

# 1 REKABET EKONOMİSİ ve POLİTİKASI SEMPOZYUMU

14 - 15 Kasım 2008

Denizli



**RK** REKABET  
KURUMU

# REKABET KURUMU

## **1. REKABET EKONOMİSİ VE POLİTİKASI** *SEMPOZYUMU*

---

*14-15 Kasım 2008*

*DENİZLİ*

ISBN 978-975-8936-76-2

**YAYIN NO**

**231**

## İÇİNDEKİLER

---

Sayfa No

### AÇILIŞ KONUŞMALARI

#### Müjdat KEÇECİ

*Denizli Sanayi Odası Başkanı*..... 3

#### Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI

*Rekabet Kurumu Başkanı*..... 5

#### Prof. Dr. Fazıl Necdet ARDIÇ

*Pamukkale Üniversitesi Rektörü*..... 9

#### Halil İbrahim ERTEKİN

*Denizli Vali Yardımcısı* ..... 11

### I. OTURUM

#### Doç. Dr. İzak ATİYAS (Oturum Başkanı)

*Sabancı Üniversitesi* ..... 15

#### Dr. Mark W. FRANKENA

*ABD Federal Ticaret Komisyonu Antitröst Bölümü Müdür Yardımcısı*

İKTİSATÇILARIN REKABET OTORİTESİNE KATKILARI.....17

SORU VE CEVAPLAR ..... 29

#### Ş. Demet KAYA, Evren SESLİ, Erdem AYGÜN

*Rekabet Uzmanları*

İKTİSADİ ANALİZ'İN REKABET HUKUKU

UYGULAMALARINDAKİ YERİ: TÜRKİYE PERSPEKTİFİ.....35

#### Gökşin KEKEVİ

*Rekabet Uzmanı*

İKTİSADİ ANALİZ KARTELLERİN ORTAYA

ÇIKARILMASINA YARDIMCI OLABİLİR Mİ? .....53

SORU VE CEVAPLAR ..... 71

## II. OTURUM

**Prof. Dr. Erdal TÜRKKAN (Oturum Başkanı)**

*Rekabet Kurumu Başkan Baş Danışmanı*.....87

**Yrd. Doç. Dr. Özcan UZUN, Yrd. Doç. Dr. Andım Oben BALCE,**

**Yrd. Doç. Dr. Ayhan KORTUNAY**

*Pamukkale Üniversitesi Öğretim Üyeleri*

ADLİ İKTİSAT YAKLAŞIMI VE BİR ÖRNEK OLAY ..... 89

**SORU VE CEVAPLAR** ..... 103

**Güliden BÖLÜK, A. Ali KOÇ**

*Akdeniz Üniversitesi Öğretim Üyeleri*

GIDA PERAKENDE SEKTÖRÜNDE TEKEL GÜCÜNÜN

BELİRLENMESİ..... 111

**SORU VE CEVAPLAR** ..... 135

**Müberra GÜNGÖR, Ayhan TÖZER**

*Telekomünikasyon Kurumu*

TÜRKİYE GSM VE DİĞER ÜLKE 3. NESİL DENEYİMLERİ

İŞİĞİNDA 3. NESİL HİZMETLERE İLİŞKİN REKABET

POLİTİKASI ANALİZİ.....141

**SORU VE CEVAPLAR** ..... 169

## III. OTURUM

**Doç. Dr. Hasan ERSEL (Oturum Başkanı)**

*Sabancı Üniversitesi Öğretim Üyesi*..... 179

**Prof. Dr. Erdal TÜRKKAN**

*Rekabet Kurumu Başkan Baş Danışmanı*

REKABET DÜZEYİNİN ÖLÇÜLMESİ VE REKABET ENDEKSİ ....181

**Yrd. doç. Dr. Fırat İNCEOĞLU**

*Sabancı Üniversitesi Öğretim Üyesi*

SANAYİ İKTİSADINDA YENİ AMPİRİK AÇILIMLAR .....195

**SORU VE CEVAPLAR** ..... 211

DEĞERLENDİRME OTURUMU ..... 225

**REKABET EKONOMİSİ ve POLİTİKASI**  
**SEMPOZYUMU-I**

*14-15 Kasım 2008*

*DENİZLİ*

---

**AÇILIŞ KONUŞMALARI**



**Müjdat KEÇECİ**  
*Denizli Sanayi Odası Başkanı*

---

Sayın Valim, Sayın Rekabet Kurumu Başkanım, sevgili misafirler, sevgili hocalarımız; hoş geldiniz. Herkese günaydın.

Rekabet Kurumu tarafından düzenlenen bu sempozyumun Denizli gibi bir sanayi kentinde, gelişmiş ticari ilişkileri olan bir kentte yapılmasının anlamı çok büyük; onun için, bu toplantıyı, bu sempozyumu düzenleyen tüm arkadaşlarıma, tüm hocalarıma, İktisat Fakültesine, özellikle Dekanına çok teşekkür ediyorum.

Gelişmiş ülkelerde, özellikle liberal ekonominin olduğu, olgunlaştığı ve hâkim olduğu tüm ortamda, hepimizin bildiği gibi “rekabet” en ön planda gelen olaydır. Rekabet, özellikle firmaların gelişmesini, piyasanın oluşmasını ve tüketicinin de bu rekabet şartlarından en iyi şekilde istifade etmesini sağlayan bir olaydır.

Ülkemizde her nedense rekabet iyi anlaşılmadığı için uygun ve haklı rekabet ortamı bir türlü oluşmamıştır. Ne zaman ki, Avrupa Birliği uyum süreci içerisinde Rekabet Kurulunun kurulması ve Rekabet Kurulunun, fonksiyonlarıyla birlikte kapsamını, hizmetini ve amaçlarını kamuoyunda açıklamaya başlamasından ve de eylemleriyle aktif olarak görünmesinden sonra Türkiye’de bir Rekabet Kurumunun bulunduğu ve Rekabet Kurumunun firmalar arasında rekabetin adil şekilde ve özgürce yapılmasının sağlanması en önemli amaçlar olduğu anlaşılmaktadır. Ne var ki, henüz Rekabet Kurumu ve Rekabet Kurumunun fonksiyonları, gerek ticaret dünyamızda, gerekse insan ilişkilerinde ve tüketicide bu bilinç henüz olgunlaşmamış ve oluşmamıştır. Dolayısıyla, bizlere düşen, sivil toplum örgütleri olarak, bu bilincin oluşmasında, Rekabet Kurulu ve rekabetle ilgili çalışan tüm kurumlarla birlikte bu hizmeti yaparak toplumun bilinçlenmesini, üreticinin bilinçlenmesini sağlamak en önemli amaçlarımızdan olmalıdır. Bu nedenle, bugün, bu bilinçlenmeyle ilgili yapılacak bu sempozyumdaki tüm konuşmaların bize ışık tutacağına ve dolayısıyla Rekabet Kurumunun bu nedenle amaçlarını yaymasında önemli bir çalışma, paylaşım olacağına inanıyorum. Bu paylaşımın, bu sempozyumun bu nedenle başarılı olmasını canı gönülden diliyorum. Sevgilerimle.





**Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI**

*Rekabet Kurumu Başkanı*

---

Sayın Valim, Sayın Pamukkale Üniversitesinin Rektörü, çok değerli Denizli Sanayi Odası Başkanı, sayın akademisyenler, çok değerli katılımcılar; hepinize saygılar sunuyorum. Toplantımızın başarılı geçmesini diliyorum.

Sayın Sanayi Odası Başkanının söyledikleri doğrusu benim konuşmamın eksiğini tamamlayıcı nitelikte. Huzurunuzda kendilerine çok teşekkür ediyorum. Rekabet Kurulunun ne yaptığı, Rekabet Kurulunun niçin ihdas edildiği, nasıl çalıştığı, nihai hedefin ne olduğu konusunda gerçekten önemli, anlamlı açıklamalar yaptı. Biz yapsaydık belki kabalık olurdu ama kendisi yapınca ben biraz daha rahatladım. Kendisine teşekkür ediyorum.

Bugün, Pamukkale Üniversitemiz ile Rekabet Kurumu tarafından müştereken ilki düzenlenen Rekabet Ekonomisi ve Politikası konulu sempozyumda bir aradayız. Birlikte olmanın memnuniyetini ifade ediyor ve hepinize tekrar saygılar sunuyorum.

Rekabet Kurumu bugün itibarıyla teşkilatını tamamladıktan, faaliyete geçtikten 10 yıl sonra, 11'inci yılda toplumsal ağırlığını hissettirmeye daha çok başlamıştır denilebilir. Bugüne kadar yaptığı çalışmaları bundan sonra daha fazla bir ivmeyle yürüteceğini ümit ediyoruz, böyle olması gerektiğini düşünüyoruz.

Kurum yine bugüne kadar üniversitelerimizin ve akademisyenlerimizin katkılarına önem vermiştir. Rekabet hukukunun gelişimini takip edebilmek ve bu hukukun diğer alanlarla etkileşimini ortaya koyabilmek için bu alandaki akademik çalışmaların önemine inandığımızdan dolayı üniversitelerimizle iş birliğini önemsedik.

Duymuşsunuzdur; 2003 yılından itibaren Erciyes Üniversitesi Hukuk Fakültesiyle birlikte düzenlediğimiz ve rekabet hukuku alanındaki önemli çalışmaların, güncel çalışmaların sunulduğu “Rekabet Hukukunda Güncel Gelişmeler” konulu sempozyumlardan 6'ncısını bu sene (Nisan 2008'de) gerçekleştirdik. Artık gelenekselleştiğini gördüğümüz bu programın hem kurumsallaşması, hem de etkinleşmesi dileğimi sizlerle paylaşmak isterim.

Rekabet politikasının bir diğer ayağı olan iktisat alanı sanki biraz boşlukta kaldı. Türkiye'de madem hukukla ilgili olarak rekabet hukuku başlığı altında bir

üniversitemizle birlikte bir gelenek oluştu, iktisadi alanla ilgili gelenekselleşen böyle bir iş birliği de inşallah zamanla kurumsallaşacak olan bu sempozyumda gerçekleşir. Böyle bir çaba olmasaydı bu eksiklik olurdu; biz bunu Pamukkale Üniversitenizle telafi ettiğimizi düşünüyoruz.

