkilerinin belirlenmesini sağlaması açısından oldukça kuvvetli bir tekniktir. Ancak, piyasa gücünü gösteren elastiklik, talebin çapraz elastikiyeti değil, bir ürünün kendi talebinin fiyat elastikiyettir.⁶⁰⁷

⁶⁰⁶ OFT, 1992, a.g.e., s. 30.

⁶⁰⁷ BISHOP, W., 1999, a.g.m., s. 8.

Bir ürünün fiyatındaki nispi bir değişimin, o ürünün tüketim miktarında yol açtığı yüzde değişimini gösteren talebin fiyat elastikiyeti, tek el olan bir teşebbüsün bu ürünler üzerinde sahip olduğu piyasa gücünün doğrudan bir göstergesidir. Bir ürüne ait bu elastiklik oranının büyük olması, o ürünü arz eden firmanın o kadar az piyasa gücüne sahip olduğunun da bir kanıtıdır. Bir firmaya ait piyasa gücü, talebin fiyat elastikiyetinin yanı sıra arz elastikiyetine de bağlıdır.⁶⁰⁸

Talebin fiyat elastikiyeti şu şekilde formüle edilebilir:

$$e = \text{Talep edilen miktardaki \% değişme} / \text{Fiyattaki \% değişme} = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}}$$

Talebin fiyat elastikiyet katsayısı, negatiftir. Çünkü fiyatta bir düşüş olması halinde talep edilen miktar artacak, yükselme olduğunda miktar azalacaktır. Yani bir ters orantı söz konusudur. $e < -1$ için elastik, $e = -1$ için birim elastik ve $e > -1$ için inelastik terminolojisi kullanılmaktadır. Ancak eşitsizliğin her iki tarafı da -1 ile çarpıldığında eşitsizlik yön değiştirir.⁶⁰⁹ Bu durumda $e > 1$ için talep elastik, $0 < e < 1$ için talep inelastik ve $e = 1$ için talep birim elastik olmaktadır.

Bir firmanın talep elastikiyeti ne kadar yüksekse, yani fiyatındaki küçük bir değişime karşın, talep edilen miktarda ne kadar büyük değişiklikler oluyorsa, o firmanın rekabetçi seviyenin üstünde fiyat belirlemesi o kadar sınırlıdır.

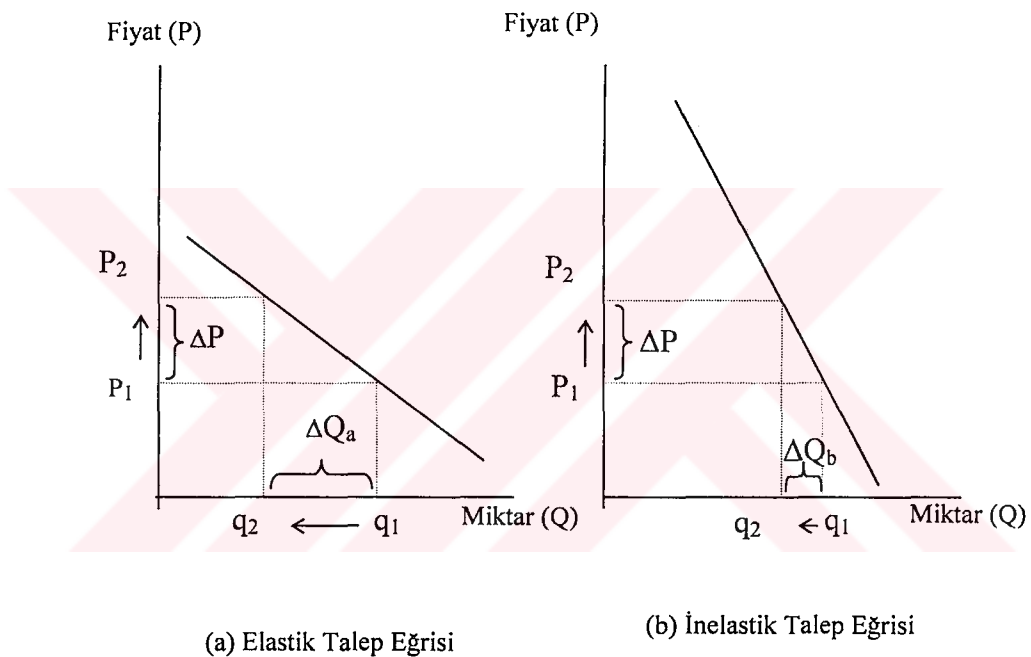
Şekil -4.3'de elastik ve inelastik talep eğrileri verilmektedir.

Şekil -4.3'de görülebileceği gibi aynı miktardaki fiyat değişimi ($P_1 - P_2$), görelî elastik talep eğrisinde (a) daha fazla miktar değişimi ile gerçekleşmektedir. Eğer

⁶⁰⁸ BISHOP, W., 1999, a.g.m., s. 7.

⁶⁰⁹ İ. PARASIZ, İktisadın ABC'si, 4. Baskı, Bursa, Ezgi Kitabevi Yayınları, 2000, s. 37.

talep elastikiyeti birden büyükse fiyat artışı toplam gelirden azalmaya neden olacaktır. Elastiklik birden küçükse, fiyat artışı toplam gelirden artışa neden olacaktır. Çünkü elastiklik arttıkça, bu durum firmanın ürünlerine karşı diğer firmaların benzer ürünlerinin, yani ikame ürünlerin, sayısının arttığı anlamına gelecektir. Böylece firma rekabetçi fiyat dışında, en azından cari fiyat seviyesi dışında fiyatını yükseltmek istediğinde satış kaybına uğrayacaktır. Ancak firmanın talebi elastik değilse, bu durum ikame edilebilirliğin azaldığı anlamına gelecek ve firma için fiyatını yükseltmek mümkün olacaktır.⁶¹⁰



Şekil – 4.3: Elastik ve İnelastik Talep Eğrileri

Kaynak: A.İ.Çağlayan, Rekabet Hukukunda Pazar Gücünün Önemi ve Ölçülmesi, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2003, s. 7.

Elastikiyet analizleri, bu analizlerde kullanılan veriler geçmişe ait oldukları için, geleceğe dönük analizler gerektiren birleşmelerin değerlendirilmesinde bazen yanıltıcı sonuçlar verebilir. Ayrıca teknolojik gelişme ve tercihlerdeki değişim de

⁶¹⁰ ÇAĞLAYAN, a.g.e., s. 7.

elastikliklerin zaman içinde değişmesine yol açabilir. Örneğin, elastiklik analizlerinde değerlendirilen veriler kısa dönemli bilgiler olabilir. Bu da orta veya uzun dönemli değişimlerin değerlendirilmesinin zorunlu olduğu bazı sektörlerde piyasa tanımı yapılırken dikkatli olunmasını gerektirir. Ayrıca, talep elastikliklerinin tahmin edilmesi, yalnızca fiyat verileri güvenilir ve kullanışlı olan piyasaların, yapısal özelliklerinin iyi bir şekilde araştırılması durumunda mümkündür.⁶¹¹

Aynı zamanda, fiyat elastikliklerinin analiz edilebilmesi için oldukça geniş ve kullanışlı verilerin bulunması gereklidir. Ancak, ne var ki, bir çok piyasada bu analizlerin yapılmasına izin verecek çeşitli fiyat ve satış verilerini bulmak oldukça zordur. Bununla birlikte bazı piyasalarda, örneğin günlük tüketim mallarında, marketlerdeki tarayıcı verileri kullanılarak elastiklik analizleri yapılabilir.⁶¹² Elastiklik analizleri yapılırken, ikame malların yanı sıra birbirini tamamlayıcı malların varlığı da göz ardı edilmemelidir.

Yapılan rekabet analizinin amacına göre tek bir firmanın karşı karşıya olduğu talebin fiyat elastikiyeti ile bütün bir endüstrinin⁶¹³ karşı karşıya olduğu talebin fiyat elastikiyeti arasında da bir ayırım yapılması yerinde olacaktır. Bunlardan ilkinde, elastiklik, yalnızca bir firmanın piyasadaki gücü hakkında bilgi verir. Endüstri talep elastikiyeti ise ilgili piyasanın sınırlarının belirlenmesi için kullanılabilir. Öte yandan, gerekli olan veriler farklı olmakla birlikte her iki elastiklik ölçümünde de yöntem ve prosedür değişmeyecektir.⁶¹⁴

4.3.4.2. Analizde Maliyetlerin Önemi

Talep elastikiyeti analizlerinde temel problem şudur: kategorik olarak önerilen piyasa tanımının çok dar olduğu ifade edilmeden önce, bir mal demetinin talep

⁶¹¹ OFT, 1992, a.g.e, s. 34.

⁶¹² ÇETİNKAYA, a.g.e., s. 36.

⁶¹³ Endüstri, aynı veya birbiri ile ilişkili mal ve hizmetleri üreten firmalar topluluğuna denir. Bkz.: H. DEMSETZ, *The Economics of the Business Firm: Seven Critical Commentaries*, First Published, New York, Cambridge University Press, 1995, s. 426.

⁶¹⁴ BISHOP, W., 1999, a.g.m., s. 9.

elastikiyeti ne kadar olmalıdır? Bu sorunun cevabı, brüt kara (ortalama değişken maliyet ile fiyat arasındaki fark) ve varsayılan fiyat artışının büyüklüğüne bağlıdır. Bu bilgi, bir monopolcünün küçük bir miktarla ürünlerin fiyatlarını nasıl karlı bir şekilde yükseltebileceğinin hesaplanmasında kullanılabilecek fiyat elastikiyetinin ölçülmesi ile kombine bir haldedir.

4.3.4.3. Çapraz Fiyat Elastikiyeti

Piyasa tanımı tartışmalarında çapraz fiyat elastikiyetinin önemi çoğunlukla yanlış anlaşılmaktadır. İki ürün arasındaki çapraz fiyat elastikiyeti, diğer ürünün fiyatındaki değişmeye bir tepki olarak bir ürünün satış hacminin değişim derecesiyle ölçülür. Çapraz fiyat elastikiyeti doğrudan piyasa tanımı sorununa yönelmez, fakat ürünler arasındaki rekabetin doğası ve oluşturulan denklemin güvenilirliği hakkında kullanışlı bir bilgi sunabilir. İlk olarak bu yöntem, dikkatli bir inceleme ile ürün açısından diğer ürünlerin yakın ikame olup olmadıkları konusunda kanıtlar ortaya koyar. İkincisi, iki ürünün aynı ilgili piyasada olduğu iddia ediliyor ise, yüksek bir çapraz fiyat elastikiyetinin olmasını beklemek doğaldır. Ancak bazı istisnalar vardır. Örneğin bir ürünün zayıf ikamelerle karşı karşıya olması gibi. Bu koşullar altında bir fiyat artışı yine de karlı olmayabilir.

Piyanın tanımlanmasında da kullanılabilecek bir test olan talebin çapraz fiyat elastikiyeti iki ürün arasındaki ikame edilebilirlik ilişkisini gösterir.⁶¹⁵ Aslında, çapraz fiyat elastikiyeti doğrudan piyasa tanımıyla ilgili değildir, fakat ürünler arasındaki rekabetin doğası hakkında faydalı bilgiler sunar. Öncelikle, incelenen ürünle yakın ikame olan diğer ürünler hakkında bilgi verir. İkinci olarak da, eğer iki ürün aynı piyasada yer alıyorsa ikisi arasındaki çapraz fiyat elastikiyetinin yüksek olması beklenir. Bununla birlikte, bu durumun istisnası da vardır; bir ürünle ikame edilebilirlik derecesi düşük bir çok ürün bulunması durumunda da fiyatların kârlı bir şekilde artırılması mümkün olmayabilir.

⁶¹⁵ ALONSO, a.g.m., s. 202.

Ürünlerin, yalnızca talep yönlü ikame edilebilirliği hakkında bilgiler sunan çapraz elastikliklerin kullanılması, piyasa analizinin geleneksel bir metodudur. Farklı ürünler veya bölgeler arasındaki değiştirilebilirliği analiz etmenin alternatif bir yolu olan çapraz elastiklik hesaplamaları bir çok antitröst davasında önemli bir rol oynamıştır.⁶¹⁶

Bir ürünün, etkili bir ikame olup olmadığını söylemek için gerekli olan çapraz fiyat elastikiyeti seviyesinin ne olacağı her olayın özelliğine ve ayrıntılarına göre değişiklik gösterir. Çünkü her olayda, bir fiyat artışı sonucunda satışlarda meydana gelen azalışın fiyat artıran teşebbüsün toplam hasılası ve satışları içindeki payı değişkenlik gösterir. Bununla birlikte birim elastiklikten daha düşük bir fiyat elastikiyeti seviyesinde yapılacak bir fiyat artışı üreticinin satış hasılasını dolayısıyla da -malîyetleri değişmiyorsa- kârlılığını artıracaktır. Bu, incelenen ürünlerin birbirleriyle etkin bir şekilde ikame edilemediği anlamına gelmektedir.⁶¹⁷ Bu çerçevede fiyat elastikiyetinin kritik noktasının ne olacağının malîyetlerle fiyatlar arasındaki ilişkiye bağlı olduğu söylenebilir.⁶¹⁸

İki ürün arasında çapraz elastiklik çift yönlü olarak hesaplanabilir, yani karşımızda iki tane çapraz elastiklik vardır. Bu iki çapraz elastiklik rakamları birbiriyle aynı olmayabilir. Diğer bir ifadeyle, talebin çapraz elastikiyetinin değişkenlik özelliği yoktur. Yani, A ürünündeki bir fiyat artışı sonucunda B ürününün satışında meydana gelebilecek artma ile A'daki bir fiyat artışı sonucunda B'nin satışında meydana gelebilecek artma aynı olmayabilir. Schwartzman'a göre çapraz fiyat elastikiyetinin tek yönde yüksek çıkması iki ürünün aynı piyasada kabul edilebilmesi için yeterli değildir. Her iki taraftan ölçülen çapraz fiyat elastikiyetinin de yüksek olması gereklidir. Schrank ve Roy'a göre bu yaklaşım kısa dönemde doğru iken uzun dönemde yanlış olabilir.⁶¹⁹

⁶¹⁶ KAUPER, a.g.m., s. 284.

⁶¹⁷ OFT, 1992, a.g.e, s. 31.

⁶¹⁸ LEXECON, 2001, a.g.e., s.25.

⁶¹⁹ W.E. SCHRANK ve N. ROY, "Market Delineation in the Analysis of United States Grounfish Demand", *The Antitrust Bulletin*, Vol.: 36, s.100 ve devamı.

Çapraz fiyat elastiklikleri, bir ürünün talep fiyat elastikiyeti hakkında da dolaylı bilgiler verebilir. Ancak, yüksek bir çapraz fiyat elastikiyeti, o ürüne ait talebin fiyat elastikiyetinin de zorunlu olarak yüksek olacağı anlamına gelmez. Belli koşullar altında B ürünü ile arasında yüksek bir çapraz fiyat elastikiyeti olan A ürününün tekel olan üreticisi, A'nın fiyatını kârlı bir şekilde yükseltebilir.⁶²⁰

4.3.4.4. Artık Talep Analizi

Bir firmanın piyasa gücünü kullanma yeteneği, piyasa talebinin fiyat elastikiyetine ve rakip firmaların tepkilerine bağlıdır. Bir fiyat artışına rakip firmaların tepkisi genel olarak doğrudan gözlenemez. Bu, faaliyetine devam eden bir firmanın sahip olduğu piyasa gücünün derecesini ölçmenin çok kolay olmayacağı anlamındadır. Artık talep analizi, rakip firmaların tepkilerini hesaba katarak bir değerlendirme yaptığından sofistike nicel bir tekniktir. Bu teknik, firmanın piyasa gücünün ölçülmesinde ve bir birleşme önerisinin o firmanın piyasa gücünü artırıp artırmayacağını belirlemede yardımcı olabilir. Ancak bu yöntem, yüksek düzeyde sağlam veri gerektirdiği gibi teknik olarak da titizlik ister.

Artık talep analizi temelde yatay birleşmelerin rekabetçi etkilerini değerlendirmek için önerilen bir tekniktir. Artık talep analizinin iktisat literatürde eski bir geçmişi vardır. Örneğin, uluslararası ticaretteki 'optimal tarife' artık talep analizi üzerine kurulmuştur. Aynı şekilde, endüstri iktisadındaki hakim firma modelinde de bu analiz kullanılır.⁶²¹ Ancak, piyasa tanımına yönelik ticaret akışı, çapraz fiyat elastikiyeti, fiyat korelasyonu, nedensellik analizi gibi ampirik teknikler ekonomik piyasalarla ilgili testlerdir. Artık talep analizi ise antitröst piyasayla ilgili bir tekniktir.⁶²²

Her endüstrinin, fiyat artışının kârlı olup olmayacağını belirlemeye yönelik kritik bir artık talep elastikiyeti vardır. Aynı zamanda bu kritik değer, bir endüstride zaman içinde de değişebilir. Bu durumda, bir piyasada fiyatın kârlı bir şekilde artırılıp

⁶²⁰ BISHOP, W., 1999, a.g.m., s. 9.

⁶²¹ SCHEFFMAN ve SPILLER, 1987, a.g.m., s. 130.

⁶²² KASERMAN ve ZEISEL, a.g.m., s. 669.

artırılamayacağını belirlemek için elimizde o piyasanın kritik artık talep elastikiyeti ve gözlemlenmiş artık talep elastikiyeti olmalıdır.⁶²³

ABD Yatay Birleşme Rehberi'ndeki ilgili piyasa yaklaşımının altında yatan ekonomik model, bir üretici grubunun karşı karşıya olduğu artık talebin belirlenmesidir. Bir üretici grubunun sahip olduğu piyasa gücü karşı karşıya oldukları bu talebin elastikiyetinin belirlenmesi ile tespit edilebilir.⁶²⁴

Artık talep analizi ilgili piyasanın değerlendirilmesi ve tanımlanması gibi ara bir test olarak değil de rekabet analizinin nihai bir testi olarak amaçlanmıştır. Bu testin altında yatan temel mantık iki firmanın birlikte karşı karşıya oldukları talep eğrisinin, tek tek kendilerinin karşı karşıya oldukları talep eğrileri ile karşılaştırılmasıdır. Eğer bu iki talep eğrisinin elastiklikleri birbirinden çok farklı değilse iki firma arasındaki birleşmenin rekabeti bozucu bir etkisinin olmayacağı düşünülür.⁶²⁵

Homojen ürünler üreten, aynı bölgede yerleşik üretici ve alıcıların olması durumunda, bir üretici grubunun karşı karşıya olduğu artık talep, piyasanın toplam talebinden diğer üreticilerin toplam arzlarının düşülmesi ile ulaşılan miktardır. Bu yaklaşımda kabul edilen varsayımlar değiştirildiği zaman, model oldukça karışık bir hale gelmektedir.⁶²⁶

Bir teşebbüsün piyasa gücünü kullanabilmesi talebin fiyat elastikiyetine ve rakip teşebbüslerin olası reaksiyonuna bağlıdır. Bir fiyat değişimi karşısında rakip teşebbüslerin göstereceği tepkiler doğrudan doğruya ölçülemez. Artık talep analizi, rakiplerin bu tepkilerini hesaba katmak için kullanılan bir tekniktir.⁶²⁷

⁶²³ SIMONS ve WILLIAMS, *a.g.m.*, s. 827.