Rekabet politikasının ikinci ve önemli ayağı olarak telakki edilebilecek iktisat alanının, -özellikle son zamanlarda da bu çok belirgin- Amerika Birleşik Devletleri'ndeki, Avrupa Birliği'ndeki ve dünyadaki gelişmelere ve ülkemizdeki gelişmelere paralel olarak önümüzdeki yıllarda öne çıkacağını söylemek bir kehanet olmayacaktır. Önümüzdeki dönemde rekabet iktisadının, rekabet politikası belirlenmesi sürecinde daha önemseneceğini, daha etkili olacağını söylemek mümkündür.

Dünyanın ve ülkemizin içinde bulunduğu sürece de atıf yaparak söylemek mümkündür ki, kriz geçici, rekabet kalıcıdır; belki bugünler geçecek, ama rekabet hep kalacak.

İktisat temelli hem toplumsal, hem uluslararası tahlil ve değerlendirmeler rekabet hukuku ve politikasına yeni açılımlar kazandıracak ve aynı zamanda bir vizyon kazanmaya yol açacaktır.

Sayın Başkanımın ifade ettiği gibi rekabetle ilgili bir bilgi eksikliğinden söz etmek mümkün.

“Rekabet gücü”, hep üzerinde durulan bir konu. Rekabet gücünün önemini kimse inkâr etmiyor, her türlü zeminde hep konuşuluyor. Rekabet gücü tabii önemli ama en az bunun kadar rekabetçi, adil bir ortamın oluşturulması da önemlidir, adil bir rekabet ortamının oluşturulması ve işletilmesi de bir o kadar önemlidir. Hatta rekabet gücünün ortaya çıkması ve sürdürülebilirliği için adil bir rekabet ortamının, bir oyun kurallarından oluşan zeminin varlığı olmazsa olmaz bir nitelik arz eder. Rekabetçi bir ortamı oluşturma çabası, rekabetçi bir yapıyı oluşturma ve işletme çabası da rekabet gücünü elde etme ve rekabet gücünde başarılı olma konusundaki rasyonel ve savunulabilir duyarlılıklara da ilgisiz kalmamalı ya da biri diğerine ters düşmemelidir. Yani hukuki hassasiyet ile iktisadi zaruret birbiriyle ters düşmemeli, düşürülmemelidir.

Hâlen uygulamakta olduğumuz 4054 Sayılı Kanunun uygulamalarına, özellikle rekabet ihlallerine yönelik yaptığımız soruşturmalar ile birleşme ve devralmaların kontrolleri aracılığıyla devam etmekteyiz. Bu alanda yıllar içerisinde bir rekabet hukuku içtihadı, Türkiye uygulaması ortaya çıkmıştır. Ancak rekabet politikası, sadece hukuki zeminde, pozitif düzenlemelere göre verilen kararlarla

sınırlı değildir, sadece o kararlarla yetinilmesi söz konusu olmamalıdır. Rekabet hukuku, iktisadi etkinlik amacına hizmet edebildiği ölçüde anlamlıdır. Ekonominin gelişmesine, kaynakların rasyonel kullanımına, verimliliğe, teknolojiye, piyasalara girişin serbestleşmesine, kolaylaşmasına imkân verdiği ölçüde, toplumsal refahı arttırdığı ölçüde rekabet hukukunun anlamlı olduğunu, önemli olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla, konular ele alınırken dikkat edilen ekonomik temeller ya da arka plan ile verilen kararlar ve ortaya çıkan sonuçlar arasındaki ilişki önemlidir. Hukuk düzeni ya da hukuka uygunluk çabası ekonominin gerçekleri üzerine oturtulmalı, rekabet politikası sosyoekonomik hayatın iyileşmesine illa ki katkıda bulunmalıdır. Rekabetçi söylem ve ideal hukukun labirentinde -tabiri caizse, usul hukukunun, ben biraz onu öne çıkarıyorum- kaybolmamalı, ekonomik ve toplumsal düzlemde rekabetçi yapı ve işleyişi oluşturma hedefi ihmal edilmemeli, unutulmamalıdır. Hukuk düzeni; işe, eyleme ve ekonomik olaya meşruiyet kazandırırken maliyeti, verimliliği, kârı, büyümeyi, rekabet ortamını, rekabet gücünü ve benzeri kriterleri, benzeri hassasiyetleri göz ardı etmemelidir.

Affınıza sığınarak şöyle spekülâtif bir ifadede bulunmak istiyorum: Tanim gereği, hukukun muhafazakâr, iktisadın değişimci eğilimlere daha uygun olduğunu söylemek abartma olmayacaktır. Tabii ki bir ikameden söz edemeyiz. Hukukun iktisadi, iktisadın hukuku tamamlaması, bir alanın diğer alanı dışta bırakmaması gerektiği açıktır. Rekabetin, disiplinler arası yaklaşımı gerektirdiği bilinen bir husustur. Bu çerçevede, rekabet politikasının geliştirilmesi gereği ortaya çıkmaktadır.

Rekabet Kurumunun Başkanı, Kurumun bir mensubu olarak bu alanda katkı sağlayacak tüm çalışmalara minnet ve şükran duygularımızı her zaman ifade ediyor, imkânlarımız el verdiği ölçüde bu tür çalışmalarını desteklemeyi görevimizin bir gereği sayıyoruz.

Bu çerçevede, rekabet ekonomisi ve rekabet politikası vizyonunun gelişimine büyük katkı sağlayacağına inandığım bu sempozyuma, tebliğleri ile en büyük desteği veren tebliğ sahiplerine, Değerlendirme Kurulu üyelerine, çok sevgili hocalarıma, özellikle davetimizi kırmayarak Amerika Birleşik Devletleri'nden buraya gelen Federal Ticaret Komisyonu İktisat Bürosu Müdür Yardımcısı Doktor Mark Frankena'ya, ev sahibimiz Pamukkale Üniversitesinin çok Sayın Rektörüne, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültemizin çok Sayın Dekanına ve bu organizasyonda emeği geçen herkese teşekkür ediyorum. İki gün boyunca yapılacak oturumların Üniversitemiz için, Kurumumuz için, ülkemiz için faydalı olmasını diliyorum, herkese tekrar saygılar sunuyorum.



**Prof. Dr. Fazıl Necdet ARDIÇ**

*Pamukkale Üniversitesi Rektörü*

---

Sayın Valim, Sayın Rekabet Kurumu Başkanımız, değerli Sanayi Odası Başkanımız, değerli konuklar; Pamukkale Üniversitesi ve Rekabet Kurumunun ortaklaşa düzenlediği Rekabet Ekonomisi ve Politikası Sempozyumunda sizleri burada ağırlamak bizler için onur.

Ben, iktisat alanı dışından biri olarak rekabet konusunda çok fazla bir şey söyleyecek değilim; ama dünya düzeninin her alanda buna dayandığını biliyorum ve bunun adil yapılması gerektiğini biliyorum. Bu konuda da Rekabet Kurumuna güveniyoruz. Türkiye'deki en korkulan Kurum olduğunu biliyorum.

Bu sempozyumun düzenlenmesinde emeği geçen herkese çok teşekkür ediyorum. Bundan sonra da bu sempozyumun devamının Pamukkale Üniversitesinde olmasını diliyorum.

Bu sempozyumun hepiniz için yararlı olmasını dileyerek saygılar sunarım.



## Halil İbrahim ERTEKİN

*Denizli Vali Yardımcısı*

---

Çok değerli Rektörüm, Rekabet Kurumumuzun çok değerli Başkanı, Sanayi Odamızın çok değerli Başkanı, değerli hocalarımız, çok değerli öğretim üyeleri; Pamukkale Üniversitesine her gelişimde çok ayrı bir heyecan duyarım, çünkü Üniversite ortamında ve gördüğümüz, ilgilendiğimiz, Üniversitemizin ortaya koyduğu konular gerçekten heyecan verici, bizim de müteşekkir olduğumuz, onur duyduğumuz konular.

Sanayisiyle övündüğümüz, ekonomisiyle övündüğümüz Denizli’de böyle bir çalışma ayrıca anlamlı. Dünyada ve Türkiye’de krizin yaşandığı bir konjonktürde tekrar rekabeti gündeme getiren, rekabet ekonomisini gündeme alan bir çalışma da bence mânîdar.

Burada çok güzel konuşmalar yapıldı, konuya değinildi. Belki buradaki arkadaşlarımızın çoğunun uzmanlık alanı bizden daha iyi.

Rekabet deyince kısaca bende bıraktığı çağrışım şu: 1980’li yıllarda, 1980 öncesi çok büyük paralar vererek aldığımız o külüstür arabalar ve teknolojik anlamda çok eski buzdolapları akla geliyor. 1980 sonrasında beraber daha liberal, dışa açık ekonominin ortaya konmasıyla beraber, Türkiye’nin de rekabete katılımıyla beraber, şu anda belki de bizim hayal bile edemeyeceğimiz çok kaliteli, güzel arabalara binme imkânının elde edilmesi, teknolojinin her türlü imkânından istifade edilmesi de ayrıca, rekabetin önemi konusunu gündeme getiriyor.

Türkiye gerçekten zamanında dışa açılmakla, uluslararası aktörlerden birisi olmakla önemli bir mesafe almıştır. Bizim de, hem yerel, il bazında, ulusal bazda, rekabet ortamının iyi oluşması, -ki son dönemde biz Denizli olarak, haksız bir rekabetten ağzımız yandı, Teşvik Yasasında Denizli’nin kapsam dışı kalması dolayısıyla, “bu Denizli’ye yapılan bir haksızlık” diye 3-5 yıldır, Sanayi Odamızın Başkanı da dahil olmak üzere hep gündeme getirildi- aktörlere eşit koşulların sağlanması ve bu koşullar altında şirketlerimizin, firmalarımızın kendi dinamizmini ortaya koymaları, ki Denizli olarak biz kendimize güveniyoruz, sanayimize güveniyoruz, müteşebbis insanlarımıza, firmalarımıza güveniyoruz, çünkü uluslararası arenada kendini ispat etmiş, artık marka olmuş bir kent... Böyle bir çalışmanın hem Pamukkale Üniversitesiyle yapılması, -Rekabet Kurumu Başkanımıza teşekkür ediyorum- hem Denizli’de yapılması gerçekten çok anlamlı. Bunun



kurumsallaşmasıyla beraber bunun katkısını, faydasını hep beraber göreceğimizi ümit ediyorum.