⁶²⁴ CROCIONI, *a.g.m.*, s. 3.

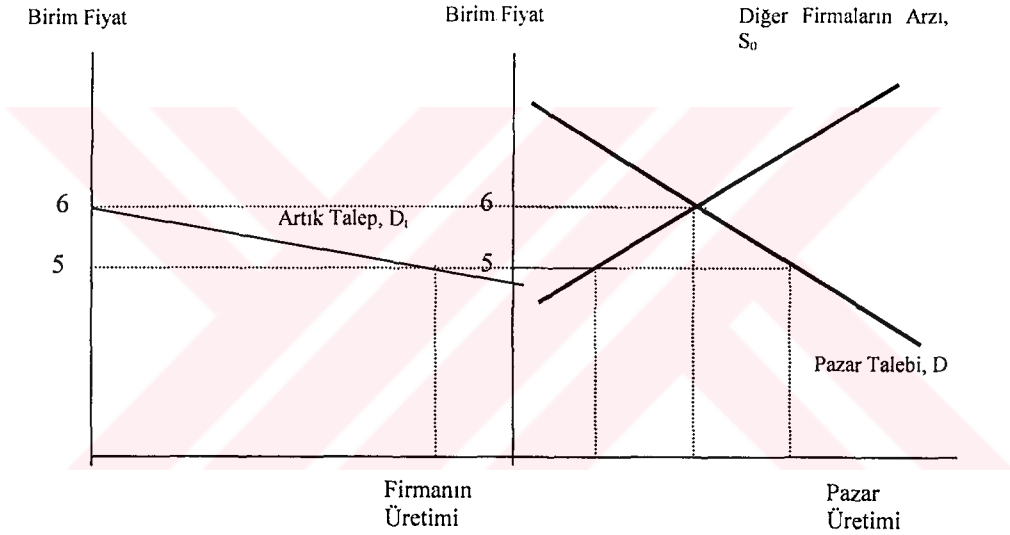
⁶²⁵ OFT, 1992, *a.g.e.*, s. 33.

⁶²⁶ SCHEFFMAN ve SPILLER, 1987, *a.g.m.*, s. 131.

⁶²⁷ ÇETİNKAYA, *a.g.e.*, s. 38.

Bu noktada endüstri talep eğrisi ile sadece bir firmanın talep eğrisi arasındaki ayırma dikkat edilmesi gerekmektedir. Genelde bu iki talep eğrisinin esneklikleri farklıdır. Endüstri talep eğrisi firma talep eğrisine göre daha az esnektir.

Şekil-4.4'de sadece bir firmanın karşılaştığı talep eğrisi, yani artık talep eğrisinin türetilişi gösterilmektedir. Artık talep eğrisi, endüstride bulunan diğer firmalarca karşılanmayan talebi göstermektedir. Artık talebin pozitif miktarları için, artık talep, piyasa talebinden diğer firmaların arzları çıkartılarak bulunur. Artık talep esnekliği gerek piyasa tanımında gerekse piyasa gücü ölçümlerinde önemli bir yere sahiptir.



(a) Firmanın Artık Talep Eğrisi

(b) Pazar Talebi ve Diğer Firmaların Arz Eğrileri

Şekil-4.4: Artık Talep Eğrisinin Türetilmesi

Kaynak: A.İ.Çağlayan, Rekabet Hukukunda Pazar Gücünün Önemi ve Ölçülmesi, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2003, s. 8

Piyasa gücüne sahip ya da piyasa gücünü kullanan bir firmanın, üretimini sınırlandırabilmesi için, talep eğrisinin aşağı eğimli olması gerektiği görülmektedir.

Burada üstünde durulması gereken diğer bir konu piyasa gücü ve tekel gücü arasındaki farktır. Yukarıda da ifade edildiği gibi bazı yazarlar tekel gücünü, piyasa

gücünün yüksek bir derecesi olarak tanımlamaktadır. Firmanın piyasa fiyatlarını etkileyebilme gücü varsa piyasa gücüne, fiyatları kontrol edebilme ya da rekabeti engelleyebilme gücü varsa tekel gücüne sahip olduğu söylenebilir.⁶²⁸

Bütün potansiyel ikamelerin, mevcut fiyat seviyesinde, sonsuz elastik bir arza sahip oldukları varsayımından hareket eden yapısal talep elastiklikleri ölçümü, yalnızca piyasa gücünü sınırlandıran talep yönlü ikame edilebilirliği ölçerken, artık talep elastikiyeti arz yönlü tepkileri de hesaba katar. Çünkü, artık talep elastikiyetinde, bir firmanın fiyatını değiştirmesi sonucunda, bu firmadan talep edilen ürün miktarındaki değişim, fiyatlarında bir artış yapabilecek olan diğer firmaların arz yönlü tepkileri de hesaba katılarak ölçülür.⁶²⁹

Fiyat elastikiyeti analizinde kullanılan bazı ekonometrik analiz tiplerine ilişkin vaka örneklerini burada incelemekte yarar vardır. Örneğin, yazılım ürünlerini kapsayan bir davada anahtar sorun, önemli uygulamalarda kullanılan yazılımların ayrı bir piyasa olup olmadığı veya bu yazılımların daha geniş bir piyasanın parçası olup olmadıklarıdır.

Bununla ilgili bir incelemede Lexecon, uygulamalarda kullanılan yazılım ürünlerinin fiyat elastikiyetini değerlendirirken satış hacimleri ve fiyat bilgilerini kullanmıştır. Bu tür uygulamalarda kullanılan yazılım ürününün fiyat elastikiyetini kapsayan değerlendirme sonuçları 1.1 civarındaydı. Bunun anlamı, ürünün fiyatındaki % 1'lik bir artışın satış hacminde % 1.1'lik bir düşüşe yol açmasıydı. Bu ürün demeti açısından talebin elastik olduğu ama çok elastik olmadığı anlamına gelmektedir. Buradan ayrı bir ürün piyasası sonucu çıkıp-çıkmadığını değerlendirmek için Lexecon, yazılım ürününe ilişkin toplam brüt kar bilgilerini bir araya getirmiş ve verili fiyat elastikiyetinin 1.1 olması durumunda bir monopolcünün bu ürünlerin fiyatlarını % 5 ila % 10 civarında karlı bir şekilde artırabileceği sonucuna varmıştır.

⁶²⁸ LANDES ve POSNER, a.g.m., s. 937.

⁶²⁹ CROCIANI, a.g.m., s. 5.

Guinness/Grandmet birleşme⁶³⁰ olayında Lexecon ampirik çalışmaların bir çeşidini uygulamıştır. Sonuçta ekonometrik analiz, viski, cin ve votka gibi ayrı içki kategorilerinin ilgili piyasada oldukları kararını desteklemiştir. Ayrıca yerel markalar ile uluslararası markalar arasında bir rekabetin varlığını da bu analiz göstermiştir. Analiz, cin ve votka gibi ‘beyaz içkiler’ ve brendy ve viski gibi ‘ağır içkiler’ adıyla alternatif piyasa tanımlarının ilgili piyasayı oluşturmadıklarına da işaret etmiştir.

4.3.4.5. Veri Sorunları ve Zorluklar

Ekonometri oldukça teknik bir konudur ve talep modellemesinde tanımlanması gereken sorunların tümünü özetlemek mümkün değildir. Burada bazı genel noktalara işaret edilecektir.

Yukarıda da belirtildiği gibi, antitröst analizlerinde, fiyat elastiklikleri oldukça faydalı bilgiler sunabilir. Ancak, elastiklik analizlerinde en iyi sonuçların elde edilebilmesi ekonometrik yöntemlerin kullanılmasını gerektirir. Teknik yönü ağır olan bu işlem de uzmanlık ve zaman ister.

ABD’de birçok antitröst davasında tartışmalar ekonometrik analizlerin yorumlanması etrafında yapılmaktadır. AB’de ise ekonometrik analizler çok kullanılmamakla birlikte, bu tekniklere davalarda giderek daha fazla yer verilmekte ve rekabet otoritelerince de bazen belli analizler yapılmaktadır.⁶³¹

Ekonometrik analiz, ilgili verinin uzun dönemli ve uygun bir serisini gerektirir ve çoğunlukla buna ulaşmak zordur. Nispi fiyatlardaki bazı değişkenler de anlamlı sonuçları üretmekte gerekli olabilir. Bu tür analizler, ürün karakteristiklerinin ve tüketici zevklerinin çabucak değişmediği makul piyasa istikrarının olduğu koşullar altında en iyi sonucu verirler.

Elastikiyet değerlendirmeleri, karmaşık sonuçlar ortaya çıkarır ve kolaylıkla sonuçların yanlış yorumlanması söz konusu olabilir. Örneğin ürünlerin ikamelerinden

⁶³⁰ Guinness/Grandmet, Case No IV/M. 938, OJ L 288.

⁶³¹ LEXECON, 2001, a.g.e., s.28.

ziyade tamamlayıcılarını bulmak önemlidir. Tamamlayıcı ürünlerin her birinin değeri, diğerlerinin tüketilmesi nedeniyle artar. Sonuçları yorumlarken bu etkileşim hesaba katılmalıdır. Benzer şekilde elastikiyetin yanlış ölçülmesi de bir sorundur. Herhangi iki ürün arasında daima iki çapraz elastikiyet vardır. Bu iki elastikiyetin aynı büyüklük ve öneme sahip olması gerekliliğinin bir mantığı yoktur. Örneğin buğdayın fiyatındaki bir düşüş çavdar piyasasını tahrip edebilir ancak çavdarın fiyatındaki bir düşüş, buğday gibi çok büyük bir piyasada dikkate alınmayabilir.

4.3.5. Dönüştürme Kayıp Analizi

Dönüştürme kayıp analizi, varsayımsal fiyat artışını karsız hale getiren hipotetik monopolcünün satışlarının ne kadar düşeceğinin değerlendirilmesi konusunda SSNIP testini daha işler duruma getirir. Bu modelleme, fiyat artışlarına tüketicilerin aktüel tepkilerinin değerlendirilmesinde karşılaştırma yapma imkanı sağlar.

Dönüştürme kayıp modeli sayesinde, eğer ampirik deliller satışların düşeceğini öneriyorsa, bu durumda hipotetize edilmiş fiyat artışı karsızdır ve ilgili piyasa, incelenen piyasadan daha geniştir. Verimli bir dönüştürme kayıp analizi, SSNIP testinin yeniden şekillendirilmiş bir biçimidir ve bu test, öncelikle piyasaların tanımlanmasında bir yardımcı olarak kullanılır. Ayrıca bu analiz, bir işlemin tek taraflı etkilerinin değerlendirilmesinde de kullanılabilir.

SSNIP testinde gözlenen fiyat artışı, hipotetik monopolcünün karları üzerinde iki zıt etkiye sahiptir. Birincisi, fiyattaki artışa bir tepki olarak bazı tüketiciler rakip ürünlerin ikame edilmesi yoluna gideceklerinden satışlarda bir düşüş olacak ve bu da karlar üzerinde negatif bir etki yaratacaktır. Ancak hipotetik monopolcünün geri kalan satışları üzerinde kar marjı daha yüksek olduğundan, fiyat artışı bu sefer karlar üzerinde telafi edici pozitif bir etkiye sahip olacaktır. Eğer karlar üzerindeki negatif etki pozitif etkiden daha büyük ise bu durumda fiyat artışı monopolcü açısından karsız, ilgili piyasa ise daha geniş olacaktır.⁶³² Dönüştürme kayıp analizi, fiyat artışını takip eden ürün satışlarındaki düşüş ve monopolcünün karının düşmediği bir durumun yüzdesel

⁶³² LEXECON, 2003, a.g.e, s. 18.

terimlerle maksimum miktarının değerlendirmesini kapsar. Bu noktada karlar üzerindeki iki karşıt etki birbirini tamamıyla ortadan kaldırır.

Dönüştürme kaybın hesaplanmasında gerekli olan tek bilgi, hipotetik monopolcünün piyasada sattığı en son birim üzerinden elde ettiği gayri safi karın tahminidir. Gayri safi kar, fiyat ile ortalama değişken maliyet arasındaki farktır. Gayri safi karın verili tahmini ile herhangi bir hipotetik fiyat artışı açısından dönüştürme kaybı, standart bir formül kullanılarak hesaplanabilir. Aşağıdaki tablo, hipotetize edilmiş fiyat artışı ve gayri safi karın çeşitli kombinasyonları açısından dönüştürme kaybı göstermektedir.

Tablo-4.3: Fiyat Artışı (%)

Brüt Kar (%)	(%) 5	(%) 7,5	(%) 10
(%) 10	(%) 33	(%) 43	(%) 50
(%) 20	(%) 20	(%) 27	(%) 33
(%) 30	(%) 14	(%) 20	(%) 25
(%) 40	(%) 11	(%) 16	(%) 20
(%) 50	(%) 9	(%) 13	(%) 17

Tablo-4.3, verili bir fiyat artışında dönüştürme kaybın yüksek brüt kardan daha az olduğunu gösteriyor. Çünkü kar daha yüksek olduğunda, kar artışı üzerinde, satışlardaki düşüşten daha geniş bir negatif etki vardır. Ayrıca tablo, herhangi bir brüt kar açısından dönüştürme kaybın, hipotetize edilmiş fiyat artışından daha yüksek olduğunu da gösteriyor.

Öncelikle dönüşlü kayıp hesaplanırken, hipotetize edilmiş fiyat artışı ile bağlantılı muhtemel satış kayıplarını tahmin etmek gerekir. Eğer bu delil (ki bu talep değerlendirmesi, şok analizi ve dönüşüm oranı analizi gibi bir dizi teknikler kullanılarak elde edilebilir) aktüel zararın dönüşümlü kayıptan daha büyük olacağını gösteriyor ise bu durumda incelenen olaydaki ürünler ilgili piyasada değildir. Çünkü fiyat artışı karlı değildir.

Tenet Healthcare Corporation⁶³³ birleşme davasında dönüşlü kayıp analizi uygulanmıştır. Bu dava, Poplar Bluff'da iki genel hastanenin birleşmesini kapsar. Davada anahtar sorun, ilgili coğrafi piyasanın Poplar Bluff'dan daha geniş olup olmadığı dolayısıyla bu iki hastanenin komşu kasabalardaki hastanelerle rekabet halinde olup-olmadığıdır. FTC⁶³⁴ coğrafi piyasanın Poplar Bluff'dan daha geniş olmadığı ve birleşmenin her bir hastane üzerindeki temel rekabetçi baskıyı ortadan kaldıracağını düşünerek birleşmeyi engellemeye çalışmıştır.

Buna karşın taraflar piyasanın Poplar Bluff'dan daha geniş olduğu tezini destekleyen bir dönüşlü kayıp analizi sunmuşlardır. Onlar, birleşen hastanenin eski hasta grupları üzerinden %65 civarında bir brüt kar elde edeceklerini tahmin ediyorlardı. Bu nedenle fiyat artışına tepki olarak hastaların % 7'den fazlası başka hastaneleri tercih ettiği takdirde % 5'lik bir fiyat artışı karlı olmayacaktı. Buna göre dönüşlü kayıp % 7 idi. Birleşen hastanenin hastalarının yaklaşık % 55'i zaten Poplar Bluff dışındaki bölgelerden gelmekteydi. Savunmanın temel argümanı, kendileri bir fiyat artışına gitmeleri durumunda, hastalarının % 7'den fazlasını kaybedecekleri, bu nedenle ilgili piyasanın Poplar Bluff'dan daha geniş olduğu yönündeydi.

Yerel mahkeme, coğrafi piyasanın Poplar Bluff'dan çok az geniş olduğu ve dolayısıyla Federal Ticaret Komisyonu kararının uygun olduğu hükmüne varmasına rağmen bölge mahkemesi bu kararı bozmuştur. Yerel mahkemenin kararının aksine bölge mahkemesi, Poplar Bluff'daki hastaların çoğunun zaten komşu şehirlerdeki

⁶³³ FTC v. Tenet Healthcare Corp. 186F, 3d 1045, 1050 (8th Cir. 1999).

⁶³⁴ FTC (Federal Trade Commission) ABD'de Rekabet Otoritesi.

hastaneleri kullandığını ve başka tarafa yönelen hastaların az bir kısmının birleşen hastaneye karşı bir rekabet baskısı oluşturacağını ifade etmiştir.

Dönüştü kayıp analizi ile ortaya çıkan bazı karmaşık durumlar vardır. Bunlardan en önemlisi brüt karın potansiyel olarak yanlış yorumlanmasıdır.

Dönüştü kayıp analizinde yapılan ortak bir hata, büyük brüt karın, dönüştü kaybın küçük olduğu anlamına geldiği gibi bir sonuç çıkarmak ve dolayısıyla ilgili piyasanın geniş olduğuna hükmetmektir. Bu her zaman böyle değildir. Örneğin büyük brüt karlar, yakın ikamesi olmayan ve değişik firmaların ürettiği farklılaştırılmış ürünlerin olduğu endüstrilerde görülebilir. Ayrıca önemli brüt karlar rekabet karşıtı davranışların bir sonucu da olabilir. Örneğin piyasadaki firmalar zaten kendilerini koordine bir davranışa angaje etmiş olabilirler.

Dönüştü kayıp analizi, piyasa tanımında kullanılan alternatif bir metodoloji olmaktan ziyade, standart SSNIP testinin bir tamamlayıcısı olarak kabul edilebilir. Dönüştü kayıp analizi piyasa tanımının değerlendirilmesine yardım eder. Ayrıca, tüketicilerin aktüel olarak nasıl davranacaklarını karşılaştırmak konusunda bir modellemenin desteklenmesinde, bir birleşmenin tek yanlı potansiyel etkilerinin ölçülmesinde yardımcı olur.

4.3.6. Dönüşüm Analizi (Switching Analysis)

Çoğu birleşmeler bir ürünün bir diğeri ile tam ikame edilemediği farklılaştırılmış ürün piyasalarında gerçekleştirilir. Tek taraflı etkiler daha çok, yakın ikame ürünlerin söz konusu olduğu birleşme davalarıyla ilişkilidir. Özellikle ürünün yeniden depolanmasının daha pahalı olduğu birbirine yakın iki ürün söz konusu olduğunda muhtemelen birleşme sonrası fiyat artışı daha yüksek olacaktır. Bu gibi davalarda birleşen taraflar arasındaki rekabetin derecesine ilişkin olarak piyasa payları bilgilendirici olmayabilir. Dönüşüm analizi, değerlendirebilir iki ürün arasındaki ikame edilebilirlik derecesini ölçmenin bir aracıdır.