Böyle bir çalışma ortaya koydukları için Rekabet Kurumu Başkanımıza, Üniversitemizin her türlü yeni çalışmasına destek veren çok değerli Rektörümüze, değerli hocalarımıza en içten teşekkürlerimi sunuyorum.

Sempozyumun başarılı geçmesi dileğiyle en içten sevgi ve saygılarımı sunuyorum.

**REKABET EKONOMİSİ ve POLİTİKASI  
SEMPOZYUMU-1**

*14-15 Kasım 2008*

*DENİZLİ*

---

**I. OTURUM**

**Oturum Başkanı**

Doç. Dr. İzak ATİYAS



## **Doç. Dr. İzak ATİYAS**

*Oturum Başkanı*

---

Sayın Vali, Sayın Rektör, Sayın Rekabet Kurumu Başkanı, Sayın Sanayi Odası Başkanı ve değerli katılımcılar; ben de tabii ki hem Rekabet Kurumuna, hem de Pamukkale Üniversitesine, hele bir iktisatçı olarak, böyle bir ilki başlatmaları için derin şükranlarımı sunuyorum. Gerçekten bu çok değerli bir atılım oldu.

Dikkat edeceksiniz belki; bu ilk sempozyumda sunulacak tebliğler de genelde, ekonomi alanının, ekonomi disiplininin rekabet hukuku uygulamalarına, rekabet politikası uygulamalarına nasıl destek olabileceği genel konusu üzerinde duran tebliğler gibi duruyorlar.

Her şeyden önce, ilk tebliği sunacak olan Sayın Doktor Mark Frankena hakkında size biraz bilgi vermek istiyorum. Doktor Frankena, Massachusetts Institute of Technology'den Ekonomi Doktorasını aldı. Önce Western Ontario Üniversitesinin Ekonomi Bölümünde Öğretim Üyesi olarak çalıştı. 1982'de Federal Ticaret Komisyonuna girdi ve İktisat Bürosunda Antitröst Müdür Yardımcısı olarak görev yaptı. 1988'de bir süre masanın öbür tarafına geçti; bir iktisadi danışmanlık firmasında yine antitröst alanında çalıştı. 2001'de Federal Ticaret Komisyonuna tekrar geri döndü ve Antitröst Bölümünün Müdür Yardımcısı olarak orada görevine devam ediyor. Onun altında çalışan yaklaşık 60 tane iktisatçı, mali analist, araştırmacı var. Meslektaşlarıyla birlikte bir taraftan birleşmelerin rekabet açısından sonuçlarını inceliyorlar, aynı zamanda iktisadi raporlar hazırlıyorlar. Lütfen buyurun Sayın Doktor Frankena.



## İKTİSATÇILARIN REKABET OTORİTESİNE KATKILARI

**Dr. Mark W. FRANKENA**

*ABD Federal Ticaret Komisyonu Antitröst Bölümü Müdür Yardımcısı*

---

**Dr. Mark W. FRANKENA-** Değerli Konuklar, öncelikle hepimize günaydın diyorum ve Pamukkale Üniversitesi, Rekabet Kurumu ve bu çok değerli sempozyumun düzenlenmesinde yer alan herkese beni davet ettikleri için teşekkür ediyorum. Türkiye’de bulunmak benim için büyük bir onur. İlk defa Türkiye’ye geliyorum. Bu benim için çok ilgi çekici bir deneyim.

Bugün sizlere Federal Ticaret Komisyonu’nda (FTC) ekonominin rolünden bahsedeceğim. Bu bağlamda, anlattıklarımı kendi deneyimlerinize ilişkilendirebileceğinizi umuyorum.

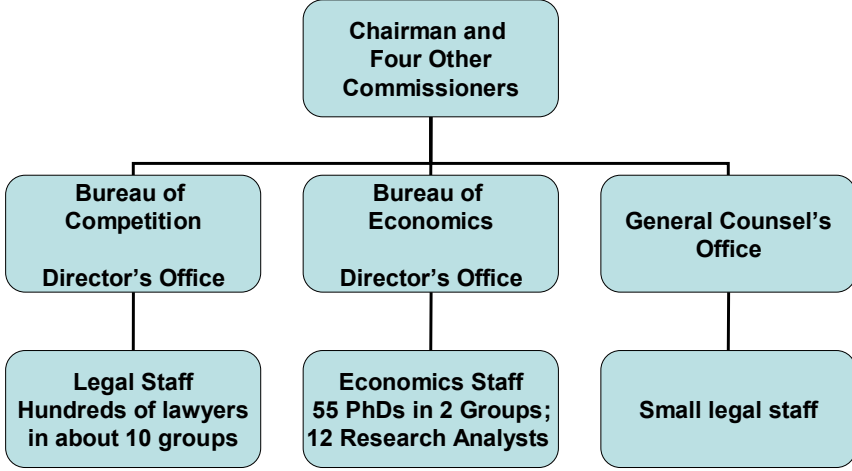
Bugün üç konuya değineceğim. İlk olarak, FTC’nin rekabet alanındaki çalışmalarından bahsedeceğim. İkinci olarak, ekonomistlerin bir antitröst kurumuna ne gibi katkıda bulunabileceğine değineceğim. Bu konuda anlatacaklarımı, FTC’deki deneyimlerim ve danışmanlık yaptığım süre içerisinde elde ettiğim deneyimler üzerine temellendireceğim. Son olarak, ekonomistlerin azami düzeyde katkıda bulunmasını sağlamak için ne tür bir teşkilat yapısına ve usule ihtiyaç duyulduğundan bahsedeceğim.

### **Today’s Topics**

1. FTC’s competition mission.
2. What do economists contribute at a competition agency?
3. What organizational structures and practices enable economists to make their greatest contribution?

FTC’nin rekabet alanındaki çalışmaları ile konuşmama başlamak istiyorum. Burada teşkilat yapısını gösteren bir şema görüyoruz:

# FTC Competition Organization



En üstte, bir başkan ve dört komisyon üyesinden oluşan bir komisyon yer alıyor. Başkan ve komisyon üyeleri ABD Başkanı tarafından atanmaktadır. Bu komisyonun altında rekabet meselelerine ilişkin çalışmalar yürüten üç farklı grup yer almaktadır. Bunlardan ilki olan Rekabet Bürosu, inceleme ve yürütmeden sorumlu avukatlardan oluşmaktadır. Bu görevleri yerine getiren birkaç yüz avukat bulunmaktadır. Bu avukatlar, sektör veya problem türüne göre yaklaşık on gruba ayrılmaktadır. İkinci olarak, benim görev aldığım Ekonomi Bürosu gelmektedir. Bu büronun en üstünde Yönetim Ofisi bulunmaktadır. Yönetim Ofisi, benim de aralarında bulunduğum altı kişiden oluşmaktadır. Ben rekabet meseleleri üzerinde çalışan ekonomi alanında uzman personelin denetlenmesinden sorumluyum. Burada da gördüğümüz gibi Ekonomi Bürosu'nda çalışan ekonomistlerden 55 tanesi doktora derecesine sahiptir. Ekonomi alanındaki çalışmaların büyük bir bölümü, bu kişilerin sorumluluğundadır. Bu ekonomistler iki gruba ayrılmıştır. Genellikle veriler üzerinde çalışan üniversite mezunu 12 asistan, ekonomistlere çalışmalarında yardımcı olmaktadır. Son olarak, Baş Hukuk Müşavirliği, federal mahkemelerde ele alınan rekabet meseleleri üzerinde çalışan çok küçük bir gruptan oluşmaktadır. FTC'de ele aldığımız meselelerin büyük çoğunluğu nihai olarak mahkemelerde karara bağlanmaktadır.

## FTC Competition Mission Enforcement

### • Enforce competition laws

- Anticompetitive mergers
- Anticompetitive horizontal agreements
- Anticompetitive foreclosure of competition
- NOT price regulation
- NOT criminal: department of Justice does criminal

FTC complaints are often decided by courts, and FTC decisions following administrative trials frequently are appealed to, and sometimes reversed by, courts.

Bu çerçevede, çalışmalarımızın temelini rekabet karşıtı birleşmeler oluşturmaktadır. Birleşme analizlerinin çalışmalarımızın önemli bir bölümünü oluşturması nedeniyle, ABD'nin bu alanda farklılık gösterdiğine inanıyorum. Diğer yargı alanlarında durumun daha farklı olduğunu düşünüyorum. Bunun yanı sıra, rekabet karşıtı anlaşmalar ve büyük şirketlerin eylemleri neticesinde rekabetin engellenmesi gibi meseleleri de ele almaktayız. Fiyat düzenlemesi yapmıyoruz. FTC rekabet karşıtı olan cezai meseleleri ele almamaktadır. ABD'de kartel faaliyetleri cezai eylemler olarak kabul ediliyor. Kartel faaliyetlerinden suçlu bulunursanız, hapse girersiniz veya büyük cezalar ödersiniz. Tüm bu meselelerle Adalet Bakanlığı ilgileniyor.

Önemli bir faaliyet olan yürütmenin yanı sıra rekabet savunuculuğu rolünü de üstlenmiş durumdayız. Eyalet yönetimleri gibi çeşitli yönetim seviyeleri için görüşler hazırlıyoruz ve bu görüşleri diğer federal kurumlara ulaştırarak bu kurumlarda ele alınmakta olan düzenlemelerin rekabet üzerindeki etkilerine ilişkin tavsiyelerde bulunuyoruz. Örneğin, bir eyalet yönetimi herhangi bir düzenlemeyi ele aldığı anda biz, bu düzenlemenin tüketicilerin yoksullaşmasına neden olabileceğini ve bunun kabul edilmemesi gerektiğini belirten görüşler hazırlayabiliyoruz.

Üzerinde çalıştığımız başlıca üçüncü alan ise araştırmadır. Araştırmalar, ekonomistlerimiz tarafından gerçekleştirilen akademik araştırmaları içerir. Bunun yanı sıra sektörlere veya başlıca problemlere ilişkin araştırmalar da yapıyoruz. Kongre'nin talebi üzerine raporlar yayınlıyoruz. Konferanslar ve sempo-



yumlar düzenliyoruz ve ekonomi alanında güncel bilgileri takip ettiğimizden ve yaptığımız çalışmaların akademik topluluk tarafından anlaşıldığından emin olmak amacıyla bu organizasyonlara akademik çalışmalar yürüten ekonomistleri davet ediyoruz.

Bugün ikinci olarak, ekonomistlerin bir antitröst kurumuna ne gibi katkılarda bulunabileceğinden bahsetmek istiyorum.

## **Economic Analysis is Central in Competition Investigations**

- A competition agency should base its decisions on analyses of how changes in market structure, agreements among businesses, and various types of business conduct are likely to affect competition and prices in markets, and therefore consumer well-being.
- Competition cases are complex, and competitive effects depend on the specific facts of each case.

FTC’de faydalı olabilecek ne gibi faaliyetler yürütüyoruz? İlk olarak, herhangi bir rekabet incelemesinde ekonomik analizin ne kadar önemli olduğunun anlaşılmasından bahsedebiliriz. Bir rekabet otoritesinin aldığı kararların; piyasa yapısında, işletmeler arasındaki anlaşmalarda ve çeşitli iş ilişkilerinde meydana gelen değişikliklerin rekabet ve piyasadaki fiyatlar üzerine olan etkilerini ele alan analizler üzerine temellendirilmesi gerektiğine inanıyorum. Buradaki nihai amaç, bu değişikliklerin mal ve hizmetler açısından tüketicilerin refahını nasıl etkilediğini ortaya çıkarmaktır. Nihai amaç budur. ABD’de nihai amaç rekabeti korumak değildir, önemli olan tüketicilerin refahıdır. Bunun yanı sıra, rekabet davalarının oldukça karmaşık olduğunu ve bir anlaşmanın veya bir birleşmenin rekabet üzerindeki etkilerinin davaya özgü pek çok etkene bağlı olduğunu düşünüyorum. Bu durum, her yeni birleşme için yeniden dikkatli bir değerlendirme yapmamız gerektiğini gösteriyor. Değerlendirmemizi geçmiş deneyimlerimiz üzerine kuramayız. Söz konusu birleşmeye ait mevcut bilgileri ele almalıyız.

Ekonomistlerimiz bu aşamada neden önemli? Bu konuda dört noktaya değineceğim.

## Why Economists are Valuable

- **Trained in Analysis of Markets:**

Microeconomic analysis of effects of changes in market structures, business conduct, and government intervention on competition, prices, and well-being of consumers.

- **Trained in Statistics & Econometrics:**

Analysis of data to test hypotheses and reach conclusions based on evidence of effects.

- Econometric studies have become increasingly important as larger electronic data sets (e.g., scanner data for supermarkets, pricing data for hospitals) have become available.

İlk olarak, ekonomistler piyasa analizi eğitimi alırlar. Tabii ki, rekabet de piyasalarda yaşanan bir süreçtir. Rekabete ilişkin gerçekleri anlamak istiyorsanız, piyasa hareketlerini nasıl analiz edeceğinizi bilmeniz gerekir. Mikro ekonominin yaptığı şey tam olarak budur. Okulda mikro ekonomi dersi alırken, piyasada bir alandaki değişikliğin diğer alanı nasıl etkilediğini ve dolayısıyla piyasa yapısındaki bir değişikliğin veya belirli bir anlaşmanın fiyatları etkilemesinin mümkün olduğunu öğrenirsiniz.

Şimdi sizlere biraz daha ekonomiden bahsedeceğim. Ekonominin en önemli alanlarından bir tanesi, piyasa performansı analizidir. Burada piyasa performansı derken şirketlerin üretim ve yatırım seviyelerine ilişkin kararları, tüketicilerin ne satın alacaklarına ilişkin kararları ve fiyat seviyelerini kastediyorum. Piyasa performansı, her şeyden önce mal ve hizmetler açısından tüketici refahını içerir. Mevcut ampirik iktisat literatüründeki ekonomi araçları, birleşmeler ve şirketler arasındaki anlaşmalar dahil olmak üzere piyasa yapısındaki değişikliklerin, piyasada büyük paya sahip şirketlerin hareketlerindeki değişikliklerin ve hükümet düzenlemelerindeki değişikliklerin fiyatlar ve tüketici refahı dahil piyasa performansını nasıl etkilediğinin analizi ve tahminini mümkün kılacak düzeyde gelişmiştir. Bu ekonomik meseleler, bir rekabet kurumunun ele alacağı meselelerdir. Tüketicilerin piyasa gücü konusunda endişe duymasına sebep olan pek çok mesele, yalnızca hukuki analizler kullanılarak güvenilir bir şekilde karara bağlanamaz.

Hukuki analizin yanı sıra, bir ekonomik bir analiz de yapılması gerekmektedir. Bu çerçevede, ekonomistlerin ve avukatların birlikte çalışması önem taşımaktadır ve bizim FTC’de yaptığımız şey tam olarak budur. Daha sonra bu konuya yeniden değineceğim.

Ekonomistlerin önem taşımalarının ikinci sebebi, ekonomistlerin büyük çoğunluğunun ekonomi, istatistik ve ekonometri eğitimi almış olmasıdır. Bunlar; fiyatlar, üretim ve şirket sayısı gibi büyük veri setlerinin analizinde kullanılan araçlardır. Sistemli verilere sahip olduğunuz her durumda, bu istatistik araçlarını kullanarak bu verileri analiz etmeye çalışabilirsiniz. Bugünlerde pek çok ekonomist bu alanda eğitim alırken diğer meslek dallarından kişiler bu alanda eğitim almamaktadır. Bu nedenle, FTC’de görev alan ekonomistlerin üstlendiği önemli bir rol, rekabet üzerindeki etkilere ilişkin bilgi edinmek amacıyla toplanan her türlü bilgiyi analiz etmektir.

## Why Economists are Valuable ~ 2

- **Trained to Understand & Evaluate Economics Literature:**  
Evaluate whether theoretical models and empirical findings are relevant to the facts of the case.
- **Trained to Exchange ideas with Economic Consultants:**  
Economists can discuss technical economics and econometrics issues with consultants for the agency and for the parties being investigated.

Ekonomistlerin önemli olmasının üçüncü sebebi, ekonomistlerin ekonomi literatürünü anlamak ve değerlendirmek için eğitilmiş olmalarıdır ve çoğu zaman davaları analiz etmenize yardımcı olacak bilgilere literatürden ulaşabilirsiniz.

Ekonomistlerin önemli olmasının dördüncü sebebi, ekonomistlerin diğer ekonomistlerle bilgi alışverişinde bulunmak üzere eğitilmiş olmalarıdır ve en azından ABD’de ekonomi danışmanları yoğun bir şekilde kullanılmaktadır. Ne zaman bir şirket FTC tarafından incelemeye alınsa söz konusu inceleme için danışman olarak ekonomistler istihdam edilmektedir. Bu ekonomistlerin çoğu, daha önceden FTC veya Adalet Bakanlığı için çalışmış kişilerdir. Örneğin, ben FTC için altı yıl görev yaptıktan sonra 13 yıl boyunca danışman olarak çalıştım ve daha sonra FTC’ye geri döndüm. Yedi yıldır FTC için çalışıyorum. Bu kişilerin birbirleriyle iletişim halinde olmaları büyük önem taşıyor.

Şimdi yürütme ve yürütmenin aşamaları konusuna dönmek ve ekonomistlerin bu süreçte nasıl bir rol oynadığından bahsetmek istiyorum.

## **Stages of Enforcement at FTC**

### **Case Selection**

1. Investigation
2. Commission decision on whether to issue a complaint alleging “reason to believe” there is a competition law violation.

### **Settlement or Trial**

3. Settlement negotiations
4. Judicial or administrative trial and appeals .

Süreç, her zaman vaka seçimi ile başlıyor. Bu noktada ilk aşamada bir inceleme gerçekleştiriliyor ve ardından Komisyon’un bir antitröst ihlalinin söz konusu olup olmadığına karar vermesi gerekiyor. Süreç burada sona ermiyor çünkü sorunun çözüme kavuşturulması için taraflar arasında görüşme yoluyla bir anlaşmaya varılmaya çalışılıyor. Bu şekilde, sorun uzun zaman alan adli karar ile karşılaştırıldığında çok daha kısa bir sürede çözüme kavuşturulmaktadır. Çoğu zaman, FTC Komisyonu ve diğer tarafların danışmanları ve avukatları, bir birleşmenin söz konusu olduğu durumlarda, belirli varlıkların satılmasıyla rekabet sorununun çözüme kavuşturulabileceği konusunda anlaşmaya varmaktadır. Davalardan yüzde 90’ının bu tür görüşmeler yoluyla çözüme kavuşturulduğunu söyleyebiliriz. Daha sonra, bu görüşmeler mahkemelerde yürürlüğe girmektedir ve böylece bir anlaşmaya varılmakta ve taraflardan bu anlaşmaya riayet etmeleri beklenmektedir. Tarafların bu anlaşmalara riayet etmemesi halinde, hukuki sorun yaşanır. Davaların yüzde 10’dan fazla olmamak üzere yaklaşık yüzde 5’inde dava mahkemede sonuçlanmaktadır ve dava Komisyon tarafından yürütülse bile karar verecek olan mahkemedir.

İnceleme sırasında, genellikle iki ekonomist görevlendiriyorum. Bu ekonomistlerin en azından bir tanesi, istatistik ve ekonometri alanında eğitim almış bir ekonomist oluyor. Böylece, elimizde verilerin bulunması halinde görevlendirilen ekonomist bu verilerin analiz edilmesi için kullanılacak araçların tümünü biliyor.

Ekonomistler avukatlarla ekip halinde çalışıyor – genellikle iki ekonomist ve altı avukat. Ekonomistler ve avukatların birlikte çalışırken yaptıkları ilk şey, birleşme veya anlaşmanın tüketiciler üzerinde nasıl bir yan etkisi olabileceğine ilişkin ekonomik ilkeler üzerine temellendirilmiş kuramlar geliştirmektir. Bunun ardından, ekonomistler ve avukatlar, rekabet üzerindeki etkileri incelemek için bir araya gelerek ne tür kanıtların faydalı olacağına, kimlerle görüşme yapılacağına, hangi belgelerin talep edileceğine ve hangi bilgilerin toplanacağına karar verirler. FTC bu bilgilerin tümünün elde edilmesini mümkün kılacak kapsamlı bir yasal güce sahiptir. Fiyatlar ve üretime ilişkin büyük veri setlerine sahip olduğumuz davalarda, ekonometri alanında eğitim almış ekonomistler bu verileri analiz ederek sürece çok büyük bir katkı yaparlar. Bu alan, özel olarak eğitim gerektiren bir alandır ve bu nedenle veri setlerinin analizi ekonomistler tarafından yapılır.