Dönüşüm analizi, diğeri analiz türlerinin başka bir çeşidi olabilir ancak yaklaşımın vurgusu aynıdır: tüketici davranışlarının analizi sayesinde birleşen tarafların

ürünleri veya markaları arasındaki rekabetin yakınlığının değerlendirilmesini kapsamalı. (En iyi sonucu verecek şekilde davranışların gözlenmesi ya da bazen hipotetik tercihlere verilecek tepkiler, çok iyi bilgilendirici olabilir.)

4.3.6.1. Dönüşüm Oranı ve Switching

'Dönüşüm oranı' analizi bu yaklaşımın özel bir şekli olarak hesaba katılabilir. Örneğin A ürününden B ürününe dönüşüm oranı, A ürünün fiyatında önemli miktarda bir artış olduğunda A ürünün satışlarında B ürünü lehine olan kayıpların kesiridir. A ürününün fiyatındaki bir yükselmenin etkisiyle kaybedilen satışın üçte birlik kısmı B ürününe gitmiş ise, A'dan B'ye dönüşüm oranı 0.33 tür. Bu oranı, iki ürünün ikame derecesini gösteren bir ifadedir. Yüksek bir dönüşüm oranı, güçlü bir şekilde iki ürünün yakın ikame olduklarının bir kanıtıdır.

Yukarıda tartışılan talebin fiyat elastikiyeti ve talebin çapraz elastikiyeti tekniklerini kullanarak yüksek bir kesinlik derecesine ulaşmak, dönüşüm oranı ölçümüyle de mümkündür. Dönüşüm oranı birleşme sonrası fiyat artışlarının muhtemel büyüklüğünü ölçmekte de kullanılabilir. Aynı şekilde bu sonuçların, birleşme sonrası ürün belirlemesi açısından, ürünlerin fiyat marjları, yeni giriş ihtimali analizleri ile bağlantılı bir şekilde yorumlanmasına ihtiyaç vardır. Daha da ötesi, birleşme ile ortaya çıkan sinerji (özellikle bu durumun marjinal maliyetlerde bir düşüşe yol açması) de hesaba katılmalıdır.

Bununla beraber daha az sofistike dönüşüm çalışmaları, düşük düzeyde bilgi gerektirdiğini hesaba katarsak, çok verimli, bilgiye dayalı sonuçlar da üretebilir. Örneğin bir firma müşterilerinin çoğuna, rakip bir firma nedeniyle kaybettiklerini ve kazandıklarını gösteren bir bilgiyi gösterirse bu bilgi güçlü bir şekilde rakip firmanın ürününün yakın ikame olduğunu ortaya koyabilir. Ayrıca dönüşüm analizinin bir türü, coğrafi piyasa tanımına ilişkin kanıtların desteklenmesinde de kullanılabilir. Analiz müşterilerin nerede konumlandıklarının belirlenmesini kapsar. Rakip arzuları kullanma seçeneğinin olduğu bir bölgede konumlanan müşterilerin oranı özellikle bu durumla ilişkilidir ki bu, müşterilerin fiyat artışına tepki olarak başka tarafa yönelmeleri ihtimalini güçlendirir.

2000 yılındaki Volvo/Renault⁶³⁵ birleşme davasında Komisyon, etkilenen piyasalarda nispi olarak yüksek paylar söz konusu olmasına rağmen bu iki markanın yakın ikame olmadığını gösteren tüketicilerin dönüşüm oranına ilişkin kanıtları hesaba katmıştır. Örneğin birleşme sonrası kamyon satışlarının %50'si civarlarında bir paya sahip olacak olan tarafların yer aldığı Fransa'da nispi olarak birkaç kamyon müşterisinin Volvo ve Renault markaları arasında yön değiştirdiğini analiz göstermiştir. Buna mukabil her iki firmanın müşterileri Scania ve DAF gibi diğer kamyon üreticilerine yönelme eğilimi göstermişlerdir. Bu kanıt, Volvo ve Renault kamyonlarının birbirinin yakın ikamesi olmadığını ortaya koymuştur. Fransa piyasasında Volvo bir fiyat artışına gittiğinde rakip firmaların çok az bir reaksiyonu ile karşılaştığını gösteren bu kanıt analizi desteklemektedir. Bu koşullar altında bu birleşme aklanmıştır.

Capital Corporation/London Clubs davasında⁶³⁶ da bu analiz kullanılmıştır. Londra – Mayfair'da iki kaliteli gazinonun sahibi olan Capital Corporation davasında konu, O'nun rakibi ve Londra'da yedi adet gazinonun sahibi olan London Clubs tarafından devralınma teklifinin yapılmasıydı. Capital Corporation şirketinin danışmanlığını yapan Lexecon, Capital Corporation'ın müşterilerinin bir incelemesini yapmakla görevliydi. Capital Corporation'un müşterilerine eğer bugün için bu gazino elverişli değilse Londra'daki hangi gazino veya gazinoları tercih edersiniz? Sorusu soruldu ve tercihleri doğrultusunda üç gazino ismi vermeleri istendi. Araştırma, Capital Corpotion gazinosu müsait olmadığında müşterilerin London Clubs'ın sahip olduğu gazinoları ziyaret etmeyi tercih edeceklerini ortaya çıkarmıştır. Araştırmanın sonucu, cevap verenlerin çoğunun Londra'da oturduğunu da ortaya koymuştur. Sonuçlar, ilgili piyasanın London Clups'ın iddia ettiği gibi uluslararası değil, dar bir piyasa olduğu hipotezini desteklemiştir. MMC⁶³⁷, ilgili piyasanın, sekizi Mayfair'de yerleşik, toplam üst düzey on gazinodan oluştuğu sonucuna varmıştır. Ve MMC, Devlet Bakanlığı ile uyumlu bir şekilde bu birleşmenin bloke edilebileceğini önermiştir.

⁶³⁵ Volvo/Renault, Case No COMP/M.1980.

⁶³⁶ Capital Corporation/London Clubs, UK MMC Case.

⁶³⁷ MMC, İngiltere'de "Tekeller ve Birleşmeler Ofisi", adlı İngiltere Rekabet Otoritesidir.

Diğer bir çok kantitatif teknik gibi, dönüşüm analizinin de, karmaşıklığın değişik derecelerine sahip olduğunu dikkate almak gerekir. Ekonometrik teknikler, birleşen tarafların ürünleri arasındaki dönüşüm oranı ve birleşmenin fiyatlar üzerinde sahip olması beklenen etkilerinin değerlendirilmesinde kullanılabilir.

Tüketici incelemeleri yapılandırılırken titiz davranılması gerekir. Araştırma sorularının objektif bir şekilde oluşturulması önemlidir. Çoğu çalışmalar, araştırma sorularının kalıp önyargılar tarafından tahrif edildiğini göstermiştir. Titizlikle seçilen sorular araştırma başarısını belirler. Rekabet otoriteleri sıklıkla önyargılarla karşı karşıya kalır. Kötü seçilmiş sorular bütün bir araştırmanın güvenilirliğini ortadan kaldıracaktır. Araştırmalar her ne kadar hipotetik davranışların değerlendirilmesini kapsasa da, deneklere, B ürünü ile karşılaştırıldığında A ürününe ne kadar ödeyebileceğine ilişkin onların tercihlerini miktarlamaya yönelik sorular sormak pek güvenilir bir yöntem değildir. Bunun yerine A ürünü x fiyata, B ürünü y fiyata satıldığında hangisini tercih edeceklerine ilişkin soru sormak veya belirli bir ürün veya hizmetin kullanışsız olması durumunda ne yapacaklarını sormak daha doğrudur.

4.3.6.2. Dönüşüm Oranının Yanlış Yorumlanması

İki firmanın ürünlerinin piyasa payları ile dönüşüm oranları ölçülemez. A ürünün piyasa payı % 20, B ürünün piyasa payı % 25 ise A' dan B' ye dönüşüm oranı 0.31, B'den A' ya 0.27 olduğu düşüncesi yanlıştır. Bu mantığa göre piyasadaki bütün ürünlerin bir değerine eşit yakınlıkta olduğu farz edilir. Dönüşüm analizinin amacı, ikame edilebilirlik dereceleri içinde ürünlerin muhtemel farklarını araştırmaktır. Ürünlerin-ikame açısından- eşit yakınlıkta olduğunu varsaymak analizin amacını ortadan kaldırır.

4.3.7. Birleşme Simülasyonu

Birleşme simülasyonu, piyasa tanımı üzerine yapılan uzun tartışma ihtiyacını ortadan kaldırabilecek diğer bir birleşme değerlendirme tekniğidir. Piyasa iştirakçilerinin ürünleri ve fiyatları üzerinde, simüle edilen birleşmenin tek taraflı

etkilerini doğrudan değerlendirmekte, rekabetin doğası ve yapısı hakkındaki kabuller ile talep elastikliklerini birleştiren ve teknik olarak zorlukları olan bir yaklaşımdır.⁶³⁸

Bir birleşme önerisinden sonra ürünlerin ve fiyatların ne olacağını değerlendirmek iki aşamalı bir süreci gerektirir. Birincisi, endüstrideki belli başlı markaların tümü açısından talebin fiyat elastikiyeti ve çapraz fiyat elastikliklerinin belirlenmesi gerekir. İkinci aşama, markalar arasındaki rekabetin yapısı hakkında bir tahmin yapmaktır.

Bir endüstrideki başlıca markaların talep elastikliklerinin tahmini iki yolla yapılabilir. Ekonometrik olarak bir değerlendirme yapılabilir ki, bu yöntem yukarıda fiyat elastikiyeti analizi kısmında tartışılmıştır. İkinci alternatif, tüketici talebinin yapısı hakkında yapılacak çok güçlü bir tahmin veya değerlendirmedir. Bu da tek bir markanın fiyat elastikiyeti ve çapraz elastikiyetinin ölçülmesi ve temel markaların ürünleri ve fiyatlarına ilişkin bilgileri kullanmak suretiyle hesaplanabilecek olan bütün markaların elastikiyetini ortaya koymaktır. İkinci aşamada, fiyat ayarlayan üreticiler ve farklılaştırılmış ürünlerin değerlendirildiği, rekabetin yapısı hakkında tipik olarak tahminde bulunulur.

Verili talep elastiklik ölçümleri ve rekabetin yapısına ilişkin tahmin ve birleşen tarafların ortak karlarını maksimize edecek şekilde yapacakları fiyat ayarlamasını hesaplamak yoluyla, birleşme sonrası fiyatlar ve ürünlerin ne olacağı belirlenir. Bu süreç iki faktörün hesaba katılmasını gerektirir. Birincisi, birleşmeyi takip eden süreçte fiyat ayarlaması yapıldığında birleşen taraflar, eğer sahip oldukları markaların bazılarının fiyatlarını artırırlarsa, tüketicilerin yöneliminin tarafların diğer markalarına doğru olacağı gerçeğini hesaba katmalıdırlar. Bu durumda birleşmiş yeni firma bazı müşterilerini kaybedecektir. İkincisi, birleşen taraflar fiyatlarını değiştirirse bu durum, fiyat değişikliğini takip etmek konusunda rakip arzular için bir neden yaratır. Endüstride birleşme sonrası denge pozisyonu, fiyatlarını tek taraflı olarak değiştirme ihtiyacı hissedecek firmaların olmadığı bir duruma ulaşmaktır.

⁶³⁸ LEXECON, 2003, a.g.e, s. 25.

AB’de birleşme simülasyonunun kullanıldığı ilk örnek, Volvo/Scania davasıdır.⁶³⁹ Ağır kamyonların iki İskandinav üreticisi olan Volvo ve Scania’nın birleşmeleri Avrupa Komisyonu tarafından yasaklanmıştır. Birleşme teklifi, birkaç AB ülkesinde tarafların piyasa payının önemli ölçüde artmasına yol açacak, özellikle İskandinav ülkelerinde tarafların birleşmiş piyasa payı oldukça yükselecekti.

Komisyon, AB ülkelerinin her birinde başlıca ağır kamyon markalarının talep elastikiyetlerinin değerlendirilmesi için dışarıdan ekonomistler görevlendirmiştir. Daha sonra bu talep elastiklik değerlendirmesi sonuçlarını, birleşme sonrası fiyat artışlarının simülasyonunda kullanmıştır. Elastikiyet tahminleri Volvo ve Scania ağır kamyon markalarının birbirlerinin yakın ikamesi olduklarını, rakip arzcuların ağır kamyonlarının ise Volvo ve Scania’ya daha az ikame ürün olduklarını ortaya koymuştur. Buna göre birleşme sonrasında Volvo ve Scania kamyonlarının fiyatlarının çoğu Avrupa ülkesinde % 5 civarında, İskandinav ülkelerinde ise % 10’dan daha fazla artacağı öngörülmüştür. Rakip arzcuların ağır kamyon fiyatlarının ise bu birleşmeden önemli ölçüde etkilenmeyeceği ortaya çıkmıştır. Komisyonun birleşme simülasyonu analizi, sınırlı derecede bilgilere dayanan taraflarca ciddi itirazlara muhatap olmuştur.

Bir başka örnek, ABD’de Interstate Bakeries/Continental Bakeries birleşme teklifidir.⁶⁴⁰ Birleşme önerisi, ABD’de birkaç coğrafi piyasa da önde gelen beyaz ekmek üreticilerini bir araya getirmeyi amaçlıyordu. ABD Adalet Bakanlığı Rekabet Dairesi, birleşmeyi takiben, birleşen tarafların, sahip oldukları beyaz ekmek markalarından bazılarının fiyatlarını yükseltme yeteneğine kavuşacaklarından endişe etmekteydi. Araştırmanın bir bölümünde ABD Adalet Bakanlığı, iki coğrafi piyasadaki belli başlı beyaz ekmek markalarının talep elastikiyetini ölçerken, perakende fiyat bilgilerini kullanmıştır. Birleşmenin etkilerini simüle ederken de bu talep elastiklik tahminlerini kullanmıştır. Simülasyonun sonuçları, birleşme teklifinin, taraflara sahip oldukları markaların fiyatlarını önemli ölçüde artırma imkanı vereceğini göstermiştir. Diğer delillerin yanında ortaya çıkan bu sonuç, birleşmenin rekabeti ciddi ölçüde azaltacağı kanısına yol açmış, bunun üzerine Adalet Bakanlığı birleşmeye karşı bir dava tertip

⁶³⁹ Volvo/Scania, Case No COMP/M. 1672.

⁶⁴⁰ United States v. Interstate Bakeries Corp., No: 95C-4194.

etmiştir. Sonuçta bu durum birleşen tarafların, Bakanlığın kaygılarını hafifletmek amacıyla bir takım mahrumiyetler önermesine yol açmıştır.⁶⁴¹

4.3.7.1. Birleşme Simülasyonunda Muhtemel Zorluklar

Birleşme simülasyonunun cazibesi, fiyatlar ve ürün miktarları üzerinde bir birleşmenin sahip olacağı etkileri tahmin edebilme kolaylığı sağlamasıdır. Bu, sonuç çıkarmak yerine, olası etkilerin büyüklüğünü nadiren ölçebilen birleşme tahminlerine standart yaklaşımın aksine, birleşen tarafların toplam piyasa paylarını çoğunlukla esas almaktır. Bu tarafların piyasa gücünün, özellikle farklılaştırılmış ürün piyasaları söz konusu olduğunda zayıf bir göstergesidir. Ayrıca birleşme simülasyonu, bir birleşmenin değerlendirilmesinde açıkça hesaba katılan ve sistematik şekilde var olan mahrumiyetleri ve verimlilik etkilerini telafi etmeye de izin verir.

Bununla beraber birleşme simülasyonu sonuçları, ilgili piyasada rekabetin yapısı hakkında yapılan öngörü ve talep elastikiyeti tahminlerinin güvenilirliği ve kesinliğine bağlıdır. Eğer bu faktörlerden biri endüstrideki ekonomik hareket tarzını yansıtmaz ise birleşme simülasyonu sonuçları verimli olmayacaktır.

4.3.7.2. Talep Esneklik Tahmini

Yukarıda tartışıldığı gibi kesin ve sağlam talep elastiklik tahmini yapmakta ekonometrinin kullanılması, bol veri gerektirir ve bir takım teknik sorunlar ortaya çıkabilir. Talep elastikliklerini tahmin etmekte kullanılan talebin yapısı hakkında güçlü bir öngörü yapmak alternatif bir yaklaşım ise, bu durumda analizci bu öngörüye haklı gösterebilmek için ilave kanıtlara ihtiyaç duyacaktır. Aksi takdirde elastiklikler aktüel tüketici davranışlarını yansıtmayabilir.

⁶⁴¹ LEXECON, 2003, a.g.e, s. 27.

4.3.7.3. Rekabetin Yapısı

Rekabetin yapısı hakkında yapılan öngörü, endüstrideki diğer kanıtlarla da haklı gösterilmeye (desteklenmeye) ihtiyaç duyar. Örneğin model alınan Bertrand rekabeti (fiyatta rekabet) ise, bu durumda fiyatı gösteren kanıt, arzu edilen anahtar konusundaki stratejik bir değişkendir. Tahmin edilen talep elastikliklerinin ve rekabetin doğası hakkında yapılan öngörünün makul bir kesinliğe sahip olup olmadığını kontrol etmenin bir yolu, birleşme simülasyonunda tahmin edilen fiyat-maliyet marjı ile aktüel fiyat-maliyet marjlarını karşılaştırmaktır. Şayet bunlar benzer ise, rekabetin doğasına ve talep elastikliklerine ilişkin öngörü, endüstrideki firmaların ve tüketicilerin davranışlarının anahtar niteliğindeki öngörünümünü yakalamış demektir ve bu durumda birleşme simülasyonu sonuçları bilgi verici nitelikte ve verimli kabul edilebilir.⁶⁴²

4.3.8. Fiyat/Yoğunlaşma Analizi

Fiyat/yoğunlaşma çalışmaları, bir piyasadaki yoğunlaşma düzeyi ve fiyatlar arasındaki ilişkileri inceler. Bu analizler, piyasa tanımına ilişkin derin bir kavrayış sağlayabileceği gibi, bir birleşmenin fiyatlar üzerindeki muhtemel etkilerini ortaya çıkarmakta da kullanılabilir. Yaklaşımın arkasındaki temel varsayım, piyasa gücüne sahip olan tarafların, birleşmeyle daha büyük bir piyasa gücüne erişerek varsayılan bir piyasada neden olacakları yüksek yoğunlaşmadır. Bu piyasa gücü, yüksek fiyatlara yol açar. Yoğunlaşmanın daha yüksek düzeylerinin, yüksek fiyatlarla aynı anda olduğu beklenebilir. Ancak piyasa gücünü test etmekte yüksek piyasa payları ile firmaların yetenekleri üzerinde yeterince kısıtlama varsa, yüksek yoğunlaşmanın daha yüksek fiyatlara yol açması gerekmez.⁶⁴³

Fiyat/yoğunlaşma testleri genellikle bir ilgili coğrafi piyasadaki rekabet şartlarının başka bir coğrafi piyasadaki şartlar ile karşılaştırılabildiği durumlarda birleşmelerin olası etkilerinin değerlendirilmesinde kullanılır. Giriş engellerinin varlığı gibi nedenlerle, yoğunlaşmanın önemli bir fiyat belirleyicisi olduğu durumlarda,

⁶⁴² LEXECON, 2003, a.g.e, s. 28.