İnceleme sırasında, incelemeye tabi olan taraflar danışmanlar tutar ve Komisyonu hiçbir sorun olmadığı konusunda ikna etmek amacıyla bu danışmanlar ekonomik analizler gerçekleştirerek bunları FTC'ye sunarlar. Bu nedenle, ekonomistlerin önemli bir rolü, tarafların sunduğu analizleri incelemek ve bunlara ne kadar ağırlık verilmesi gerektiğine karar vermektir. Bu sürecin sonunda, kurumun ekonomistleri ve avukatları bir araya gelerek mevcut deliller temelinde rekabetin olumsuz etkilenip etkilenmediğine karar verirler. Ben ekonomistlerin yaptığı en büyük katkının avukatlarla bu düzeyde birlikte çalıştıklarında ortaya çıktığına inanıyorum çünkü bu kişiler yıllardır birlikte çalışan kişilerdir. Birbirlerini tanıyorlar. Ekonomi ile ilgili bir mesele söz konusu olduğunda, ekonomistler ekonomik analizlerle katkı sağlayabilir ve verilerle ilgili bir mesele olduğunda bu verileri analiz edebilirler.

İnceleme sonrasında, Komisyon tarafından bir karar alınır. Burada bana göre önemli ve ilgi çekici olan konu, personel tarafından Komisyona dört tane memorandum gönderilmesidir. İlk olarak, hukuki personel bir memorandum gönderir. İkinci olarak, hukuki yönetim bir rapor gönderir. Tavsiyeleri de içeren üçüncü raporu ekonomi alanında çalışan personel gönderir. Son olarak, benim grubum olan Ekonomi Bürosu Yönetim Ofisi tavsiyelerle birlikte bir rapor gönderir. Burada dikkate alınması gereken nokta, ekonomistlerin ve avukatların bir ekip olarak incelemeyi birlikte gerçekleştirmelerine rağmen inceleme sonrasında ayrı raporlar hazırlamaları ve bu raporları Komisyona sunmalarınıdır. Yönetimin bu raporları onaylamaması halinde yönetim ayrı bir memorandum hazırlayarak neden personel ile aynı görüşte olmadıklarını bildirir. Buna karşın, personelin Komisyonda doğrudan söz hakkı bulunmaktadır. Böylece ekonomistler avukatlar için değil, avukatlarla birlikte ve eşit koşullarda çalışmaktadırlar.

İlgi çekici olan bir başka konu da, bu dört memorandum arasında uyumsuzluklar görülebilmektedir. Bazı durumlarda, hukuki yönetim hukuki personelin görüşlerini onaylamaz. Bazı durumlarda, ekonomistlerin yöneticileri personellerinin görüşlerini onaylamaz. Çoğu durumda, ekonomistler bir grup olarak avukatların görüşlerine karşı çıkar. Bu nedenle, komisyon üyeleri, bu memorandumlara ek olarak incelemeye alınan taraflar, onların avukatları ve ekonomistlerle görüşmeler gerçekleştirir. Bu sürecin tamamlanmasının ardından, Komisyon bir eylemin incelenmesine yönelik bir şikâyeti oylamaya sunabilir. Bir şikâyetinde bulunulduğunda, ilk olarak personel bir anlaşmaya varmaya çalışır ve ekonomistler ve avukatlar anlaşmanın kabul edilmesine ilişkin görüşlerini ayrı raporlarla Komisyona iletirler. Anlaşmaya varılması halinde, mahkemeye gidilir ve burada da ekonomistler ve avukatlar bir araya gelerek bir ekip halinde mahkeme için hazırlanırlar. Bu noktada, ekonomistlerin konuyu destekleyip desteklemedikleri önem taşımamaktadır. Bu noktada, ekonomistler davayı kazanmaya çalışırlar. ABD hukuk sisteminde çok fazla ekonomik girdiye ihtiyaç duyulmaktadır. Mahkemede coğrafi pazarı veya ürün pazarını tanımlayacak ve rekabet üzerindeki etkilerin nasıl analiz edileceğini açıklayacak bir ekonomist bulunmalıdır.

Mahkemede bu tür karmaşık konuları açıklamak ayrı bir beceri gerektirmektedir. Bazı durumlarda, kendi ekonomistlerimizi kullanıyoruz ancak çoğu zaman ekonomistlerimiz mahkemenin stresli ortamına girmek istemiyor. Bu gerçekten çok stresli bir iştir. Bu konuda uzman olan başka kişiler var. Bu nedenle, ABD antitröst sisteminde ekonomi uzmanları ve danışmanlık firmalarından faydalanıyoruz. Bu süreçte, FTC ekonomistleri, uzman raporlarını inceliyor ve avukatlara incelemeye alınan tarafların ekonomi uzmanlarının sorgulanmasında yardımcı oluyor.

Böylece yürütme tamamlamış oluyor. Bir sonraki adım rekabet savunuculuğudur.

## Competition Advocacy

- FTC staff provides written advice to other US agencies and levels of government in the US on the impact of regulations and other activities that are likely to affect competition.
  - This advice is often based on the results of economic studies by FTC staff and others.
  - Advice to electricity regulators on how to analyze market power and remedy market power problems.
  - Advice to state government agencies on the competitive effects of regulations relating to health care

Daha önce de belirttiğim gibi rekabet savunuculuğu hükümet seviyesindeki diğer kurumlara tavsiyeler yazılmasını içerir. Bu tavsiyeler, çoğu zaman düzenlemelerin etkilerine ilişkin ekonomik araştırmalara dayandırılır. Ekonomistler, yazılacak tavsiyeler için nelerin kullanılabileceğini görmek amacıyla araştırma yapmaktan ve üniversiteler tarafından yazılan tavsiyelerin anlaşılmasından sorumludur.

FTC ayrıca mahkemelere de tavsiyelerde bulunur. Bu görev, Baş Hukuk Müşavirliği tarafından yerine getirilir. Bu uygulama, FTC'nin dahil olmadığı meseleler için geçerlidir. Rekabet hukukuna ilişkin önemli bir meselenin söz konusu olması halinde FTC mahkemeye görüş vererek mahkemenin meseleyi nasıl analiz etmesi gerektiğine ilişkin önerilerde bulunur. Bu meselelerin çoğunda ekonomi önemli bir rol oynadığı için ekonomistler bu konu üzerinde de çalışır.

Son olarak, bugün ekonomi alanında kaydedilen ilerlemeyi yakından takip etmek amacıyla araştırmalara büyük önem veriyoruz.

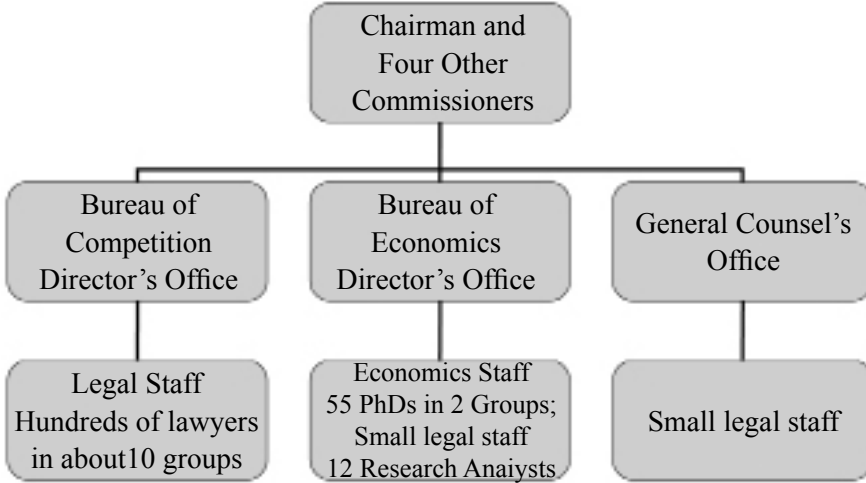
## Research

- Economists carry out research relating to competition, publish scholarly articles in refereed journals, present their research at conferences, and keep abreast of research done outside the agency.
  - The FTC gives economists research time as other work permits, buys relevant data, and provides computer facilities.
  - Retrospective analyses of past merger enforcement actions.

Ayrıca, bildiğiniz gibi rekabet alanında hazırladığımız yorumlar ve diğer kurumlar veya Kongre'nin talebi üzerine hazırladığımız raporlar için kullanabileceğimiz bilgilere erişim açısından da araştırma yapmak bizim için büyük önem taşıyor.

Şimdi üçüncü konudan bahsedeceğim. Üçüncü konu, ekonomistlerin bir rekabet kurumuna azami katkıda bulunmalarını sağlamak için ne tür bir teşkilat yapısına veya uygulamalara ihtiyaç duyulduğu ile ilgilidir. Burada da FTC'deki deneyimlerimden yola çıkarak kendi görüşlerimi sizlere aktaracağım. Bu alanda başarılı sonuçlar alınmasını sağlayan farklı organizasyon yapıları da bulunabilir. Bunlar sadece kendi çalışmalarım neticesinde çıkardığım dersler.

## FTC Competition Organization



Burada gördüğümüz ve benim önemli olduğuna inandığım konu, Ekonomi Bürosu'nun avukatlar için değil, avukatlarla birlikte çalışmasıdır. Sonuçta, nelerin kanıt olduğuna, rekabet üzerindeki etkilerin neler olduğuna, faaliyetin tüketicilere zarar verip vermediğine karar verecek olan ekonomistlerdir ve bu analizleri doğrudan Komisyona sunarlar. ABD'de ekonomistlerin tüm kurum geneline yayıldığı ve avukatlar için çalıştığı kurumlar da bulunmaktadır. Örneğin, hukuki işlerden sorumlu her grupta, o grup için çalışan bir ekonomist bulunabilir. Bu durumda, ekonomistler kurumda söz hakkına sahip değildir. Buna karşın, biz kendi teşkilat yapımızın oldukça iyi bir şekilde çalıştığını düşünüyoruz. Bu teşkilat yapısı, Adalet Bakanlığı tarafından da kullanılıyor. Böylece sunumumu tamamlamış bulunuyorum. Çok teşekkür ediyorum.





## SORU VE CEVAPLAR

---

**Bir Katılımcı-** Çok keyif aldığımız bu güzel sunu için çok teşekkür ediyorum. Oradaki sistem anlamında, özellikle hukukçuların ve iktisatçıların bir arada çalışmaları çok önemli. Son dönemde Amerika'daki krizle beraber devletin, Federal Hükümetin büyük firmalara veya bankalara olan desteği rekabet anlamında nasıl değerlendirilecek veya bu anlayış gelecekte nasıl şekillenecek? Teşekkür ediyorum.

**Dr. Mark W. FRANKENA-** Bu, benim üzerinde çalıştığım bir konu değil. Finansal meseleler bizim çalışmalarımızın kapsamı dışında ve ben bu konuda bir eğitim almadım.

**Oturum Başkanı-** Başka sorusu olan var mı? Buyurun Hasan Hoca.

**Doç. Dr. Hasan ERSEL (Sabancı Üniversitesi Öğretim Üyesi)-** Ben bir şeyi merak ettim. Ben iktisatçıyım. Hukukçularla beraber çalışmak şansını veya şanssızlığımı elde ettim. Bu ortak dili nasıl oluşturuyorsunuz? Biliyorum, Amerika'da iktisat ve hukuk eğitimi ülkemizden çok daha ileri ama iktisatçılar ve hukukçular farklı diller konuşurlar. Acaba iktisatçılarımızın bir miktar hukuk öğrenmesini istiyor musunuz? Bunun tersini de düşünebilirsiniz.

**Dr. Mark W. FRANKENA-** Ben hukuk alanında bilgi sahibi değilim. Personel tarafından hazırlanan tüm ekonomik memorandumları gözden geçiriyorum ve hukuki tavsiyelerde bulunulmuşsa bunların çıkartılmasını istiyorum. Biz hukuk alanında yorum yapmıyoruz. Başka türlü bu işi yürütmek mümkün değil. Hukukçuların da ekonomi alanında çalışmaları gerekebiliyor. Onların ekonomiyi anlamalarını sağlamaya çalışıyoruz ve çalışanlar bu konuda farklılık gösteriyor. Bazı hukukçular ekonomiyi anlamıyor, bazıları ekonomiyi anlamak istemiyor. Bazıları ise ekonomistlerle çalışmayı sevmiyor. Diğer taraftan, ekonominin çalışmalarına katkı sağladığını gören avukatlar da var. Avukatların ekonomistleri dikkate almasının bir sebebi, bunu onlardan Komisyon Başkanının istemesidir. Tabii ki, bu durum Başkanın kim olduğuna göre değişir. Bazı durumlarda, "Ekonomik analiz olmadan çalışmayı görmek istemiyorum" diyen bir Başkan olabilir. Örneğin, 2001 ve 2003 yılları arasında başkanlık yapan Tim Muris bu tür bir bakış açısına sahipti. Şu anda, durum böyle değil.

Diğer konu ise sonuçta taraflar mahkemeye gidebilir ve bu durumda, FTC personelinin faaliyetin rekabet karşıtı etkileri olduğu konusunda hâkimi ikna et-

mesi gerekebilir. Bu noktada, ekonomistlerin tanıklığına ihtiyaç duyulur. Avukatlar ekonomistlerin rolünü göz ardı ederse büyük bir hata yaptıklarını sonradan fark edeceklerdir. Ekonomistler bir kanıtın işe yaramayacağı konusunda avukatları uyardığında dikkatli avukatlar onlara kulak verecektir. Sonuçta, avukatlar mahkemede kendilerini temsil edecek ekonomik danışmanlara ihtiyaç duyacaktır. Bu nedenle, avukatlar ekonomistlerle birlikte çalışmak zorundadır. Ne var ki, ben bu durumun zaman içerisinde büyük değişiklik gösterdiğine inanıyorum. Son yıllarda ekonomistlerin rolü oldukça değişti. Bence ekonomistlere olması gerektiği kadar önem verilmiyor. Yine de biliyorsunuz benim bu noktada tarafsız olmam mümkün değil çünkü ben de bir ekonomistim. Bu konuda farklı görüşler olabilir. Genel olarak, bizim personelimiz birlikte iyi bir iş çıkartıyor. Bizler arkadaşız. Çoğumuz en az 5-10 yıldır birlikte çalışıyoruz ve bu yüzden birbirimizi tanıyoruz. Bu nedenle, başarılı bir şekilde çalışmalarımızı sürdürüyoruz.

**Prof. Dr. Erdal TÜRKKAN (Rekabet Kurumu Başkan Başdanışmanı)-** Bu değerli analiz için çok teşekkür ederiz Sayın Mark. Sizin, Ekonomik Grubunuz acaba sektör analizleri de yapıyor mu? Birleşmelerin incelenmesi dışında neler yapıyorsunuz? Özellikle de İngiltere’de “market investigation regime” denilen pazar araştırması ya da incelemesi rejimi diye bir rejim var; sizin Grubunuzda buna benzer analizler yapılıyor mu?

**Dr. Mark W. FRANKENA-** İngiltere kadar fazla sektör çalışması yapmıyoruz. Genellikle petrol sektörü ile ilgili çalışmalar yapıyoruz çünkü petrol fiyatları ne zaman yükselse, “Siz üzerinize düşeni yapmadınız. Piyasada hâkimiyet kurdular.” gibi yorumlarda bulunuluyor. Biz de harekete geçiyoruz ve incelemeler yapmaya başlıyoruz. Bu incelemeler yaklaşık bir yıl sürüyor. Genellikle durum sadece kaynakların kıt olması sonucunda ortaya çıkıyor. Söylemek istediğim, fiyatlar dünyanın her yerinde yüksek ancak siyasi nedenler yüzünden bu konuda bir rapor hazırlamamız gerekiyor. Bu nedenle, neredeyse her yıl petrol endüstrisine ilişkin bir rapor hazırlıyoruz.

FTC’nin uzmanlık alanlarından bir tanesi enerji sektörüdür. Diğer bir uzmanlık alanımız da sağlık sektörüdür. Örneğin, orijinal ilaçlar ile jenerik ilaçlar arasındaki rekabete ilişkin bir çalışma gerçekleştirdik. Bu sürecin nasıl işlediğini inceledik ve bu alanda analizler gerçekleştirdik. Yani, bu alanda bir çalışma gerçekleştirdik. Hastanelerin birbirleriyle nasıl rekabet ettiklerini ve aynı şehirdeki iki hastanenin birleşmesini nasıl değerlendirmemiz gerektiğini incelemeye çalıştık. Bu çalışmamız devam ediyor ancak bu araştırmanın bir parçası olarak geriye dönük analizler gerçekleştirdik. Geçmişte gerçekleşen hastane birleşmelerine

baktık. Bu çalışma, yürütme amaçlı değildi. Amacımız, bu birleşmelerin fiyatlar-  
da artışa sebep olup olmadığını görmek ve hangi koşullarda hastane birleşmele-  
rinin fiyatlarda artışa sebep olduğunu anlamaktı. Bu çalışmalar neticesinde bir-  
leşme sonucunda fiyatların yükseldiğine ilişkin güçlü kanıtlar olması sebebiyle  
Komisyon birkaç yıl önce gerçekleşen bir birleşmeye itirazda bulundu.

Sonuç olarak, bu tür çalışmalar gerçekleştiriyoruz ancak bu çalışmalar  
İngiltere'deki kadar kapsamlı değil. Bahsettiğimiz çalışmalara ilişkin bilgiye  
FTC'nin web sitesinden ulaşabilirsiniz. Sitede pek çok bilgi yer alıyor.

**İsmail Hakkı KARAKELLE (Rekabet Kurulu Üyesi)**- Sunuşunuz için  
çok teşekkür ediyoruz. Siz, FTC'de ekonomistlerin ne yaptıklarını ve nasıl yap-  
tıklarını bize anlattınız. Anlattıklarınız sizin için basit ve sıkıcı olabilir ama bizim  
için, Türkiye için son derece kıymetli. Çok çok teşekkür ediyorum. Ekonomistle-  
rin, rekabet hukukunu uygulayan bir birimde ne iş yaptıklarını, nasıl yaptıklarını  
ve yerlerinin ne olduğunu o şemada gösterdiniz. Ekonomik Büronun Komisyo-  
nunun bir kademe altında, diğer bürolarla eşit düzeyde varlığını göstermiş olmanız  
bile Türkiye için son derece önemli. Çok teşekkür ediyorum.

Sorum şununla ilgili: Birleşme ve devralma işlemlerinde ekonomik anali-  
zin rolü çok daha kolay anlaşılabilir, daha etkili; onun üzerinde çok fazla tartışma  
yok. Hukukçular da o açıdan daha kolay ikna oluyorlar. Kartel vakalarında ikti-  
sat analizlerinin aynı etkinlikte çalışmadığı konusunda şüpheler var. Doğrudan  
FTC'nin görev alanına girmediğini biliyorum. Mesleki tecrübenize dayanarak,  
kartel vakalarında ekonomistlerin nasıl katkıda bulduklarına dair bize bir şey-  
ler söyleyebilir misiniz? Şimdiden çok teşekkür ediyorum.

**Dr. Mark W. FRANKENA**- FTC'de karteller üzerinde çalışmıyoruz. Bu  
nedenle size çok fazla bilgi veremeyeceğim. Bu tür analizlerde ekonomistlerin  
en büyük katkısı kartellerin tüketiciler üzerindeki olumsuz etkisinin belirlenmesi  
olabilir. Tüketicilerin hangi dönemde daha fazla ödediğini belirleyebilirsiniz. Bu  
bilgi, ne kadar para cezası verileceğinin belirlenmesinde önem taşımaktadır. Yani  
kartelin neden olduğu hasarın belirlenmesi, rekabet üzerindeki etkilerin belirlen-  
mesi anlamına gelir. Ekonomistler bu noktada önemli bir rol oynar. Ortada bir  
kartelin ve ihlalin olup olmadığı, büyük ölçüde kanıtlar ile ortaya konur. Örneğin,  
elinizde bir fiyat anlaşması varsa durum ortadadır. En azından ABD'de, ekono-  
mistlerin bu aşamada önemli bir rol oynadığını düşünmüyorum.