⁶⁴³ LEXECON, 2003, a.g.e, s. 29.

piyasadaki yoğunlaşma ile fiyatlar arasında pozitif bir ilişki görülürken, diğer taraftan, potansiyel rekabetin varlığı ya da fiyat rekabetinin doğası gereği, yoğunlaşmanın önemli bir fiyat belirleyicisi olmadığı durumlarda da yoğunlaşma ile fiyatlar arasında belli bir ilişki olmayacaktır.⁶⁴⁴ Fiyat/yoğunlaşma testleri ilgili piyasanın doğru bir şekilde tanımlanıp tanımlanmadığının değerlendirilmesinde de kullanılmaktadır.

Fiyat /yoğunlaşma çalışmaları, ayrı coğrafi bölgelerin sayısı, bu bölgelerden sadece birinde veya birkaçında ortaya çıkan sorunlar ve değişen yoğunlaşma düzeylerine ilişkin elverişli bilgiler olduğunda özellikle kullanışlıdır. Testin esası, yoğunlaşma yüksek olduğunda fiyat artış eğiliminin de yüksek olduğu piyasaları görmek anlamında, farklı piyasalardaki fiyatları karşılaştırmaktır. Bu teknik, test edilen aday piyasanın daha makul bir tanımlamaya elverişli olması halinde en iyi sonucu verir. Şayet görece geniş bir tanım test ediliyorsa, bu durumda fiyat ve yoğunlaşma arasındaki bu ilişkinin yokluğu, ilgili piyasanın daha geniş ya da daha dar olup olmadığı konusunda karar verirken yardımcı olmaya bilir.

Bir birleşme vakasında, dar tanımlanmış bir piyasada yoğunlaşmanın derecesi ve fiyat arasında sistematik bir ilişkinin olmadığı ortaya çıkarsa, bu durumda birleşmeye, yoğunlaşma artışının daha yüksek fiyatlara yol açma ihtimalinin olmadığı gerekçesi ile izin verilebilir. Aynı şekilde yoğunlaşma derecesi ve fiyat arasında pozitif bir ilişkinin olduğu ortaya çıkarsa (yani yoğunlaşma arttığında sistematik olarak fiyat daha yüksek oluyorsa) bu durum birleşmenin daha yüksek fiyatlara yol açacağı öngörüsünü sağlamlaştırır. Bir hakim durum davasında, yoğunlaşma ve fiyat arasında bir ilişkinin yokluğuna ilişkin delil, aday piyasadaki yüksek piyasa payının piyasa gücüne ulaşamayacağını akla getirir.

Fiyat/yoğunlaşma testi uygulanırken, piyasadaki yoğunlaşmanın nasıl ölçüleceği ve farklı bölgelerdeki veya ülkelerdeki maliyet farklılıklarının veya fiyat seviyesini etkileyen diğer dışsal faktörlerin nasıl hesaba katılacağı önem arz etmektedir.

⁶⁴⁴ BISHOP, W., 1999, a.g.m., s. 10.

Bu tip problemleri çözümlmek için uygulamada ya HHI (Herfindahl-Hirschman Index) endeksi kullanılmakta veya CR (Concentration Ratio) analizi yapılabilmektedir.⁶⁴⁵

4.3.8.1. Yoğunlaşma Oranı (CR)

Yoğunlaşma oranı, piyasada faaliyet gösteren 'n' tane firmanın paylarının toplamını ifade eder.

$$CR_n = S_1 + S_2 + \dots + S_n = \sum_{i=1}^n S_i$$

Yoğunlaşma oranı endeksi, hesaplaması çok kolay bir yöntem olmakla birlikte, iki önemli sakınca içermektedir. Birincisi, endekse katılan firmaların görece büyüklükleri hesaba katılmamaktadır. Birbirlerine denk büyüklükteki firmalarla farklı büyüklükteki firmalar arasındaki rekabet şiddeti farklı olduğundan, bu sakınca nedeniyle piyasadaki rekabetin boyutları tam olarak dikkate alınamamaktadır. Bu endeksin ikinci sakıncası, piyasadaki toplam firma sayısını ve endekse katılmayan firmaların piyasa paylarını ihmal etmesidir. Bu nedenle, 'n' değerinin isabetli alınmaması durumunda, yoğunlaşma oranı yanıltıcı sonuçlar verebilir.⁶⁴⁶

4.3.8.2. Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI)

HHI, ilgili piyasada faaliyet gösteren firmaların piyasa paylarının kareleri toplamıdır:

$$HHI = S_1^2 + S_2^2 + S_3^2 + S_4^2 + \dots + S_n^2 = \sum_{i=1}^n S_i^2$$

⁶⁴⁵ PFLANZ, a.g.m., s.14.

⁶⁴⁶ K.T. SU, *Rekabet Hukukunda Teşebbüslerin Hakim Durumunun Belirlenmesinde Piyasa Gücünün Ölçülmesi*, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2003, s. 14.

Bir piyasa için en yüksek HHI değeri 10.000 olabilirken, piyasada çok sayıda ve küçük paylı firmalar olduğunda HHI sifıra yakın bir değer alır. Genellikle 0-2000 arası HHI değeri yoğun olmayan bir piyasayı, 2000-4000 arası HHI değeri orta yoğunluklu bir piyasayı, 4000-10000 arası da yoğun bir piyasayı ifade etmektedir.⁶⁴⁷

HHI, yoğunlaşma oranı endeksinin sakıncalarını taşımaz. Hem piyasada faaliyet gösteren bütün firmaları, hem de bu firmaların paylarının göreceli durumunu dikkate alır. Hesaplama piyasa paylarının karelerinin alınması, daha büyük firmaların endekste daha ağırlıklı temsil edilmesini sağlar. Rekabet hukukundaki **hakim durum** ve **de minimis** kavramları göz önüne alındığında, HHI'nin teknik anlamda daha pratik sonuçlar verdiği anlaşılmaktadır.⁶⁴⁸

Cerrahi ürünler üreten Nordic Capital/Mölnlycke/Kolmi⁶⁴⁹ birleşme vakasında Lexecon, fiyat/yoğunlaşma analizini kullanmıştır. Mölnlycke ve Kolmi, cerrahi elbise ve bandaj gibi medikal ürünler üreten iki şirkettir. Bu davada komisyon, ilgili coğrafi piyasanın her bir üye devletin piyasasından daha geniş olup olmadığını göz önünde tutmuştur. Lexecon, her bir üye ülkede, karlar ve fiyat düzeyleri ve ulusal piyasa payları arasında herhangi bir pozitif istatistiki ilişkinin olup olmadığını test etmiştir. Ayrıca bunu, ülkeler arasında pazarlama maliyetleri ve dağıtımdaki farklılıkları kontrol ettikten sonra yapmıştır. Test edilen konsantrasyonda, kar veya fiyatın çeşitli tanımlamaları arasındaki bağlantıyı bulmakta, toplam otuz veri seti incelenmiştir. Sonuçlar, veri noktalarının geniş dağılımı nedeniyle, fiyat ve yoğunlaşma arasında sistematik bir ilişkinin olmadığını göstermiştir.

4.3.8.3. Fiyat/Yoğunlaşma Analizi Sonuçlarının Yorumu

Fiyat /yoğunlaşma çalışmasının ilginç özelliklerinden bir, dar tanımlı aday bir piyasada yoğunlaşma ve fiyat arasında bir bağlantının yokluğu açısından geniş bir izaha ihtiyaç duymamasıdır. Daha açık söyleyecek olursak, aday bir piyasada

⁶⁴⁷ ABD 'Birleşmeler Kılavuzu'na göre bu aralıklar sırasıyla 0-1000, 1000-1800 ve 1800-10000 olarak değerlendirilmektedir.

⁶⁴⁸ SU, a.g.e., s. 15.

⁶⁴⁹ Nordic Capital/Mölnlycke /Kolmi, Case No: IV/M. 1075, OJ C39.

yoğunlaşmayla fiyat arasında neden bir ilişki olmadığına iki sebebi vardır: ya ilgili piyasa yoğunlaşmanın hesaplandığı piyasadan daha geniştir, ya da piyasa tanımı doğrudur ancak, piyasa gücünün kullanımı üzerinde başka kısıtlamalar vardır. Örneğin arz tarafında ikame edilebilirliğin derecesinin yüksek olması gibi veya piyasaya giriş engellerinin zayıf olması gibi.

Antitröst analizinde kullanılan yoğunlaşmanın standart ölçüm metodunun, Herfindahl Hirschman endeksi (HHI) olduğunu ifade etmiştik. HHI, aynı zamanda tek bir gösterge içinde bir piyasadaki bütün arzcuların farklı piyasa paylarının eritilmesinin bir yoludur. Bu endeks, bütün bireysel piyasa paylarının kareleri toplamı olarak hesaplanır. Tartışılabilir nokta şudur: Eğer fiyat yoğunlaşma analizi, tek bir firmanın hakim durum olasılığını araştırmakta kullanılırsa bu durumda inceleme altındaki firmanın piyasa payı, yoğunlaşmanın uygun bir ölçüsünü de verebilir.⁶⁵⁰

HHI kullanmanın tek önemli sakıncası, piyasada faaliyet gösteren firmaların hepsinin piyasa payı oranlarına ihtiyaç duyulmasıdır. Herhangi bir bilginin endekse dahil edilmemesi nispetinde, ölçüm kesinlikten daha uzak sonuç verebilir.⁶⁵¹

4.3.9. Şok Analizi

Şok analizi, doğal süreci destekleyen ve devam ettiren bir piyasadaki önemli değişiklik düşüncesine dayanır. Bu değişiklik özellikle ani ve beklenmedik bir değişikliktir. Öyle ki bu değişiklik, hem arz hem de talep açısından, müşterilerin ve/veya rakiplerin gelişen olaya hangi esasa dayalı olarak reaksiyon gösterdiklerini rekabetçi koşullara göre açıklayıcı bir kavrayışı ortaya çıkarır. Analizin bu tipi ilgili ürün ve ilgili coğrafi piyasanın tanımlanmasında merkezi bir rol oynar. Ayrıca birleşen iki firmanın ne derece birbirlerine yakın rakip olduklarının belirlenmesinde de kullanılabilir.

⁶⁵⁰ LEXECON, 2003, a.g.e., s. 33.

⁶⁵¹ D.S. WEINSTOCK, "Using the Herfindahl Index to measure concentration", *The Antitrust Bulletin*, Vol.: 27, No: 2, 1982, s. 285-301.

Yaklaşımın temelini bir piyasada rekabetin yapısını açığa çıkarabilecek beklenmedik önemli olaya üreticilerin ve tüketicilerin nasıl tepki gösterdiği oluşturur. Bu şoklar, grevler, beklenmedik fabrika kapanışları, mal kıtlıkları, promosyon ve reklamcılık faaliyetleri, ticari dalgalanmalar, ani kur değişikliği hareketleri, teknolojik değişim, piyasaya yeni girişler ve düzenleyici (yasal) müdahaleler gibi bir dizi muhtemel olayları kapsar. Bu şokların tümü, piyasadaki talep veya arzın ani şekilde düşmesine veya yükselmesine neden olabilir. Şoklar geniş bir endüstri kesimini etkileyebilir. Örneğin kur oranındaki değişimler, piyasaların önemli bir kesimini etkiler. Bazen de etkilenen tek bir piyasa veya spesifik bir firma olabilir. Örneğin beklenmedik bir fabrikanın kapanması gibi.

Şok analizleri kullanılarak piyasa tanımı yapılırken, teşebbüslerce gerçekleştirilen davranışın (örneğin ürün fiyatını düşürmenin) incelenen şoktan kaynaklanıp kaynaklanmadığı iyi tespit edilmelidir. Yani, teşebbüs davranışı ile şok arasında bir nedensellik ilişkisi olmalıdır. Bunun için de incelenen endüstriye özgü durumlar iyice araştırılmalıdır.⁶⁵²

Diğer kantitatif tekniklerin aksine, olayda şokun özelliklerine mümkün olduğunca bağlı kalarak genel metodolojik bir yaklaşım geliştirmek bu teknikle zordur. Aşağıdaki örnekler, son zamanlarda bazı rekabet davalarına şok analizinin nasıl uygulandığını göstermektedir.

Lexecon birkaç davada, birleşen markalar arasındaki rekabetin yakınlığı ve piyasa tanımında bir netliği oluşturmakta, fiyat promosyonunun etkisini analiz etmiştir. Örneğin “ bir alana bir tane de ücretsiz” promosyonu, ürün piyasası tanımında bir delil olarak kullanılabilir. Bu tür bir promosyon önemli bir fiyat indirimini gösterir ki bu indirim oranı % 50’dir. Bu durumda promosyona tabi ürünün satışı devam ettiği sürece, yakın ikame ürünlerin satışları üzerinde önemli derecede olumsuz bir etki yaratacağı beklenir.

⁶⁵² LEXECON, 2001, a.g.e., s. 21.

Örneğin Kimberly Clark/Scott birleşme davası⁶⁵³ piyasa tanımını netleştirmekte döviz kuru hareketlerinin nasıl bir kavrayış sağlayacağını gösteren bir kanıttır. Sorun, evlerde kullanılan değişik türdeki ipek kağıtlar, özellikle tuvalet kağıdı ve yüz havlusu açısından ilgili coğrafi piyasanın belirlenmesi idi. Komisyon ilgili piyasanın İngiltere'den daha geniş olup olmadığını incelemeye almıştır. Eğer gerçekten piyasa Avrupa çapında ise, Sterlinin kur değişim mekanizmasında ayrıldığı 1992'deki kur oranı şoku, arzın İngiltere'den kıtaya doğru genişlemesine ve kıtadan İngiltere'ye doğru daralmasına yol açması gerekirdi. Bu etkilerin her ikisi de, fiyatları görece kısa bir zaman periyodu içinde aynı çizgiye geri getirecekti.

Ancak ülkeler arasındaki fiyat hareketi analizleri göstermiştir ki, Almanya'da kullanılan ipek kağıtların görece yüksek fiyatları, kur oranı şokundan sonra da direncini devam ettirmiştir. Buna karşın İngiltere'de fiyatlar önceki çizgiye dönme eğilimi göstermiştir. Bu koşullar altında bir Avrupa çapında ipek kağıt piyasasının varlığını kabul edebilmek için yeterli kanıt yoktur. Şok analizi ilgili piyasanın ulusal olduğunu dikkate almak için güçlü bir zemin olduğunu ortaya koymuştur.

4.3.10. İhale Analizleri

Rekabete ilişkin bazı durumlar, bireysel anlaşmalar açısından ihalenin şeklini dikkate alır. Bir birleşmenin rekabet üzerindeki muhtemel etkilerini kavramakta ihale analizleri önemli bir araç olabilir. Bu tür analizler, rekabetçi sonucu elde etmek için ihaleye kaç tane firmanın katılması gerektiğini veya birleşen iki firmanın ne derece yakın rakip olduklarını anlamak için yararlıdır. İhale analizlerinde, verilerin elverdiği ölçüde, birleşme isteğinde bulunan iki teşebbüsün daha önce birbirleriyle rekabet edip etmedikleri ve bu iki teşebbüsün kaç defa en rekabetçi fiyatları teklif ettikleri tespit edilmeye çalışılır. Bu bağlamda ihale analizleri, bir birleşmenin olası etkilerinin belirlenmesinde kullanılabilecek bir yöntemdir.⁶⁵⁴

⁶⁵³ KIMBERLY CLARK/SCOTT, Case No: IV/M. 623, OJ L183.

⁶⁵⁴ PFLANZ, a.g.m., s.15.

Birçok endüstride firmalar, malları ve hizmetleri ihale sistemini kullanarak satın alırlar. Genellikle bir ihale açmak veya bir sözleşme yapmak için piyasa fiyatı kavramına sahip olmayan oldukça spesifik mallar ve ürünler söz konusu olduğunda, her bir proje ve ya her bir müşterinin özel isteklerini karşılamakta ihale yolu kullanılır. Bu tür piyasalarda piyasa payı genellikle piyasa gücünün zayıf bir göstergesidir. Yani firmanın önceki ihalelerdeki başarısı veya rekabetçi baskıların olduğu bir düzende birçok ihaleyi kazanmış olması piyasa payından daha önemlidir.⁶⁵⁵

İhale sistemiyle sunulan hizmetler ve arz edilen malların özelliği nedeniyle bu malların belirli bir piyasa fiyatı yoktur. İhaleler vasıtasıyla, potansiyel üreticiler, bir mal veya hizmet arzı için belirli bir sözleşme kapsamında fiyat teklif ederler. Mal üretimi veya hizmet sunumu, en uygun kalite ve fiyat kombinasyonunu teklif eden firma tarafından yapılır. Bir anlamda, bu tip piyasalarda rekabet piyasadaki ürünler için değil, piyasanın kendisi için yapılır.⁶⁵⁶

İhale analizleri birkaç yolla yapılabilir. Bunlar ihale sözleşmelerinin fiyatlarını etkileyecek katılımcı sayısını ölçmekte kullanılabilir. Bu analiz, birleşmeden dolayı katılımcı sayısındaki azalmanın piyasadaki fiyatları nasıl etkileyeceği konusunda kanıt sağlayabilir.

Burada, ihale analizlerinin nasıl kullanışlı sonuçlar sağladığını göstermek bakımından birkaç örneği incelemekte yarar vardır.

Kuzey Denizi'nde İngiltere'nin kuzey bölgesindeki kıyı ötesi petrol ve gaz tesislerine helikopter hizmetleri sağlayan iki firmanın 1999'da birleşmesi ile bir duopol yaratılmıştır. Birleşen taraflardan birisi halihazırda sadece iki işletmecinin bulunduğu yine Kuzey denizinde Norveç'in kuzey bölgesine de hizmet vermekteydi. Lexecon⁶⁵⁷ bu olayda, aktif üç işletmecinin bulunduğu İngiltere kuzey bölgesi ve aktif iki işletmecinin bulunduğu Norveç'in kuzeyindeki hizmetlerle ilgili olarak yapılan anlaşmadaki brüt karların karşılaştırmasını dikkate almıştır. Analiz 1995 ve 1998 arasında her iki bölgede

⁶⁵⁵ LEXECON, 2003, a.g.e., s. 37.

⁶⁵⁶ BISHOP, W., 1999, a.g.m., s. 9.