**Bir Katılımcı**- Sunumunuz için çok teşekkür ederim. Bizim gibi genç bir  
kurum için çok faydalı bir sunumdu. Ben Türk Rekabet Kurumu'nda görev ya-

pyorum. Başkanımızın sorusunu netleştirmek istiyorum. Birleşme davalarında birleşme analizleri yaparken ekonomik krizi dikkate alıyor musunuz yoksa bir birleşmenin onaylanması için batan firma savunması yeterli oluyor mu? Benim sorum bu.

**Dr. Mark W. FRANKENA-** Mevcut mali kriz ABD’de önemli değişikliklere neden oldu ve bunlar bizim kurumumuzu da etkiledi. En önemlisi, mali belirsizlik nedeniyle hiçbir şirket diğerlerinin değerini bilmiyor ve kredi çekmede sıkıntı yaşıyorlar. Bu nedenle, öncelikle şunu söylemek gerekiyor; birleşme faaliyeti oldukça azaldı. Çok az birleşme var. Finans sektöründe, şirketlerin iflas etmesi sebebiyle birleşmeler oluyor. FTC finans ve bankacılık sektöründeki meselelerle ilgilenmiyor. Bunlar, Adalet Bakanlığı ve Merkez Bankası Komisyonu’nun sorumluluğundadır. Bu meseleleri nasıl ele aldıklarını söyleyemem ancak yine de tüketiciler üzerindeki etkileri dikkate aldıklarını düşünüyorum. Bir şirket iflas ediyorsa ve piyasadan çekilecekse bu firmanın başka bir firma tarafından alınması, bu firma bir rakip olsa bile genel olarak rekabeti azaltmayacaktır çünkü bu firmalar birleşmediğinde de geriye tek bir firma kalacaktır. Bu nedenle, geçmişte engellenen pek çok birleşme, bugün firmaların iflas etmesi nedeniyle onaylanabilir. Ne var ki, kriz olduğuna göre birleşebilirsiniz veya birleşemezsiniz gibi bir görüş de yok. Örneğin, hastaneler arasındaki bir birleşmeyi inceliyorsak, mevcut mali krizin bunda bir etkisi olmayacaktır.

**Oturum Başkanı-** Türkiye’de yapılan sempozyumlardan gayet farklı bir durumla karşı karşıyayız; bol bol vaktimiz var. İki tane tebliğimiz var. Eğer size de uygunsa 35’er dakika olabilir diye düşündüm. Arka arkaya iki tebliğ sunulacak, ondan sonra soru-cevap kısmına geçeceğiz. Aşağı yukarı 1 saat 40 dakikamız var. 30 dakika da tartışma süremiz var. İlk tebliğ, “İktisadi Analizin Rekabet Hukuku Uygulamalarındaki Yeri: Türkiye Perspektifi”; rekabet uzmanı üç arkadaşımız tarafından yazılmış. İki tanesi burada; birisi rahatsız sanıyorum.

Tebliğ sunucuları hakkında sizi kısaca bilgilendireyim.

Erdem Aygün, 2004 yılında Boğaziçi Üniversitesi İktisat Bölümünden mezun oldu. Ocak 2005’te Rekabet Kurumunda Uzman Yardımcısı olarak göreve başladı. Ağırlıklı olarak inşaat ve sağlık alanlarındaki dosyalarda görev aldı. 2008 yılı Haziran ayında “Posta Hizmetlerinin Serbestleştirilmesi” konusunda hazırladığı yeterlilik tezinin başarılı bulunmasıyla Uzmanlığa atandı. Hâlen Rekabet Kurumu İktisadi Araştırmalar Müdürlüğünde görev yapıyor.

Evren Sesli, 2001 yılında Boğaziçi Üniversitesi İktisat Bölümünden mezun oldu. Maliye Bakanlığı Gelirler Genel Müdürlüğündeki görevinin ardından, Ocak 2005’te Rekabet Kurumunda Uzman Yardımcısı olarak göreve başladı. Ağırlıklı olarak finans, ulaştırma, turizm ve sağlık alanlarındaki dosyalarda görev aldı. 2008 yılı Haziran ayında “Liman Özelleştirmeleri” konusunda yeterlilik tezini hazırladı ve Uzmanlığa atandı. Hâlen Rekabet Kurumu İktisadi Araştırmalar Müdürlüğünde görev yapıyor.



# İKTİSADİ ANALİZİN REKABET HUKUKU UYGULAMALARINDAKİ YERİ! TÜRKİYE PERSPEKTİFİ

Ş. Demet KAYA, Evren SESLİ, Erdem AYGÜN

*Rekabet Uzmanları*

Öncelikle, Pamukkale Üniversitesinin konukseverliği ve bize bu imkânı verdiği için Pamukkale Üniversitesinin değerli Rektörü nezdinde sempozyuma emek harcayan bütün çalışanlarına teşekkür etmek istiyorum.

Rekabet Kurumunda görevli bir iktisatçı olarak rekabet hukukunun iktisat ayağının ön plana çıkmasına vesile olan böylesine bir sempozyumun düzenlenmesinden şahsım adına büyük mutluluk duyuyorum ve umut ediyorum ki, Pamukkale'deki bu sempozyum tıpkı Rekabet Kurumunun Erciyes Üniversitesiyle işbirliği hâlinde gerçekleştirdiği hukuk sempozyumları gibi zaman içerisinde gelenekselleşir.

Rekabet hukuku aslında, isminden de anlaşılabilceği gibi bir hukuk dalı olmasına rağmen, hukuk ve iktisadın iç içe geçtiği ve disiplinler arası bu etkileşimin diğer hukuk dallarına nazaran daha rahat görülebildiği bir hukuk disiplini olarak ön plana çıkmaktadır. Tüm hukuk disiplinlerinin temelinde de aslında ekonomik rasyonel olmasına rağmen söz konusu etkinin rekabet hukukundaki yansımalarını görebilmek ve rekabet hukuku uygulamalarında iktisadi analizlere yer vermek daha kolay olmaktadır. Biz özellikle bu bağlamda, günümüzde Türkiye'deki uygulamalara ışık tutabilmesi amacıyla iktisadi analizin rekabet hukuku uygulamalarındaki yerini ele almayı tercih ettik. İlk sempozyum olması nedeniyle de konuya daha genel hatlarıyla, sadece rekabet hukukunda iktisadi analizin nasıl değerlendirilebileceği çerçevesinde yer vermek istiyoruz.

## Sunum Planı

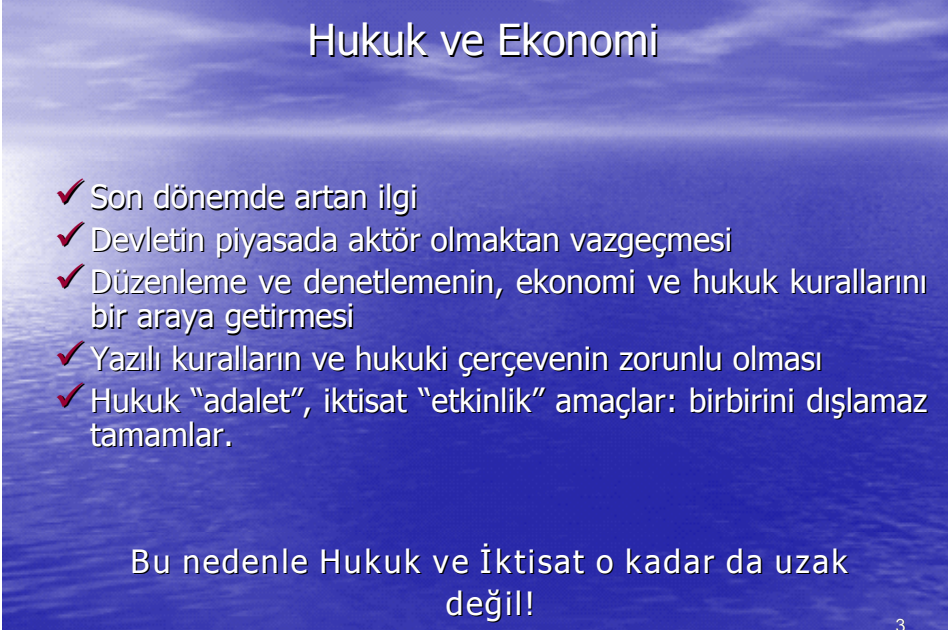
- ✓ Hukuk ve İktisat
- ✓ İktisadi Analizin Rekabet Hukuku Uygulamalarındaki Yeri
- ✓ Türkiye Uygulamaları
- ✓ Sonuçlar



Bu bağlamda öncelikle, ilk oturumda Sayın Hasan Ersel Hocamızın da belirttiği gibi çoğu zaman birbiriyle çelişiyormuş gibi görülen veya ortak dilin konuşulmasının zor olduğu düşünülen hukuk ve iktisat bilimlerinin birbiriyle olan ilişkisi üzerinde duracağız. Daha sonra, temel konumuz olan rekabet hukuku uygulamalarında iktisat analizlere nasıl yer verebileceğimize değineceğiz. Burada ise amacımız konuya ilişkin genel bir çerçeve çizebilmek. Teorik olarak konuya ne şekilde yaklaşıldığı, bugüne kadar uygulamada ve kanun maddelerinde konunun nasıl irdelendiğinden bahsetmeye çalışacağız. Ancak, ilk çalışma olması nedeniyle, herhangi bir iktisadi model önermesi ya da mevcut iktisadi modellerin tartışmasına girmeyeceğiz.

Amacımız:

Amerika Birleşik Devletleri'nde zaten 1960'lı yıllardan itibaren artarak uygulanan iktisadi analizler, bildiğimiz gibi, Avrupa Birliği'nde de giderek ön plana çıkmaya başlamıştır. Biz, bu tablo karşısında Türkiye için ne gibi çıkarımlarımız olabileceğini ve ülkemizdeki uygulamalara nereden başlayabileceğimize ilişkin görüşlerimizi sonuçlar bölümünde ele almaya çalışacağız.



## Hukuk ve Ekonomi

- ✓ Son dönemde artan ilgi
- ✓ Devletin piyasada aktör olmaktan vazgeçmesi
- ✓ Düzenleme ve denetlemenin, ekonomi ve hukuk kurallarını bir araya getirmesi
- ✓ Yazılı kuralların ve hukuki çerçevenin zorunlu olması
- ✓ Hukuk "adalet", iktisat "etkinlik" amaçlar: birbirini dışlamaz tamamlar.