⁶⁵⁷ LEXECON, 2003, a.g.e., s. 38.

brüt karların birbirine çok yakın olduğunu göstermiştir. Bu sonuç, İngiltere'nin kuzey bölgesinde yaratılan duopolün rekabetin azalmasına yol açmadığı görüşünün oluşmasını sağlamıştır. Bu nedenle İngiltere Rekabet Komisyonu birleşme işlemi aklamıştır.⁶⁵⁸

Başka bir örnek, Price Waterhouse ve Coopers&Lybrand⁶⁵⁹ muhasebe firmalarının birleşmesinde temel problem, birleşme nedeniyle büyük muhasebe firmalarının sayısının altıdan beşe düşmesinin rekabet üzerinde ciddi bir yıkıcı etkiye sahip olup olmayacağı idi. Bu olayda Komisyon ihale analizlerinin sonuçlarını içeren birkaç göstergeyi incelemiştir. İhale denetim raporu, çoğu müşterinin fiyat vermeleri için altı firmadan üç ya da dördünü çağırdığını ortaya çıkarmıştır. Sonuç olarak Komisyon, uygun teklif veren firma sayısının altıdan beşe düşmesinin müşteri tercihleri üzerinde olumsuz bir etki yaratmayacağını kabul etmiştir. İhale analizi ayrıca, geri kalan dört muhasebe firmasının hem Price Waterhouse'dan hem de Coopers&Lybrand'dan iş alabildiğini ortaya çıkarmıştır.

Yoğun kamu hizmetlerinin verildiği bir piyasada potansiyel bir birleşmenin sonuçlarına ilişkin çalışmada Lexecon ihale analizlerini dikkate almıştır. Bir kamu hizmetinin satın alınması söz konusu olduğunda, açılan ihaleye teklif verenlerin sayısı ile teklif edilen fiyatlar arasında güçlü bir bağın olduğu görüşü, fiyat tekliflerinde firmaların birleşerek teklif vermelerinin bazı sıkıntılar doğuracağını ortaya koymuştur. Aşağıda, teklif veren firma sayısı ile ihale sözleşmesinden beklene kar oranı arasındaki ilişkiyi gösteren grafik, negatif ilişkiyi göstermektedir.

Şekil, beklenen kar oranı ile teklif verenlerin sayısı arasında güçlü bir negatif ilişki olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak şunu söyleyebiliriz. İhale analizleri, rekabetin ihale şeklinde sözleşmeler yapmak suretiyle ortaya çıktığı durumlarda kullanışlı ve verimli sonuçlar üretilir. Özellikle rekabetçi sonuçlara ulaşabilmek için kaç tane firmanın olması

⁶⁵⁸ UK Competition Commission (2000): CHC Helicopter Corporation and Helicopter Services Group ASA: A report on the merger situation (Cm 4556).

⁶⁵⁹ PRICE WATERHOUSE / COOPERS&LYBRAND, Case No: IV/M.1016, OJ L50.

gerektiğini araştırmak ve birleşen firmaların ne derece birbirlerine yakın rakip olduklarını tespit etmekte ihale çalışmaları kullanılabilir

4.3.11. Zarar Tahminleri

Çoğu ticari dava uyuşmazlığında temel problem, taraflardan birinin eylemleri sonucunda ortaya çıkan zararın tahmin edilmesidir. Benzer şekilde tüketicinin zarara uğramasına yol açan rekabet karşıtı bir davranışın olduğu davada, tüketicinin bu zararının büyüklüğü önemli bir sorun olabilir. Örneğin zararın büyüklüğü, rekabet karşıtı davranışta bulunan firmaya verilecek cezanın miktarını etkileyebilir. Ticari dava uyuşmazlıklarında ve diğer rekabet davalarında zararın tahminine ilişkin çeşitli teknikler kullanılmaktadır. Mesela nihai tüketiciye satılan bir ürünün fiyatının sabitlenmesi örneği kullanılarak zarar tahmini yapılabilir.⁶⁶⁰

Fiyat sabitlemeden doğan zararlar, genellikle ihlalin olduğu piyasadaki fiyatlarla, benzer ama daha rekabetçi piyasadaki fiyatların kıyaslanmasıyla tahmin edilmektedir. Bu sebeple, herhangi bir zarar teorisi çoğunlukla kıyaslanabilir piyasanın tanımı etrafında dönmektedir. Ürün homojenliği, zarar tahminleri için piyasa içi kıyaslamalarda dikkate alınan konulardan biridir. Fakat, fiyat sabitleme heterojen ürünlerde de görülmektedir. Heterojen ürünler, benzer piyasa bulunmadığı için, zarar tahminlerinde fiyat sabitlemenin etkilerinin ölçümüne farklı bir yaklaşım gerektirmektedir.⁶⁶¹

Zarar tahminlerinde genel yaklaşım, rekabet ihlali yapan taraf veya tarafların eyleminin olmadığı varsayılan durumdaki sonuçlar ile aktüel sonuçların karşılaştırmasını yapmaktır. Nihai tüketicilere satılan bir ürünü kapsayan fiyat sabitleme davasında zarar tahmini analizi, gizli anlaşmanın (veya danışıklılık) varlığının ve devam ettiğinin öne sürüldüğü periyot esnasında gözlemlenen aktüel fiyatlarla, böyle bir anlaşmanın olmadığını varsayıldığı durumdaki fiyat tahminlerinin karşılaştırılmasını kapsar.

⁶⁶⁰ LEXECON, 2003, a.g.e., s. 41.

⁶⁶¹ J.M. KUHLMAN ve S.R. JOHNSON, "Estimating Damages on Highway Construction Contracts", *Antitrust Bulletin*, Vol.: 29, No: 4, s. 719.

Zarar tahminlerinde temel zorluk, bir gizli anlaşma veya fiyat sabitlemesi olmadığı varsayılan durumda, fiyatların ne olacağını değerlendirilmesidir. Tahmin edilebilir fiyatların olması durumunda birkaç yol vardır. Başladığı veya devam ettiği öne sürülen bir gizli anlaşmanın varlığı eğer biliniyorsa, bu gizli anlaşmanın öncesindeki ve sonrasındaki fiyatları karşılaştırmak oldukça verimli sonuçlara götürebilir. Alternatif olarak, bir gizli anlaşmanın varlığının öne sürüldüğü bölgelerdeki fiyatlarla, gizli anlaşmanın işlemediği bölgelerdeki fiyatları karşılaştırmak da mümkündür. Fiyat-sabitleme zararlarının tam bir analizi, ilave olarak ekonometrik tahmini yapılan ‘olmayan’ fiyatları da gerektirir. Çünkü bu durum analize maliyetlerdeki değişme, talebin ve müşterilerin uyumlaştırılması gibi fiyatı etkileyen temel faktörleri kontrol etme olanağı verir.

4.3.12. Taşıma Maliyeti ve Ticaret Akışı Analizleri

Coğrafi piyasanın tespit edilmesinde taşıma maliyeti ve ticaret yapısına dayalı analizler faydalı bilgiler sunabilir. Çoğunlukla piyasanın ulusal veya uluslararası olma niteliğinin değerlendirildiği bu testlerde genellikle yabancı üreticilerin yerel piyasalar üzerindeki rekabetçi etkileri incelenir.

Taşıma maliyeti analizleri bölgeler arası ticaretin yapılabiliğini incelerken, ticaret akışı analizi veya ithalat testi olarak da bilinen *ticaret yapısı analizleri* bölgeler arası gerçek ürün akışını göz önünde bulundurur. Her iki yaklaşım da bölgeler arasında halen yapılan veya potansiyel olarak yapılabilecek olan ticaretin, bölgeler arasındaki rekabet seviyesi hakkında bir görüş vereceği düşüncesine dayanmaktadır.⁶⁶²

Taşıma maliyetleri analizi, bir bölgedeki üreticilerin başka bir bölgedeki üreticilerle rekabet etmeyi ticari olarak mantıklı görmeleri durumunda, bölgeler arasında gerçekleştirilen ticarete ait bilgi ve veriler vasıtasıyla piyasa tanımını için belli sonuçlara ulaşılmasını sağlar.⁶⁶³

⁶⁶² LEXECON, 2001, a.g.e., s. 22.

⁶⁶³ PFLANZ, a.g.m., s. 16.

Ticaret yapısı analizleri de yerel piyasaların dış üreticilerle etkin bir rekabet içinde olup olmadıklarını inceler. Bu teknikte, bir bölgedeki üretimin ne kadarının ihraç edildiği ya da bir bölgedeki tüketimin ne kadarlık bir kısmının ithal edildiği test edilir. İki bölge arasındaki yüksek bir ticaret oranı, genellikle bu iki bölgenin tek bir coğrafi piyasa olarak ele alınabileceğini gösterir.⁶⁶⁴

İlgili coğrafi piyasayı belirlemeye yönelik olarak en sık kullanılan ticaret yapısı testi 'Elzinga-Hogarty' testidir.⁶⁶⁵ Bu testte iki kriter vardır:

'Little in from outside' (LIFO);

LIFO = “yerel tüketimin yerel kaynaklardan karşılanan kısmı/yerel tüketim”
(Yani, ithalatın yerel tüketimdeki payını),

'Little out from inside' (LOFI);

LOFI = “yerel tüketimin yerel kaynaklardan karşılanan kısmı/yerel üretim”i
(Yani, üretimin ne kadarlık kısmının ihraç edildiğini)

ifade eder. Bu iki kriterden herhangi birinin gerçekleşmemiş olması, iki bölgenin aynı coğrafi piyasada yer almalarının bir göstergesi olarak kabul edilir.⁶⁶⁶

İlgili ürün piyasasının önceden belirlenmiş olmasını gerektiren Elzinga-Hogarty testi farklı bölgelerdeki arz esnekliklerini dikkate almadığı için Scheffman ve Spiller tarafından eleştirilmiştir.⁶⁶⁷ Bu test, müşterilerin ve satıcıların bir fiyat artışı durumunda nasıl davranacaklarını açıklayamadığı için statik bir yaklaşım olarak kabul edilebilir.⁶⁶⁸

⁶⁶⁴ ÇETİNKAYA, a.g.e., s. 45-46.

⁶⁶⁵ Bkz. Nestle/Perrier davası.

⁶⁶⁶ KASERMAN ve ZEISEL, a.g.m. s. 669-670.

⁶⁶⁷ SCHRANK ve ROY, a.g.m., s. 121.

⁶⁶⁸ PITOFKY, a.g.m., s. 1836.

Taşıma maliyeti ve ticaret yapısı testlerinin sonuçları yorumlanırken şu noktalara dikkat etmek gerekir:

Taşıma maliyeti analizi teorik bir yaklaşım olup gerçekte üreticilerin bu testin verdiği sonuçları doğrulayacak şekilde hareket etmeyebilirler.

Bunun yanı sıra taşıma maliyeti analizleri piyasanın talep yönünü ihmal etmektedir. Belli bir bölgedeki fiyat artışı sonucunda talepte bir azalma olup olmayacağı taşıma maliyeti testleri sonunda elde edilen sonuçları etkileyebilir. Bu açıdan talep esnekliklerinin de göz önünde bulundurulması analizden daha doğru sonuçlar çıkmasını sağlayacaktır.

Taşıma maliyetlerinin yanı sıra bölgeler arasındaki karşılaştırmalı maliyet avantajları da dikkate alınmalıdır. Yüksek taşıma maliyetlerine rağmen eğer bir bölgede maliyetler daha azsa, bu bölgeden maliyetlerin daha yüksek olduğu başka bir bölgeye ürün arz etmek rasyonel olabilir.⁶⁶⁹

Ticaret kalıbı analizlerinde de dikkatli olmak gereklidir. Bölgeler arasında ticaretin olması bu bölgelerin kesinlikle aynı piyasada yer alacakları anlamına gelmediği gibi, ticaretin yokluğu da bu bölgelerin mutlaka farklı coğrafi piyasalarda yer almalarını gerektirmez. Çünkü, analizlerde göz önünde bulundurulması gereken, bölgelerarası ticareti etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörler arasında, ürün farklılıkları veya ürün farklılaştırması, bazı bölgelerdeki talebi aşan üretim miktarı, tüketicilere yakın yerde üretim yapan firmaların varlığı, geçmiş dönemdeki anlaşmalar nedeniyle ticari ilişkileri devam eden ve farklı bölgelerde yer alan üretici ve alıcıların bulunması sayılabilir.

Tarife ve tarife dışı engeller uluslararası ticareti, dolayısıyla da, ilgili coğrafi piyasanın sınırlarını etkileyen birer araçtır. Ancak, bu tip ticaret engellerinin varlığı yabancı üreticilerin tamamen göz ardı edilmesine yol açmaz. İlgili sektördeki rekabetçi yapı, bu tip ticaret engellerinin hangi ülkeleri kapsadığı, uygulanma süresi gibi unsurlar dikkate alınarak yapılmalıdır.

⁶⁶⁹ LEXECON, 2001, a.g.e., s. 24; OFT, 1992, a.g.e., s. 50.

Taşıma maliyeti ve ticaret yapısı analizlerinin elde edilebilir ve basit verilere dayanması bu testlerin bir avantajıdır. Ancak, bu avantajına rağmen bu teknikler, yukarıda belirtilen noktalar dikkate alınarak diğer tekniklerle karşılaştırıldığında daha zayıf kalmaktadır.

Rekabet Kurulu Arçelik⁶⁷⁰ dosyasında ilgili coğrafi piyasanın tespiti için, Elzinga-Hogarty testinden yararlanmıştır.⁶⁷¹ Senyücel'in bu dosyaya ilişkin inceleme sonuçları şu şekildedir:

“Dosyada, bir yan sanayi firmasının Arçelik'in rakibi olan Bosch'a mal sattığı için, Arçelik'in bu firmadan mal alımını durdurduğu, böylece firmayı piyasa dışına çıkarmayı hedeflediği iddiası incelenmiştir. Bir firmanın diğerini piyasa dışına itebilmesi için ilgili piyasada hakim durumda bulunması gerekmektedir. Şikayet, ürün alımını reddetmeyi içerdiğinden, piyasa alım piyasası niteliğindedir.

Hakim durum analizlerinde gerek ürün piyasası, gerekse de coğrafi piyasa çok kritik bir yer tutmaktadır. Ticaret akışı testleri, ürün piyasasını tanımlayamamakta, belirlenmiş bir ürün piyasası için coğrafi sınırları çıkarmaktadır. Yapılan incelemede ürün piyasası beyaz eşya ürünlerinin üretiminde kullanılan plastik enjeksiyon parçaları alım piyasası olarak belirlenmiş, coğrafi piyasanın tespiti içinse Elzinga-Hogarty testi kullanılmıştır. Karşılaşılan asıl sorun, Arçelik'in İstanbul'daki fabrikasının dışında Ankara ve Eskişehir'deki fabrikalarının da coğrafi piyasa içinde yer alıp almayacağıdır. Bu fabrikaların coğrafi piyasaya dahil edilmesi/çıkarılması, Arçelik'in alım gücünün artması/azalması anlamına geleceği için, coğrafi piyasa tanımı bu olayda en kritik yeri teşkil etmektedir. Testin uygulanmasına geçilmeden önce testin yapısı ele alınmıştır.

Bu dosyada uygulanan testin yapısı aşağıdaki şekilde özetlenebilir⁶⁷²

LIFO, piyasanın 'alıcılar' tarafını göstermektedir ve şu şekilde formüle edilmektedir:⁶⁷³

$$LIFO = (\text{Üretim}(P) - \text{İhracat}(X)) / \text{Tüketim}(C) \quad (1)$$

⁶⁷⁰ ARÇELİK, RKK, 00-39/436-242, RG, Tarih 03.09.2003, Sayı 25218.

⁶⁷¹ Bu dosyaya ilişkin inceleme ve analiz, O. SENYÜCEL, **Rekabet İktisadında Ampirik Uygulamalar**, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2003, s. 46-50'den aynen alınmıştır.

⁶⁷² BISHOP ve WALKER, 1999, **a.g.e.**, s. 251-253.

⁶⁷³ Coğrafi piyasa testleri genellikle ABD'de eyaletler, AB'de ise üye ülkeler kapsamında ele alındığından, ithalat (import) ve ihracat (export) terimleri kullanılmaktadır.

Tüketim ise, üretimden ihracatın çıkarılması, ithalatın (M) eklenmesi ve mal stokundaki (I) değişimin çıkarılmasıyla elde edilmektedir. Diğer bir ifadeyle,

$$C = P - X + M - \Delta I \quad (2)$$

Mal stokundaki değişimin zaman içinde sabit olduğu durumlarda, (2) inci denklemin (1) inciye konulmasıyla aşağıdaki eşitlik elde edilmektedir:

$$LIFO = 1 - (M/C) \quad (3)$$

LOFI ise, piyasanın 'satıcılar' tarafını yansıtmaktadır ve aşağıdaki şekilde tanımlanmaktadır:

$$LOFI = (P - X)/P \quad (4)$$

(2) no'lu eşitlik kullanıldığında LOFI,

$$LOFI = 1 - (X/P) \quad (5)$$

şeklinde elde edilmektedir.

Testin uygulanması için, Arçelik ve Bosch'un alım yaptığı iller ve miktarları 1998 ve 1999 yıllarını içerecek şekilde incelenmiştir. Aşağıdaki tabloda, alım miktarları - ticari sır gereğince değiştirilerek- verilmiştir.

Tablo 4.4: Arçelik ve Bosch'un Alım Miktarları (Milyar TL)

	Bosch		Arçelik		Toplam	
	1998	1999	1998	1999	1998	1999
İstanbul	3.237	3.123	1.773	3.612	5.010	6.735
Kocaeli	-	-	2.089	1.903	2.089	1.903
Tekirdağ	412	1.876	-	-	412	1.876
Diğer	873	1.207	65	75	938	1.282
Toplam	4.522	6.206	3.927	5.590	8.449	11.796

Tablodan görülebileceği gibi, coğrafi piyasanın tanımlanmasında İstanbul, Kocaeli ve Tekirdağ kritik bir yer tutmaktadır. Bosch, önemli bir miktar mal alımını da yurtdışından gerçekleştirmektedir.

Testin uygulanmasında öncelikle bir bölge seçilerek LIFO ve LOFI değerleri hesaplanmakta, bu değerler eşiklerin altında kalması durumunda incelenen piyasa genişletilerek eşikler aşıncaya kadar işlem tekrarlanmaktadır. Gerek Bosch, gerekse de Arçelik'in İstanbul'dan önemli miktarda alım yapmaları nedeniyle ilk bölge olarak İstanbul seçilmiş, ulaşılan sonuçlar eşiklerin altında kalması nedeniyle sırasıyla Kocaeli ve Tekirdağ eklenerek 1998 ve 1999 yılları için LIFO-LOFI değerleri hesaplanmıştır⁶⁷⁴.

⁶⁷⁴ Sektörün yapısı gereği yan sanayi firmaları az stok bulundurmaktadır, dolayısıyla mal stoğundaki değişim (ΔI) sıfır olarak kabul edilmiştir. Önemli bir nokta da, bu bölgedeki yan sanayi firmalarının bölge dışına hemen hemen hiç satış yapmamalarıdır. Test, bu şartlar göz önüne alınarak yapılmıştır.

Tablo 4.5: Coğrafi Piyasa İçin LIFO-LOFI Değerleri⁶⁷⁵

	LIFO		LOFI	
	1998	1999	1998	1999
İstanbul	0,45	0,65	0,35	0,54
Kocaeli	0,98	0,99	0,54	0,64
Tekirdağ	0,89	0,89	~1 ⁶⁷⁶	~1

Tablodan görüleceği gibi, coğrafi piyasa sadece İstanbul olarak alındığında LIFO ve LOFI değerleri çok düşük çıkmıştır. Kocaeli'nin eklenmesi durumunda LIFO yüksek çıkmasına rağmen, LOFI değerleri yetersiz kalmıştır. Bunun nedeni, Arçelik'in alımının neredeyse tamamını İstanbul ve Kocaeli'den yapması, dolayısıyla bu bölgeye dışarıdan girişlerin neredeyse yok denecek kadar az olmasıdır. Ancak, her iki yıl için de LOFI değerleri az çıkmıştır. Bu da bölgeden dışarıya (Bosch'a) oldukça önemli miktarlarda mal satımı gerçekleştiğini, dolayısıyla tersi bir durumun da gerçekleşebileceğini, nakliye masraflarının yüksek olmadığını göstermektedir. Bu durumda piyasanın daha da genişletilmesi gerekmektedir. Tekirdağ da eklendiğinde, elde edilen sonuçlar bu üç ilin ilgili coğrafi piyasayı oluşturduğunu ortaya koymaktadır.

Testin uygulanmasıyla ilgili ulaşılan sonuçlar ve karşılaşılan sorunlar şu şekildedir:

Test alım piyasasına uygulanmıştır. Ancak testin genel mantığı ele alındığında, alım piyasasına uygulanmasını engelleyici her hangi bir faktör görünmemektedir. Bu

⁶⁷⁵ Bölgeye giriş ve çıkış (import-export) hesapları açısından Arçelik ve Bosch'un konumları önemli bir yer tutmaktadır. Arçelik İstanbul'da, Bosch ise Tekirdağ'da bulunmaktadır.

⁶⁷⁶ Yan sanayi firmaları bölge dışına satış yapmadıkları için LOFI değerleri bire yakın olacaktır.

durumda müşteriler firmalar olduklarından, alıcı firmaların konumları testin uygulanmasında kritik bir yer tutmaktadır.

Testin uygulanması için kaç yıllık verinin ele alınması gerektiği net değildir. Testin uygulandığı sektör göz önüne alınarak zaman uzunluğunu değerlendirmek, daha doğru bir yaklaşım olacaktır.

Test, üstü kapalı bir şekilde başka bir sonuca da varmaktadır: coğrafi piyasanın sınırları Türkiye'yi geçebilir. Bosch'un yurtdışından yaptığı alım miktarının daha yüksek olması durumunda (98 yılı için 1.710, 99 yılı içinse 2.403 üzeri), piyasa sınırlarının Türkiye'yi aşacak şekilde tanımlanması gerekebilecektir.

Testin uygulanmasında karşılaşılan bir sorun da ilk olarak hangi bölgenin alınacağı, daha sonra incelenen alan genişletilirken hangi bölgelerin önce ekleneceği meselesidir. Bu durum, bazen testin farklı coğrafi piyasalar tanımlanmasına yol açabilecektir. Benzer şekilde, bunun çözümü testi uygulayanların sektöre yönelik yorumlarıyla bire bir ilişkilidir.

Diğer bir ticaret akışı yaklaşımı olan Shrieves testi, Arçelik için coğrafi piyasa sınırlarını tespit etmek amacıyla uygulandığında, Elzinga-Hogarty testine göre farklı sonuçlara ulaşılmaktadır. 1998 yılı verileri göz önüne alındığında benzerlik ölçüsü, S_{ki} 0,08; önem ölçüsü, L_{ki} 0,5⁶⁷⁷ çıkmaktadır⁶⁷⁸. L_{ki} , Arçelik ve Bosch'un alım yaptıkları ortak firmaların tek müşterileri olduklarını göstermektedir ve eşik değerinde oldukça üstünde çıkmıştır.

Ancak S_{ki} oldukça düşük çıkarak, Arçelik ve Bosch'un alımlarının neredeyse tamamının farklı firmalardan yapıldığını ortaya çıkarmaktadır. Bu, sektörün yapısı açısından da bilinen bir durumdur, çünkü çoğu ana sanayi kendi firmasına yakın ve tamamen kendisine ürün satan yan sanayi firmalarını istemektedir. Shrieves testi, bu durumda arz modellerinin hiç benzemediğini ve Elzinga-Hogarty testinde bulunan piyasanın daha da genişletilmesi/daraltılması gerektiğini göstermektedir. Her iki testin farklı sonuçlara ulaşmasının nedeni şudur: Elzinga-Hogarty testi üç ilin coğrafi piyasayı teşkil ettiğini göstererek, bir yönüyle bu üç ildeki yan sanayi firmalarının hem Arçelik hem de Bosch'a mal satabileceğini belirtmektedir. Ancak Shrieves testi, teorik olarak yan sanayi firmalarının Arçelik ve Bosch'a mal satabileceklerinin bir anlam ifade etmediğini, pratikte bunun uygulanmamasının (S_{ki} 'nin düşük çıkması), coğrafi piyasanın farklı tanımlanması

⁶⁷⁷ L_{ki} , alabileceği en yüksek değer olan 0,5 çıkmıştır.

⁶⁷⁸ Gerçek rakamlar kullanılmıştır.

gerektiğini içermektedir. Fakat piyasanın genişletilmesi, ana sanayi-yan sanayi ilişkisi yüzünden hiç bir zaman S_{ki} 'nin yüksek çıkmasına olanak tanımayacaktır. Shrieves testi, sadece ana sanayi firmasının bulunduğu alanın coğrafi piyasa olarak tanımlanması durumunda coğrafi sınırları doğrulayacaktır. Bu ise, ana sanayi firmalarının tekel⁶⁷⁹ olmalarını gerektirmektedir ki, böyle bir durum, sektörün ve ana sanayi-yan sanayi ilişkisinin ele alınarak üzerinde daha fazla tartışmanın yapılmasını gerektiren bir tablo sunmaktadır”.⁶⁸⁰



⁶⁷⁹ Alım piyasası söz konusu olduğu için monopson.

⁶⁸⁰ SENYÜCEL, a.g.e., s. 50.

SONUÇ

Rekabet, serbest piyasa ekonomisi ve demokratik siyasal sistemlerin temel unsurudur. Rekabetten beklenen en önemli sonuç, topluma ait tüm ekonomik kaynakların yine toplum yararına tahsisinde ve tüketiminde mümkün olabilecek en yüksek verimi sağlamasıdır. İşte rekabet hukuku kuralları, bu sonucu elde etmek üzere ve tamamen ekonomik bir amaca özgülenmiş olarak ortaya çıkmışlardır. Bu nedenle rekabet hukuku, temelleri iktisat teorisi tarafından oluşturulmuş bir üst yapıdır. Posner'in ifadesiyle rekabet hukuku, hukukun iktisat teorisi tarafından en fazla enforme edilen alanıdır.

Rekabet politikasının amacı, ekonomik etkinliği sağlamak yoluyla toplumsal refahın maksimizasyonudur. Ekonomik etkinlik ise genel anlamda statik ve dinamik etkinliğin birlikte değerlendirilmesini gerektirir. Statik etkinlik, kaynak dağılımında etkinlik ve maliyet (ya da üretim) etkinliğini kapsar. Kaynak dağılımındaki etkinlik tüketici artığının, maliyet etkinliği üretici artığının oluşmasına, ikisi birlikte toplam refahın oluşmasına sebep olur. Dinamik etkinlik ise yeterince araştırma ve geliştirme (ARGE) faaliyetlerinde bulunulup bulunulmadığı ve iktisadi ortamın yenilikler ile teknolojik iyileşmeyi özendirip özendirmediği konularını araştıran ve bugün ile gelecek arasındaki dağılımın etkinliğini inceler.

Bu çalışmanın hipotezi, bir ekonomi politikası aracı olarak rekabet hukukunun temel amacının, ekonomik etkinliği sağlamaya yönelmiş olduğudur. Rekabet hukukunun bu amacına ulaşabilmesi için gerek rekabet kurallarının oluşturulması aşamasında ve gerekse uygulamasında ekonomik teorilere ve ekonomik analize dayanma mecburiyeti vardır. Kısaca ve bir cümle ile ifade etmek gerekirse, temel amacı ekonomik etkinliği sağlamak olan rekabet hukuku, nitelikli ekonomik analizler kullanmaksızın bu amacına ulaşamaz.

Tezin birinci bölümünde rekabet politikalarının ekonomik analizi yapılırken görülmüştür ki, rekabet davalarında ekonomik analize başvurulması yeni bir uygulama olmayıp, özellikle ABD'de yaklaşık elli yıllık bir geçmişe sahiptir. Bu sürede rekabet

politikasının temel argümanı olan “ekonomik etkinlik” amacı zaman zaman farklı yorumlanmış, örneğin Chicago Ekolü bu amaca tavizsiz şekilde bağlı kalınmasını önerirken, Harvard Ekolü kamu iktisadi politikasının ekonomik etkinlik dışında başka amaçlara da yer verebileceğini savunmuştur. Ancak her iki görüş de rekabet kurallarının uygulanmasında ekonomik analizin rolüne vurgu yapmışlardır.

Avrupa Birliği rekabet politikası başlangıçta ortak pazarın yaratılması, entegrasyonu ve iç pazarda rekabetin bozulmamasını sağlayacak bir sistemin oluşturulması amacına yönelmiş ve ekonomik etkinlik amacı örtülü ve ikinci planda kalmıştır. Ancak son yıllardaki gelişmeler ve rekabete ilişkin vaka incelemelerinde ortaya konan yaklaşım, artık ekonomik etkinlik amacının da gözetilmeye başlandığına işaret etmektedir. Özellikle 1997’de çıkarılan “yeşil kitap” ve 1999’da yayımlanan “beyaz kitap” ekonomik analize yer verilmesi gereğini açıkça ortaya koymaktadır.

Türk rekabet hukuku sistemi temelde AB rekabet hukukunu benimsemekle beraber, henüz entegrasyon süreci tamamlanmadığından yerel ve gelişmekte olan ülke rekabet hukuku karakterini korumaktadır. RKHK incelendiğinde, ekonomik teoriden yola çıkıldığı ve üstü kapalı etkinlik amacı taşıdığı bununla beraber ekonomik olmayan sosyal amaçlara yer verdiği, örneğin küçük işletmelerin korunması gibi alt hedefler izlediği de sezilmektedir.

Türk rekabet hukukunun uygulanmasında birinci derecede görevli Rekabet Kurumu’nun karar organı durumundaki Rekabet Kurulu, kararlarında genellikle ekonomik analizlere başvurmamakta, bunun yerine daha çok belirli hukuksal prosedürleri ve usulleri tercih etmektedir. Bunun nedeni, piyasa yapılarını belirginleştirmekte geçiş döneminin ortaya koyduğu zorluklar ve rekabet ihlali yaptığı iddia edilen firmalarla ilgili nitelikli ve doğru ekonomik bilgilere ulaşmada ciddi güçlüklerin henüz aşılamamış olmasıdır. Yine Türkiye’de piyasa yapılarına ilişkin derinlikli araştırmalar ve sektörel analizlerin yetersizliği, mal ve hizmet piyasalarında kayıt dışılık nedeniyle sağlıklı verilere tam ulaşılamaması, genel istatistiki verilerin eksikliği ve firma yapılarının nispeten profesyonellikten uzak oluşları ekonomik analiz konusunda rekabet otoritesinin hareket alanını daraltmaktadır.

Buna rağmen, çalışmanın ilgili bölümlerinde yer verildiği gibi Rekabet Kurulu az sayıdaki vakada bazı iktisadi-nicel teknikleri kullanarak ekonomik analize baş vurmuştur. Ancak bu teknikleri kullanarak ne derece sağlıklı sonuçlara ulaşılabildiği tartışmalıdır. Türkiye’de bir başka zorluk, gerek rekabet otoritesinin (bu arada Rekabet Kurulu kararlarına itiraz Danıştay nezdinde yapıldığı için Danıştay kararları da bu kapsama dâhildir) gerekse rekabet ihlali yapan veya birleşme/devralma işlemine konu tarafların başvurabileceği danışmanlık kuruluşları ve “uzman tanıklık” müesseselerinin henüz gelişmemiş olmasıdır. ABD ve AB’de hem rekabet otoriteleri hem de taraflar ilgili vakada profesyonel danışmanlık kuruluşlarınca hazırlanan iktisadi analiz sonuçlarını kararlarında ve savunmalarında kullanabilmektedir. Hatta rekabet otoritelerine ve vakanın taraflarına hizmet veren bu danışmanlık kuruluşlarının kullandıkları farklı iktisadi analiz yöntemleri nedeniyle farklı ekonomik sonuçlara ulaşılması ihtimalini ortadan kaldırmak amacıyla, yöntemleri uyumlulaştırmak üzere üçüncü danışmanlık kuruluşuna ya da üçüncü uzman tanıklığa başvurulduğu görülmektedir.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

AB AVRUPA KOMİSYONU TÜRKİYE TEMSİLCİLİĞİ, **AB Rekabet Politikası**,

(Kitapçık), Ankara, 2000.

AGNEW, J.H., **Competition Law**, London, 1985.

AKINCI, A., **Rekabetin Yatay Kısıtlanması**, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2001.

AKTAŞ, C., **Gelişmekte Olan Ülkelerde Rekabet Politikası: Bir Çerçeve Çalışması**, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2003.

ALPUGAN, O., M.H. DEMİR, M. OKTAV ve N. ÜREL, **İşletme Ekonomisi ve Yönetimi**, Dördüncü Basım, Beta Yayınları, İstanbul, 1995.

ANA BRITANNICA, C. XXVI, İstanbul, 1993.

ARDIYOK, Ş., **Doğal Tekeller ve Düzenleyici Kurumlar Türkiye İçin Düzenleyici Kurum Modeli**, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2002.

AREEDA, P. ve D. TURNER, **Antitrust Law: An Analysis of Antitrust Principles and Their Application**, Little Brown, Boston, 1978.

AREEDA, P., J. SOLOW ve H. HOVENKAMP, **Antitrust Law**, Volume IIA, Little Brown, Boston, 1995.

ASCH, P., **Industrial Organization and Antitrust Policy**, Wiley, New York, 1983.

ASIA-PACIFIC ECONOMIC COOPERATION (APEC), **Study on Competition Laws for Developing Countries**, Singapore, 1999.

ASLAN, İ.Y., **Rekabet Hukuku**, Genişletilmiş 2. Basım, Ekin Kitabevi, Bursa, 2001.

ASLAN, İ.Y., **Avrupa Topluluğu Rekabet Hukuku**, Banka ve Ticaret Hukuku Araştırma Enstitüsü, Ankara, 1992.

ASLAN, İ.Y., D. ŞENYÜZ ve M. ERGÜN, **İşletme Hukuku**, Ekin Kitabevi, Bursa, 2002.

ATKINSON, A.B. ve J.E. STIGLITZ, **Lectures on Public Economics**, Mc Graw Hill, New York, 1980.

BADUR, E., **Türk Rekabet Hukukunda Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşmalar**, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2001.

BANDURA, A., **Social Foundations of Thought and Action, a Social Cognitive Theory**, Prentice-Hall, New Jersey, 1986.

BAUMOL, W.J., J.C. PANZAR ve R.D. WILLIG, **Contestable Markets and the Theory of Industry Structure**, Harcourt Brace Jovannich, New York, 1982.

BAYDAROL, C., **Avrupa Birliğini Kuran Andlaşma**, İKV Yayını, İstanbul, 1993.

BAYE, M.R., **Managerial Economics and Business Strategy**, Second Edition, Irwin/McGraw-Hill, USA, 1997.

BISHOP, S. ve M. WALKER, **Economics of E.C. Competition Law: Concepts, Application and Measurement**, Sweet & Maxwell, London, 1999.

BORK, R.H., **Antitrust Paradox, A Policy at War with Itself**, Basic Books Inc Publisher, New York, 1978.

BUTLER, E., **Hayek**, (Çev.: Y. Z. Çelikkaya), Liberal Düşünce Topluluğu Yayını, Ankara, 1996.

CALABRESI, G., **The Cost of Accidents: A Legal and Economic Analysis**, Yale University Press, 1970.

CAN, H., D. TUNCER ve D.Y. AYHAN, **Genel İşletmecilik Bilgileri**, Sekizinci Baskı, Siyasal Kitabevi, Ankara, 1996.

CARLTON, D.W. ve J.M. PERLOFF, **Modern Industrial Organization**, Third Edition, Addison Wesley Longman, USA, 2000.

CHAMBERLIN, E., **The Theory of Monopolistic Competition**, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, 1933.

CHEN, J., **Globalization and Its Losers**, Global Trade, Minn, 2000.

COMMISSION REPORT, **European Community Competition Policy (2000)**, XXXth Report on Competition Policy, 2000.

Council Regulation No. 17/62, 13 J.O. 204 (1962).

CRAIG, P. ve G. DE BURCA, **EU LAW: Text, Cases and Materials**, Second Edition, Oxford University Press, 1998.

ÇAĞLAYAN, A.İ., **Rekabet Hukukunda Pazar Gücünün Önemi ve**

Ölçülmesi, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2003.

ÇAPOĞLU, G., **Prices, Profits and Financial Structures: A Post-Keynesian Approach to Competition**, Edward Elgar Publishing Limited, 1991.

CELEN, A., **Oligopolistik Pazarlarda Gözlenen Paralel Davranışların Rekabet Hukuku Açısından Değerlendirilmesi: Uyumlu Eylem ve Birlikte Hakim Durum**, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2003.

ÇETİNKAYA, M., **İlgili Pazar Kavramı ve İlgili Pazar Tanımında Kullanılan Nicel Teknikler**, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2003.

ÇOBAN, O., **Endüstri İktisadı ve Oyun Teorisi**, Ekin Kitabevi, Bursa, 2003.

ÇÖLOĞLU, H., **Oligopol Piyasasında Rekabet Sorunu ve Uygulamalı Bir Örnek**, AİTİA Yayını, Ankara, 1982.

DEMSETZ, H., **The Economics of the Business Firm: Seven Critical Commentaries**, First Published, Cambridge University Press, New York, 1995.

DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI (DPT), **Rekabet Hukuku ve Politikası Alanında AT Mevzuatına Uyum Değerlendirme Raporu**, Ankara 1992.

DEVLET PLANLAMA TEŞKİLATI (DPT), **Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı, Rekabet Hukuku ve Politikaları, Özel İhtisas Komisyonu Raporu**, Ankara, 2000.

EFEM, G., **Avrupa Topluluğu Rekabet Politikası Bakımından RA Md. 85'e Kavramsal Bir Yaklaşım**, (Basılmamış Doktora Tezi), Ankara, 1993.

EĞİLMEZ, M. ve E. KUMCU, **Ekonomi Politikası**, 2. Baskı, OM Yayınevi, İstanbul, 2002.

ERDEM, E., **Türk ve AT Rekabet Hukukunda Birleşme ve Devralmalar**, Beta Basım Yayım, İstanbul, 2003.

EROĞLU, S., **Rekabet Hukukunda Bilgisayar Programlarının Korunması**, Beta Yayınları, İstanbul, 2000.

ESİN, A., **Rekabet Hukuku**, ESC Yayınları, İstanbul, 1998.

FELLNER, W., **Competition Amongst the Few, Oligopoly and Similar Market Structure**, (Original), Kelly, New York, 1949.

FINGLETON, J., E. FOX, D. NEVEN ve P. SEABRIGHT, **Competition Policy and the Transformation of Central Europe**, Center for Economic Policy Research, London, 1996.

GILSTRA, D. J. ve D. F. MURPHY, **Leading Cases and Materials on the Competition Law of the EEC**, Third Edition, Deventer-Netherland, 1985.

GORDON, D., **Avusturya İktisadı'nın Felsefi Kökleri**, (Çev.: N. Bağdadioğlu), Liberte Yayınları, Ankara, 2000.

GOYDER, D.G., **EC Competition Law**, Second Edition, Oxford University Press, 1993.

GOYDER, D.G., **E.C. Competition Law**, Third Edition, Clarendon Press, Oxford, 1998.

GREGORY, P.R. ve R.C. STUART, **Comparative Economic Systems**, Fifth Edition, Houghton Mifflin Company, Boston, 1996.

GÜNUĞUR, H., **Avrupa Ekonomik Topluluğu'nu Kuran Antlaşma**, TOBB Yayını, Ankara, 1988.

GÜRKAYNAK, G., **Türk Rekabet Hukuku Uygulaması İçin Hukuk ve İktisat Perspektifinden Amaç Tartışması**, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2003.

GÜZEL, O., **AT Rekabet Hukuku Kurallarının Bankacılık Sektörüne Uygulanması**, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2003.

GWARTNEY, J. D. ve R. L. STROUP, **Temel Ekonomi**, (Çev.: Y. Arsan), Liberte Yayınları, Ankara, 1999.

HANÇERLİOĞLU, O., **Ekonomi Sözlüğü**, Remzi Kitabevi, İstanbul, 1972.

HAYEK, F.A., **Hukuk, Yasama ve Özgürlük: Özgür bir Toplumun Siyasi Düzeni**, Cilt III, (Çev.: M. Erdoğan), T. İş Bankası Yayını, İstanbul, 1997.

HAYEK, F.A., **Kölelik Yolu**, 2. Baskı, (Çev.: T. Feyzioğlu ve Y. Arsan), Liberte Yayınları, Ankara, 1999.

HILDEBRAND, D., **The Role of Economic Analysis in the EC Competition Rules**, European Monographs, Kluwer Law International, The Hague, The Netherlands, 1998.

HIRSCHEY, M. ve J.L. PAPPAS, **Managerial Economics**, Eighth Edition, The Dryden Press, USA, 1996.

HOVENKAMP, H., **Federal Antitrust Policy: The Law of Competition and Its Practice**, Second Edition, West Group, Minn, 1999.

ILICAK, A., **Sherman Antitröst Yasasının Ortaya Çıkışı: Yanılsamalar ve Gerçekler**, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2003.

İMREGÜN, O., **Kara Ticareti Hukuku Dersleri**, Dokuzuncu Bası, Gür-ay Matbaası, İstanbul, 1991.

JASQUEMIN, A. ve G. SCHRANS, **le Droit Economique**, Press Universitaires de France, Paris, 1970.

JOLIET, R., **The Rule of Reason in Antitrust Law, American, German and Common Market Laws in Comparative Perspective**, La Haye, 1967.

KAYAR, İ., **Borçlar Hukuku**, Detay Yayıncılık, Ankara, 2004.

KAYSEN, K., ve D.F. TURNER, **Antitrust Policy, An Economic and Legal Analysis**, Cambridge, Harvard University Press, 1959.

KEKEVİ, G., **Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Birlikte Hakim Durumun Kötüye Kullanılmasında Kolaylaştırıcı Eylemler**, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2003.

KORAH, V., **An Introductory Guide to EC Competition Law and Practice**, Fifth Edition, Sweet&Maxwell, London, 1994.

KÖKSAL, T., **Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Hukuku Çerçevesinde Kamu Teşebbüsleri ve İhisar Hakları**, Ankara, Rekabet Kurumu Yayını, 2002

LEXECON, **An Introduction to Quantitative Techniques in Market Definition**, Lexecon Ltd, London, 2001. (Eserin basılı halinde tarih bulunmamaktadır) www.lexecon.co.uk (Giriş Tarihi: Şubat 2002).

LEXECON, **An Introduction to Quantitative Techniques in Competition Analysis**, Lexecon Ltd, London, 2003. (Eserin basılı halinde tarih bulunmamaktadır) www.lexecon.co.uk (Giriş Tarihi: 10.06.2004).

LIPSEY, R.G., P.O. STEINER ve D.D. PURVIS, **İktisat 1**, (Çev.: Ö.Faruk Batirel ve diğerleri), Bilim Teknik Yayınevi, İstanbul, 1990.

MANDEL, E., **Marksist Ekonomi Kuramına Giriş**, (Çev.: A. Ünlü), Toplumsal Dönüşüm Yayınları, İstanbul, 1998.

MATHIJSEN, R.S., **Guide to European Community Law**, London, 1980.

McNUTT, P.A., **The Economics of Public Choice**, Edward Elgar Publishing Limited, Cheltenham, UK, 1996.

MILLER, A. and G.G. DESS, **Strategic Management**, Second Edition, McGraw-Hill, U.S.A., 1996.

MISES, L.V., **Bürokrasi**, 2. Baskı, Çev.: F. ERGİN, Liberte Yayınları, Ankara, 2000.

MUCUK, İ., **Pazarlama İlkeleri**, Der Yayınları, İstanbul, 1994.

NEALE, A.D. ve D.G. GOYDER, **Antitrust Laws of the USA**, Third Edition,

USA, 1980.

NEALE, A.D., **The Antitrust Laws of USA**, USA, 1962.

NEUMANN, J.V. ve O. MORGENSTERN, **Theory of Games and Economic Behavior**, 3rd Edition, Princeton University Press, Princeton, 1980.

NICHOLSON, W., **Microeconomic Theory, Basic Principles and Extensions**, Sixth Edition, The Dryden Press, Florida, 1995.

OECD, **Glossary of Industrial Organization Economics and Comptition Law**, s. 54. <http://www.oecd.org>, (Giriş Tarihi: 20.03.2004). Eserin basılı şeklinde tarih bulunmamaktadır.

Ö.DEMİR ve M.ACAR, **Sosyal Bilimler Sözlüğü**, Ağaç Yayıncılık, İstanbul, 1992.

ÖZ, G.A., **Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Hukukunda Hakim Durumun Kötüye Kullanılması**, Rekabet Kurumu Yayını, No:51, Ankara, 2000.

ÖZDEN, M., **Profesyonel Meslek Birlikleri**, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2004.

ÖZSUNAY, E., **Kartel Hukuku**, İstanbul, 1985.

PARASIZ, İ., **İktisadın ABC'si**, 4. Baskı, Ezgi Kitabevi Yayınları, Bursa, 2000.

PORTER, M., **The Competitive Advantage of Nations**, Macmillan Press, London and Basingtoke, 1990.

POSNER, R.A., **Antitrust Law, An Economic Perspective**, University of Chicago Press, Chicago, 1976.

POSNER, R.A., **Economic Analysis of Law**, Aspen Law&Business, A Division of Aspen Publishers Inc., USA, (Tarihsiz).

REİSOĞLU, S., **Borçlar Hukuku Genel Hükümler**, Yedinci Bası, Beta Yayınları, İstanbul, 1988.

RITTER, L., W.D. BRAUN ve F. RAWLINSON, **EEC Competition Law a Practitioner's Guide**, Boston, 1993.

SANLI, K.C., **Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'da Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği**, Rekabet Kurumu Yayını, No:49, Ankara, 2000.

SAVAŞ, V.F., **İktisatın Tarihi**, Liberal Düşünce Topluluğu Yayınları, İstanbul, 1997.

SCHERER F. M. and D. ROSS, **Industrial Market Structure and Economic**

Performance, Third Edition, Houghton Mifflin Company, Boston, 1990.

SCHUMPETER, J., **History of Economic Analysis**, Oxford University Press, New York, 1954.

SENYÜCEL, O., **Rekabet İktisadında Ampirik Uygulamalar**, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2003.

SEYİDOĞLU, H., **Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük**, 2. Baskı, Güzem Can Yayınları, İstanbul, 1999.

SEYİDOĞLU, H., **İngilizce-Türkçe Ekonomi ve İşletmecilik Terimleri Açıklamalı Sözlük**, Güzem Can Yayınları, İstanbul, 1999.

SKOUSEN, M., **Modern İktisadın İnşası**, (Çev.: M. Acar- E. Erdem- M. Toprak), Liberte Yayınları, Ankara, 2003.

SMITH, A., **An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations**, Cannan's ed., University of Chicago Press, Chicago, 1976.

STIGLER, G., **The Organization of Industry**, Homewood, Richard D. Erwin Inc., 1968.

STIGLER, G.J., **Essays in the History of Economics**, The University of Chicago Press, Midway Reprint Edition, 1987.

SU, K.T., **Rekabet Hukukunda Teşebbüslerin Hakim Durumunun Belirlenmesinde Pazar Gücünün Ölçülmesi**, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2003.

SULLIVAN, L.A., **Handbook of the Law of Antitrust**, West Pub. Co., St. Paul, Minnesota, 1977.

SWANEPOEL, M., **Sefaletten Zenginliğe**, (Çev.: O. Çakmak – A. Yayla), Liberte Yayınları, Ankara, 2002.

TALAS, C., **Ekonomik Sistemler**, 5. Baskı, İmge Kitabevi, Ankara, 1999.

TDK, **Türkçe Sözlük**, C.II, Ankara 1988.

TEKİNALP, G., Ü. TEKİNALP, Y.M. ATAMER, B.E. ODER, B. ODER ve G. OKUTAN, **(Tekinalp/Tekinalp) AB Hukuku**, Güncelleştirilmiş 2. Bası, Beta Basım Yayım, İstanbul, 2000.

THOMPSON, J.S., **Empirical Methods in Antitrust Economics: A Survey and New Techniques**, Auburn University, (Yayınlanmamış Doktora Tezi), 1998.

TOMUR, K., **Kobiler ve Rekabet Politikası De Minimis Kuralının Rekabet Hukukundaki Yeri, İşlev ve Uygulama Prensipleri**, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2004.

TOPÇUOĞLU, M., **Rekabeti Kısıtlayan Teşebbüsler Arası İşbirliği Davranışları ve Hukuki Sonuçları**, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2001.

TUĞLACI, P., **İngilizce-Türkçe Ekonomi ve Hukuk Terimleri Sözlüğü**, Güncelleştirilmiş 4. Baskı, Remzi Kitabevi, İstanbul, 2002.

TURKAY, O., **Mikroiktisat Teorisi**, 11. Baskı, İmaj Yayıncılık, Ankara, 2002.

TÜRKKAN, E., **İkinci En İyi (Ekonomik , Siyasal ve Sosyal Sapmalarla Mücadele ve Erdemli Sapmalar Kuralı)**, Liberte Yayınları, Ankara, 2001.

TÜRKKAN, E., **Rekabet Teorisi ve Endüstri İktisadı**, Turhan Kitabevi, Ankara, 2001.

U.S. DEPARTMENT OF JUSTICE and FEDERAL TRADE COMMISSION, **Horizontal Merger Guidelines**, 1992.

ÜSTÜNEL, B., **Ekonominin Temelleri**, Yedinci Baskı, Alfa Yayıncılık, İstanbul, 1997.

WHISH, R., **Competition Law**, Third Edition, Butterworths, London, 1993.

WILCOX, C., **Competition and Monopoly in American Industry**, US Government Printing Office, Washington DC, 1940.

WYATT, D. ve A. DASHWOOD, **European Community Law**, London, 1993.

YAYLA, A., **Devletçi Zihniyet ve Piyasa Ekonomisi**, Liberte Yayınları, Ankara, 2001.

YÜKSEL, O.Y., **Rekabet Hukukunda Uyumlu Eylem**, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2004.

MAKALELER

ALESE, F., “The Economic Theory of Non-Collusive Oligopoly and the Concept of Concerted Practice Under Article 81”, **European Competition Law Review**, Issue-7, 1999.

ATİYAS, İ., “Rekabet Politikasının İktisadi Temelleri Üzerine Düşünceler”, **Rekabet Dergisi**, C.:1, No:1, 2000.

BAKER, S. ve L. WU, “Applying the Market Definition Guidelines of The European Commission”, **European Competition Law Review**, No: 5, 1998.

BECKER, G.S., “Nobel Lecture: The Economic Way of Looking at Behavior”, **Journal of Political Economy**, Vol.: 101, 1993.

BISHOP, B., "Antitrust Enforcement and the Rule of Law", **European Competition Law Review**, Issue 1, 1998.

CANENBLEY, C., "The Geographic Market Definition under European Merger Control Law", (Der.) E.H. Barry, **The Annual Proceedings of the Fordham Corporate Law Institute International Antitrust Law and Policy**, Juris Publishing Inc., 1997.

CANSEN, E., "Kazan Kazan", **Hürriyet**, 25.04.2004.

CLARK, J. M., "Towards a Concept of Workable Competition", **American Economic Review**, Issue 30, 1940.

CORREA, C.M., "Competition Law and Development Policies", (Ed.: Roger Zach), **Towards WTO Competition Rules**, Kluwer Law International, London, 1999.

CROCIONI, P., "Defining Airline Markets: A Comparison of The US and EU Experience", **The Antitrust Bulletin**, Vol.: 45, N0:1, Spring 2000.

ÇETİNTAŞ, H., "Küreselleşme Sürecinde Türkiye'nin Rekabet Politikası ve Rekabet Gücü: Demir-Çelik Sektörünün Rekabet Gücü Analizi", (Yayınlanmamış Doktora Tezi), **İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat ABD**, İstanbul, 2000.

EDGEWORTH, F., "The Pure Theory of Monopoly", London, **Papers Relating to Political Economy**, Volume I, 1925, ss. 112-142.

GIFFORD, D.J. ve R.T. KUDRLE, "EU Competition Law and Policy: How Much Latitude for Convergence With the U.S.?", **The Antitrust Bulletin**, Fall-2003.

GODEK, P.E., "A Chicago-School Approach to Antitrust for Developing Economies", **The Antitrust Bulletin**, Spring-1998.

HOEKMAN, B. ve P. HOLMES , "Competition Policy, Developing Countries and the World Trade Organization", **The World Economy**, No:22, 1999.

HOLMES, O.W., "The Path of the Law", **Harvard Law Review**, Vol.: 10, 1897, ss. 457-469.

HUCK, S., H.T. NORMANN ve J. OECHSSLER, "Learning in Cournot Oligopoly-An Experiment", **Discussion Paper**, Humboldt University Berlin, 1997.

İNAN, N., "Türk Rekabet Kanun Tasarısının Birinci Bölümü" AT Rekabet Politikaları Hukuk Düzeni ve Türk Rekabet Kanun Tasarısı, **Uluslararası Sempozyumu**, İstanbul, 1993.

JACQUEMIN, A., "Theories of Industrial Organisation and Competition Policy: What are the Links?", **Working Paper-2000**, European Commission Forward Studies Unit, 2000.

JENNY, F., "Globalization, Competition and Trade Policy: Issues and Challenges", **Towards WTO Competition Rules**, (Ed.: R. Zach), Kluwer Law International, London,

1999.

KARAKELLE, İ.H., “Pazara Giriş Engellerine Karşı Rekabet Hukuku ve Politikası”, **Rekabet Düzenlemeler ve Politikalar Kongresi**, Açılış Bildirisi, 25-26 Eylül 2003, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2003.

KASERMAN, D.L. ve H. ZEISEL, “Market Definition: Implementing The Department of Justice Merger Guidelines”, **The Antitrust Bulletin**, Vol.: 41, Fall-1996.

KATIRCIOĞLU, E., “Bir Pazar Ekonomisi Kurumu Olarak Rekabet Hukuku”, (Der.: Nurkut İnan), **Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Etkisi**, TES-AR Yayınları, No:20, Ankara, 1996.

KAUPER, T.E., “The Problem of Market Definition under EC Competition Law”, (Ed.: E.H.BARRY), **The Annual Proceedings of the Fordham Corporate Law Institute International Antitrust Law and Policy**, Juris Publishing Inc., 1997.

KHEMANI, R.S., “Ekonomik Kalkınma Sürecinde Rekabet Politikaları ve Kurumları”, **II. Türkiye Uluslararası Rekabet Sempozyumu**, Rekabet Kurumu, Yayın No:0061, Ankara, 6-7 Mart 2000.

KOLASKY, W. J., “What is Competition?”, **Seminar on Convergence Sponsored by the Netherlands Ministry of Economic Affairs**, The Hague, Netherlands, October 28, 2002.

KOVACIC, W.E. ve C. SHAPIRO, “Antitrust Policy: A Century of Economic and Legal Thinking”, **Journal of Economic Perspectives**, Vol.:14, No:1, Winter-2000.

KUHLMAN, J.M. ve S.R. JOHNSON, “Estimating Damages on Highway Construction Contracts”, **Antitrust Bulletin**, Vol.: 29, No: 4, 1984.

LIEBENSTEIN, H., “Allocative Efficiency vs. X-Efficiency” , **American Economic Review**, No. 56, 1966.

LINDSEY, B., “Görünmez El Ölü Ele Karşı”, **Kapitalizm ve Küresel Refah**, (Ed.: Ian Vasquez), Liberte Yayınları, Ankara, 2003.

LIPSEY, R.G. ve K. LANCASTER, “The General Theory of the Second Best”, **Review of Economic Studies**, Issue 24, 1956-1957.

McDONNELL, B.H. ve D.A. FARBER, “Are Efficient Antitrust Rules Always Optimal?”, **The Antitrust Bulletin**, Fall-2003.

MİMAROĞLU, S.K., “Ekonomi Hukuku, Ticaret Hukuku ve İşletme Hukuku Kavramlarında Yeni Gelişmeler”, **Prof.Dr. Kemal Fikret Arık’a Armağan**, Ankara Üniversitesi SBF ve TODAİE Yayını, Ankara, 1973.

MÜFTÜOĞLU, T., “Rekabet Kanunu ve İki Yıllık Uygulaması”, **Rekabet Dergisi**, C.:1, No:1, 2000b.

MÜFTÜOĞLU, T., “Açılış Konuşması”, **II. Türkiye Uluslararası Rekabet Sempozyumu** İstanbul/Türkiye, 6-7 Mart 2000, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, 2000a.

OFFERMAN, T., J. POTTERS and J. SONNEMANS, “Imitation and Belief Learning in an Oligopoly Experiment”, **Review of Economic Studies**, No. 69, 2002.

OMB (Office of Management and Budget), **A Bird’s Eye View of the Budget**, <http://www.whitehouse.gov/omb/budget/fy2003/cguide.pdf> (Giriş Tarihi: 02.28.2004)

ÖZ, G.A., “Özelleştirme Sürecinde Rekabet Kurumu’nun Yeri”, **Rekabet Politikası ve Özelleştirme Sempozyumu**, 5 Kasım 1999, Rekabet Kurumu Yayını, No:33, Ankara, 1999.

PETERSMANN, E.U., “The Role of Competition Policy in Providing a More Equitable Playing Field for Development in Globalizing Markets: A Challenge for Governments and Multilateral Organisations”, **Papers Presented at the pre-UNCTAD X Seminar**, United Nations, Geneva, 1999.

PFLANZ, M., “Introduction to the Economics of Competition Law”, **Seminar for the Members of the Turkish Competition Authority**, 30.06.2000, College of Europe, Bruges, 2000.

POSNER, R., “The Social Costs of Monopoly and Regulation”, **Journal of Political Economy**, No: 83, 1975.

POSNER, R.A., “The Ethical and Political Basis of the Efficiency Norm in Common Law Adjudication”, **Hofstra Law Review**, Vol.:8, 1980.

RIDYARD, D., “Economic Analysis of Single Firm and Oligopolistic Dominance under the European Merger Regulation”, **European Competition Law Review**, No. 5, 1994.

RK, **Rekabet Kurumu 2. Yıllık Raporu**, 2000, s. 24.

SCHEFFMAN, D.T. ve P.T. SPILLER, “Geographic Market Definition Under The US DoJ Merger Guidelines”, **Journal of Law and Economics**, C.: 30, 1987.

SCHRANK, W.E., ve N. ROY, “Market Delineation in the Analysis of United States Grounfish Demand”, **The Antitrust Bulletin**, Vol.: 36, 1991.

SHAPIRO, C., “Theories of Oligopoly Behavior”, **Handbook of Industrial Organization**, (Ed.: R. Schmalensee ve R.D. Willig), North Holland, New York, 1989.

SHLEIFER, A. ve R. VISHNY, “Large Shareholders and Corporate Control”, **Journal of Political Economy**, Vol.: 94, 1986.

SIMONS, J.J. ve M.A. WILLIAMS, “The Renaissance of Market Definition”, **The Antitrust Bulletin**, Vol.: 38, Winter 1993.

SINGH, A. ve R. DHUMALE, "Competition Policy, Development and Developing Countries", South Centre, Trade-Related Agenda, **Development and Equity Working Papers**, No:7, 1999.

SINGLETON, R., "Competition Policy for Developing Countries: A Long-run, Entry Based Approach", **Contemporary Economic Policy**, Vol.: 15, No: 2, 1997.

SİREL, E., "Rekabet Hukuku Uygulamalarında Ekonomik Analiz", **Rekabet Kurumu Perşemde Konferansları**, Rekabet Kurumu Yayını, Ankara, Nisan 2001.

SLADE, M., "Empirical Games: The Oligopoly Case", **Canadian Journal of Economics**, Vol.: 26, 1994, s. 368-402.

SLESINGER, R.E., "The Use of Economic Analysis by the Supreme Court in Applying the Concept of the Relevant Market", **European Journal of Law and Economics**, Vol.: 2, 1995.

SMITH, V. L., "Experimental Methods in Economics", **The New Palgrave: A Dictionary in Economics**, Vol. 2, London, Macmillon, 1987.

SRAFFA, P., "The Laws of Returns under Competitive Conditions", **The Economic Journal**, 1936, s.535-550.

STIGLER, G., "The Successes and Failures of Professor Smith", **Journal of Political Economy**, 88:6, December, 1976, s. (1199-1214).

STIGLER, G.J. ve R.A. SHERWIN, "The Extent of the Market", **Journal of Law and Economics**, Vol..28, October-1985.

STIGLER, G. "The Kinky Demand Curve and Rigid Price", **Journal of Political Economy**, 1947.

STOCKMANN, K., "Sosyal Piyasa Ekonomisinde Rekabetin Fonksiyonları ve Korunması", (Çeviren: M. Öğüt), **Sosyal Piyasa Ekonomisinin Rekabet Boyutu**, (Ed.: H. Erkan), Sosyal Piyasa Ekonomisi, İzmir, 1992.

STROUX, S., "Economics of Oligopoly: An Introduction for Lawyers", **EUI Working Paper Law**, European University Institute, No. 6, Florence, 2002.

TABLE A: FINANCIAL PERSPECTIVE EU-15,
<http://www.europa.eu.int/comm/budget/pdf/financialfrwk/perpfin/tbl20002006eur15en.pdf>
 (Giriş Tarihi: 30.04.2004).

TAN, T., "Özelleştirme Sürecinde Rekabet Kurumu'nun Yeri", **Rekabet Politikası ve Özelleştirme Sempozyumu**, 5 Kasım 1999, Rekabet Kurumu Yayını, No:33, Ankara, 1999.

THOMPSON, J.S., "Empirical Methods in Antitrust Economics: A Survey and New Techniques" (Yayınlanmamış Doktora Tezi), **Auburn University**, 1998.

TOKATLIOĞLU, İ., “İktisat Kuramında Rekabet Kavramının Gelişimi”, **Ekonomik Yaklaşım**, C.:10, No:33, Yaz-1999.

TREBILCOCK, M.J., “The Evolution of Competition Policy: Lessons from Comperative Experience”, (Ed.: Rong-I Wu ve Yung-Pen Chu), **Business, Markets and Government in the Asia Pacific**, Routledge, London and New York, 1998.

TURNER, D., “The Definition of Agreement Under The Sherman Act: Conscious Parallelism and Refusals to Deal”, **Harvard Law Review**, Vol.: 75.

UK Competition Commission, **CHC Helicopter Corporation and Helicopter Services Group ASA: A report on the merger situation (Cm 4556)**, 2000.

VEGA-REDONDON, F., “The Evaluation of Walrasian Behavior”, **Econometrica**, 65, 1997, ss. 375-384.

VEROUDEN, V., “Vertical Agreements and Article 81 EC: The Evolving Role of Economic Analysis”, **Antitrust Law Journal**, Vol.: 71, 2003.

VICKERS, J. “Concepts of Competition”, **Oxford Economic Papers**, No: 47, 1995.

WAWERMAN, L., “Competition and/or Trade Policy”, (Ed.:Einar Hope ve Per Maeleng), **Competition and Trade Policies: Coherence or Conflict?**, Routledge, London and New York, 1998.

WEINSTOCK, D.S., “Using the Herfindahl Index to Measure Concentration”, **The Antitrust Bulletin**, Vol.: 27, No: 2, 1982.

WEISS, Y., “Business Pricing Policies and Inflation Reconsidered”, **Journal of Political Economy**, Vol. 74.

WORLD BANK, **Entering the 21st Century: World Development Report 1999/2000**, Oxford University Press, 2000.

WORLD BANK/OECD **A Framework for the Design and Implementation of Competition Law and Policy**, World Bank, Washington DC, 1999.

WORLD BANK, **World Development Report: Building Institutions for Markets**, Washington DC, 2002.

WTO, **Report of the Working Group on the Interaction Between Trade and Competition Policy**, WT/WGTCP/W/127, 7 June 1999.

KARARLAR**ABD**

APPALACHIAN COAL INC. V. UNITED STATES, 288 US 378, 53 S.Ct. 480 (1933)

BOARD OF TRADE OF CITY OF CHICAGO V. UNITED STATES, 246 US 228, 38 S.Ct. 239 (1918).

BROWN SHOE CO. V. UNITED STATES, 370 U.S. 294, 320, 344 (1962).

Dr. MILES MEDICAL CO. v. JOHN D. PARK&SONS CO., 220 U.S. 373, (1911).

FTC v. TENET HEALTCARE CORP. 186F, 3d 1045, 1050 (8th Cir. 1999).

STANDARD OIL CO. V. UNITED STATES, 221 U.S. 1, 60, 64-65, 68, (1911).

STANDARD OIL OF NEW JERSEY V. UNITED STATES, 221 U.S. 1, 55 L.Ed. 619 (1911).

UNITED STATES V. AMERICAN TOBACCO, 221 US 106 (1911).

UNITED STATES V. INTERSTATE BAKERIES CORP., No: 95C-4194.

UNITED STATES V. JOINT TRAFFIC ASSOCIATION, 171 US 577(1898).

UNITED STATES V. SOCONY-VACUUM OIL CO., 310 US 150, 221-223, 60 S.Ct. 811,843 (1940).

UNITED STATES V. TRANS-MISSOURRI FREIGHT ASSOCIATION, 166 US 290, 343 (1897).

UNITED STATES V. TRENTON POTTERIES CO., 273 US 392, 47 S.Ct. 377 (1926).

UNITED STATES V. UNITED STATES STEEL CORP., 251 U.S. 417, 440-441, 451 (1920).

AB (KOMİSYON v e ABAD)

AHISTROM OY AND OTHERS v. Commission, Case 89/85 [1988], E.C.R. 5193, [1988] 4 C.M.L.R. 901.

ALCATEL/AEG KABEL (IV/M.165), 18 December 1991.

ALCATEL/TELETTRA (IV/M.042), 12 April 1991.

AOIP/BEYRARD, J.O. L 6, Commission Decision , 13.1.1976.

BUNDESKARTELLAMT, CASE B8 -130/01

CAPITAL CORPORATION/LONDON CLUBS, UK MMC Case.

CEMATEX, Commission Decision , 24.12.1971, J. O. 227. L., s. 26.

COAPI, Commission Decission, 30.01.1995, O. J. L. 122/37.

CONSTEN AND GRUNDIG V. COMMISSION, Joined Cases 56 and 58/64, 13.07.1966.

CONTINENTAL CAN C., O.J. L7/25, (1972).

DALMINE/MANNESMANN/VALLOUREC (IV/M.315), 26 January 1994.

DELIMITIS CASE C. 234/89, 1991 ECR, p. 935.

DU PONT/ICI (IV/M.214), 30 September 1992.

FORD-WERKE AG AND FORD OF EUROPE INS. V. COMMISSION, Jointed Cases 25 and 26/84, 17.09.1985.

FRUBO, Commission Decision , O. J. 237 L., 29.08.1974, s. 6.

GERMAN CERAMIC TILES DISCOUNT AGREEMENT, 1970, O. J. 1971, L. 10/15.

GUINNES/GRANDMET, Case No IV/M. 938, OJ L 288.

ICI V. COMMISSION, C. 48/69, 14.07.1972.

IMPERIAL CHEMICAL INDUSTRIES LIMITED v. E.C. Commission, Case 48/69, [1972] E.C.R. 619, [1972] C.M.L.R. 557

INTERNATIONAL ENERGY AGENCY, O. J. 1983, L. 376/30.

KIMBERLY CLARK/SCOTT, Case No: IV/M. 623, OJ L183.

MAGNETI MARELLI/CEAc (IV/M.043), 29 May 1991.

MANNESMANN/HOESCH (IV/M.222), 12 November 1992.

NESTLE/PERRIER Case No: IV/M. 190, OJ L356.

NORDIC CAPITAL/MÖLNLYCKE /KOLMI, Case No: IV/M. 1075, OJ C39.

PILKINGTON-TECHINT/SIV (IV/M.358), 21 December 1993.

POLYPROPYIENE DECISION [1986] O.J. L230/1 [1988] 4 C.M.L.R. 347,
Judgment T-7/89:([1992] 4 C.M.L.R. 84.

PRICE WATERHOUSE / COOPERS&LYBRAND, Case No: IV/M.1016, OJ
L50.

RAI/UNITEL, J.O. n L 157, Commission Decision, 15.6.1978.

REUTER/BASF, J.O. L 254, Commission Decision , 17.9.1976.

RHÔNE POULENC/SNIA II (IV/M.355), 8 September 1993.

SHELL/MONTECATINI, (IV/M.269), 8 June 1994.

SUIKER UNIE AND OTHERS V. COMMISSION, Joined Cases 40 to 48, 50, 54
to 56, 111, 113 and 114/73, 16.12.1975.

SUIKER UNIE v. E.C. Commission, Cases 40/73 etc., [1975], E.C.R. 1669,
[1976] C.M.L.R. 295.

TEPEA V. COMMISSION, C. 28/77, 20.06.1978.

TRANSOCEAN MARINE PAINT V. COMMISSION, C. 17/74, 23.10.1974.

VARTA/BOSCH (IV/M), 31 July 1991.

VOLVO/RENAULT, Case No COMP/M.1980.

VOLVO/SCANIA, Case No COMP/M. 1672.

VÖLK/VERVAECKE, C. 5/69, 9.07.1969.

TÜRKİYE-REKABET KURULU

ANKARA MOTOR YENİLEMECİLER DERNEĞİ, RKK, 01-10/100-24, RG, Sayı 24472, Tarih 24.07.2001.

ANTALYA FIRINCILAR ODASI, RKK, 97-40/245-1, RG, Sayı 23521, Tarih 12.11.1998.

ARÇELİK, RKK, 00-39/436-242, RG, Tarih 03.09.2003, Sayı 25218.

ASKİ, RKK, 01-12/114-29, RG, Sayı 24630, Tarih, 04.01.2002.

BOSCH-PROFİLO-SIEMENS, RKK, 99-31/282-171, RG, Sayı 24552, Tarih 13.09.2001.

EMO, RKK, 98-53/384-44, RG, Sayı 23529, Tarih 20.11.1998.

GAZETE, RKK, 00-26/291-161, RG, Sayı 24445, Tarih 27.06.2001.

GÖZLÜKÇÜ DERNEKLERİ, RKK, 01-42/424-107, RG, Sayı 25010, Tarih 31.01.2003.

İPEKYOL GİYİM/EMİR MODA, RKK, 99-42/444-278, RG, Sayı 24145, Tarih 19.08.2000.

MAYA, RKK, 00-24/255-138, RG, Sayı 24245, Tarih 29.11.2000.

TEB/İEİS, RKK, 00-35/393-220, RG, Sayı 24550, Tarih, 11.10.2001.

TURKCELL-TELSİM, RKK, 99-57/614-391, RG, Sayı 24152, Tarih 26.08.2000.

DİZİN

- A**
- Analiz, 3, 222, 245, 251, 264, 285
 Anlaşma, 91, 93, 111, 117, 135, 196, 282
 Antitröst, 39, 43, 62, 63, 65, 69, 71, 75, 111, 136, 260, 282
 ARGE, 276
 Artık Talep, 241, 243
- B**
- Benchmarking, 222, 223
 Birleşme, 46, 88, 147, 149, 185, 187, 188, 191, 192, 217, 232, 242, 253, 254, 255
 Birleşme Simülasyonu, 253, 255
 Birleşme ve Devralmalar, 147
 Birlikte Hakimlik, 146
- C**
- Chicago Okulu, 39, 42, 43, 49, 61, 139, 176, 177
- Ç**
- Çapraz Fiyat Elastikiyeti, 239
- D**
- De Minimis, 120, 121, 122, 123, 127, 285
 Dikey Anlaşma, 113
 Dikey Bütünlük, 143
 Dirsekli Talep, 169
 Döviz Kuru Değişimleri, 228
 Durgun Durum, 228, 230, 231
 Durgun Durum Analizi, 228, 231
- E**
- Endüstri İktisadı, 11, 285
 Etkinlik, 42, 74, 189
- F**
- Fiyat Elastikiyeti, 234
- G**
- Gelir Dağılımı, 34
 Gizli Anlaşma, 182, 199, 201
 Granger Nedenselliği, 226
- H**
- Hakim Durum, 39, 94, 117, 140, 142, 167, 214, 258, 280, 282, 283, 284
 Hakim Durumun Kötüye Kullanılması, 39, 117, 140, 282, 283
 Harvard Okulu, 43, 49, 176
- İ**
- İhale, 263, 264, 265
 İhale Analizleri, 263
- K**
- Kamu Ekonomisi, 18
 Kanaat Öğrenimi, 178
 Kartel, 84, 111, 162, 283
 Kaynak Dağılımı, 33
 Konsantrasyon, 3
 Korelasyon, 218, 219, 220, 225, 226, 228
- M**
- Monopol, 156, 158, 159
 Muafiyet, 139, 140
- O**
- Oligopol, 146, 160, 161, 162, 163, 165, 169, 171, 173, 179, 197, 199, 201, 281
 Oligopolistik Bağımlılık, 166, 174
 Oligopolistik Hakimiyet, 185, 191, 193
 Optimal Vergilendirme, 71
 Oyun Teorisi, 171, 174, 194
- P**
- Per se, 40, 128, 129, 133
 Performans, 32, 145
 Piyasa Ekonomisi, 19, 20, 33, 285
 Piyasa Gücü, 191, 215, 216, 258
 Piyasa Tanımı, 186, 191, 209, 213
- R**
- Rekabet, 3, 6, 8, 9, 10, 11, 14, 15, 16, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 25, 27, 28, 29, 30, 32, 33, 34, 36, 37, 38, 39, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 58, 59, 60, 61, 62, 65, 68, 70, 79, 87, 88, 89, 90, 91, 94, 95, 96, 100, 101, 104, 105, 106, 108, 109, 110, 112, 116, 117, 119, 120, 121, 124, 125, 127, 130, 136, 139, 147, 148, 149, 151, 155, 156, 161, 166, 167, 176, 177, 210, 213, 214, 215, 216, 218, 221, 224, 232, 235, 237, 243, 248, 252, 255, 258, 259, 264, 270, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285

- Rekabet Hukuku, 3, 8, 11, 33, 39, 42,
 47, 48, 91, 95, 104, 106, 116, 117,
 119, 120, 121, 125, 127, 130, 136,
 151, 155, 156, 166, 167, 176, 177,
 214, 215, 216, 237, 243, 258, 279,
 280, 281, 283, 284, 285
- Rekabet Otoritesi, 248, 252
- Riskten Kaçınma, 74
- Rule of Reason, 40, 128, 129, 130, 131,
 282
- S**
- Sahte Korelasyon, 226
- Ş**
- Şok Analizi, 261
- T**
- Taklit, 178, 181
- Tam Rekabet, 153, 156
- Taşıma Maliyeti, 267
- Tek Firma Hakimiyeti, 188
- Tüketici Tercihleri, 35
- U**
- Uyumlu Eylem, 91, 115, 117, 135, 139,
 149, 167, 199, 201, 280, 282
- V**
- Verimlilik, 33
- X**
- X-etkinliği, 66
- X-etkinsizliği, 157
- Y**
- Yoğunlaşma, 256, 258, 260
- Yoğunlaşma Oranı, 258
- Z**
- Zarar Tahminleri, 265