Bu nedenle Hukuk ve İktisat o kadar da uzak değil!

3

Belirttiğim gibi, hukuk ekonomisi öğretisi ya da hukukun iktisadi analizi, ekonominin hukuku gibi değişik isimlerde de adlandırabileceğimiz hukuk ve ekonomi öğretilerine olan ilgi son dönemde giderek artmaya başlamıştır. Gerek üniversitelerde verilen master programlarında, gerekse “The Journal of Law and Economics”, “Journal of International Law and Economics” gibi çeşitli yayınlarda bu eğilimin etkilerini rahatlıkla görebiliyoruz. Aynı zamanda, iktisat bölümlerinde hukuk derslerinin ve hukuk fakültelerinde de, belli bir iktisat nosyonunun oluşabilmesi amacıyla temel düzeyde mikro ve makro iktisat derslerinin verildiğine de zaman içerisinde rastlıyoruz.

“Bu süreç nasıl başladı, hukuk ve ekonomi öğretilerine neden ihtiyaç duyuldu, hukuk ve ekonomi öğretilerine olan ilgi ne zaman arttı” diye baktığımızda; devletin, piyasa ekonomisindeki aktif rol üstlenen bir aktör olmaktan vazgeçerek, kendini denetleyici ve düzenleyici birim olarak konumlandırmaya başladığı tarihi milat olarak kabul edebiliriz. Devletin bu rolü üstlenmesiyle birlikte, artık sadece yazılı hukuk kurullarının uygulanmasının, piyasada, özellikle serbest piyasa ekonomisinde, etkinliğin sağlanmasında bazı güçlüklerle yol açtığını görüyoruz. Dolayısıyla, salt yazılı metinleri uygulamak yerine, zaman içerisinde bunların iktisatla, etkinlikle olan ilişkilerinin ortaya koyulmasının serbest piyasa ekonomisinin gereklerini sağlamada daha önemli olacağı tespit edildi. Aslında baktığımızda, hukukun amacının adaleti tesis etmek, iktisadın ise etkinliği sağlamak olduğunu söyleyebiliriz. Bu kavramlar ise birbirlerini dışlamak yerine aslında çoğu zaman birbirlerini tamamlamaktadırlar. Gerçek anlamda piyasada rekabet hukukuyla arzulan etkinliğin sağlanması için hukuk ve iktisadın birbirlerini tamamlayacak şekilde hareket etmeleri gerekmektedir. Dolayısıyla, hukuk ve iktisadın aslında zannedildiği kadar birbirinden uzak dallar olmadığı sonucuna ulaşıyoruz.

Zira konuşmamın başında da belirttiğim gibi birçok hukuk disiplininin temelinde ekonomik rasyoneller yatmaktadır.

K. Cem Sanlı:

“... Ekonomik açıdan bakıldığı zaman, kişinin sözleşmeden doğan borcunu ifa edip etmeyeceğine ilişkin kararı, ifa etmemenin hukuka aykırı olmasından veya ahde vefa ilkesinden ya da borcun ifa edilmesinin gayri ahlaki olmasından ziyade, borcunu ifa etmesi halinde elde edeceği menfaat ile başkasının ifa konusu edim için daha iyi bir teklifte bulunması halinde elde edeceği menfaat ile temerrüdün neden olacağı maliyete bağlıdır.”

Bu tespiti, Türkiye örneğine uyarlayan akademisyen Kerem Cem Sanlı ise borçlar hukukuyla ilişkilendirerek şöyle bir sonuca varmıştır: “Aslında, borçlar hukukunda, kişinin borcunu ifa edip etmemesi, menfaat ile temerrüdün oluşabileceği maliyetlere bağlıdır.” Bunu rekabet hukuku bağlamında ele alacak olursak aslında, hukuk ekonomisi öğretisi bize, iktisatta temel olarak öğretilen, rasyonel birey ve fayda maksimizasyonunu getirmekte ve de yaptırımları, hukuka aykırı gerçekleştirilen davranışların fiyatı olarak kabul edebileceğimiz tespitini ortaya çıkartmaktadır.

## Hukuk ve İktisat Tanımı

- ✓ Hukuk kuralları ve hukuki kurumların oluşumu, yapısı, işleyişi ve etkisinin incelenmesinde iktisadi teori ve ekonometrik metotlardan yararlanılması
- ✓ ABD’de öğretisi, hukuk kurallarının etkinliğini ölçmekte kullanılan bir araç olarak kabul edilmiştir.
- ✓ Öğretisi, bireylerin faydalarını rasyonel bir şekilde maksimize etmek için davranışta bulunacaklarını varsayar. Yaptırımlar, hukuka aykırı gerçekleştirilen davranışların fiyatı olarak kabul edilir.

Dolayısıyla, hukuka aykırı olarak gerçekleştirilecek bir eylemin yaptırımını arttığı sürece, tıpkı fiyat arttıkça talebin azalacağı gibi, bireyin veya teşebbüsün hukuka aykırı eylemi gerçekleştirmekten kaçınacağı sonucunu çıkarmak mümkün olacaktır.

“Peki, biz bu iktisadi analizleri kullanırken, hukuk ve iktisat öğretisini temel alırken hangi enstrümanlardan yararlanıyoruz” diye baktığımızda, ekonometrik ve istatistik çalışmaların bize bu yönde büyük fayda sağladığını ve Amerika’da da öğretinin zaten hukuk kurallarının etkinliğini ölçmekte kullanılan bir araç olarak kabul edildiğini söylemek faydalı olacaktır.

Dolayısıyla, şöyle bir çıkarımda bulunabiliriz: Rekabet hukukunda hukuk ayağı, belirli bir eylemin, olayın yazılı metinlere (yasalar, yönetmelikler) olan aykırılığını tespit etmekte kullanılabilirken iktisadi analizler, bu ihlalin etkilerinin tespit edilmesi, boyutlarının daha net bir şekilde ortaya konulması ve potansiyel etkinin görülmesi açısından faydalı olabilecektir.

## Rekabet Hukuku ve İktisadı - 1

- ✓ Rekabet hukuku, hukuk ve iktisat öğretisinin doğrudan kullanılabilirdiği bir alandır.
- ✓ Rekabet politikası iki ayaklı; İktisat ve Hukuk
- ✓ Sadece yazılı kurallar ve bunların salt yorumu yeterli değil
- ✓ İktisadi analiz hem yardımcı hem gerekli
- ✓ Hem ex-ante hem ex-post olarak
- ✓ Kuralların oluşumunda etkili olan iktisadi gerekçeler, uygulamada, ilk dönemlerde sınırlı kullanım alanı buldu.

İktisat ve hukuk öğretisini rekabet hukukuyla ilişkilendirdiğimizde, diğer hukuk dallarına nazaran rekabet hukukundaki etkilerin çok daha net bir şekilde görülebileceğini ve bu yaklaşımı uygulamada kullanabilmemizin daha mümkün olduğu söylemek mümkündür. İktisat ve hukuktan oluşan iki ayaklı bir temel üzerine kurulan rekabet politikası, bir anlamda öğretinin etkilerinin rekabet hukuku alanında daha rahat bir şekilde görülmesine imkân tanıyarak rekabet hukuku diğer hukuk dallarından ayrılmaktadır.

Bugüne kadar çeşitli sebeplerle, gerek Türkiye’de de sıkça rastladığımız veri problemleri, gerekse de verilerin analiz edileceği bilgisayar programlarının gelişmesinin son dönemlere rastlaması gibi nedenlerle ilk ortaya çıktığı dönemlerden itibaren rekabet hukukunun, hukuk ayağı bir parça daha fazla güçlenirken, rekabet hukukunun iktisat ayağının biraz daha geri planda kalmıştır. Etkin bir şekilde uygulanacak iktisadi analizlerin, hukukun önüne geçmeksizin ve hatta aslında birbirlerini tamamlayarak, daha net ve doğru sonuçlara ulaşılmasını sağlayacak bir enstrüman olarak kullanılabileceğini görüyoruz.

## Rekabet Hukuku ve İktisadı - 2

- ✓ İlk ABD ve son dönemde AB iktisadi analizlere önem vermeye başladı
- ✓ Hukuki danışmanlığın yanısıra ekonomik danışmanlık da alınmaya başlandı.
- ✓ “Rule of reason” yaklaşımı
- ✓ 81. ve 82. maddelere iktisadi yaklaşım,
- ✓ Yeni birleşme-devralma analizi,
- ✓ ilgili pazarın tespiti,
- ✓ Ceza teorisi ve zarar hesaplama

“İktisadi analizlerin kullanımı” dediğimizde, tabii ki öncelikle aklıma Amerika Birleşik Devletleri geliyor. Amerika Birleşik Devletleri, 1960’lı yıllardan başlayarak ve giderek artan bir şekilde analizlerinde iktisadi değerlendirmelere yer vermiştir; bu yaklaşımın son dönemlerde, özellikle Avrupa Birliği’nde de kendisine yer bulmaya başladığını görüyoruz. Nitekim daha önceleri rekabet hukukuyla ilgili davalarda hukuki danışmanlık büroları önemli rol üstlenirken ve hukuki danışmanlık hizmetlerine talep varken bu eğilimin son dönemde ekonomik danışmanlık şirketlerine doğru da kaydığını ve aslında, teşebbüslerin böyle bir iktisadi analiz yaklaşımının tetikleyicisi konumunda olduklarını söylememiz mümkündür.

İktisadi analiz, rekabet hukukunun hukuk ayağındaki “Per se” yaklaşımlar yerine, “Rule of reason” dediğimiz, olay bazında yapılacak değerlendirmeleri de

önemli bir hâle getirmiştir. “Rule of reason” yaklaşımının rekabet hukukunda giderek önem kazanması da yine iktisadi analizle paralel gelişme göstermektedir.

Az önce de belirttiğim gibi, Avrupa Birliği’nde iktisadi analizlere yönelim neticesinde 81 ve 82’nci maddelerde ekonomik yaklaşımlar benimsenmeye ve yeni test yöntemleri geliştirilmeye başlanmıştır.

Birleşme ve devralma bir başka ifadeyle yoğunlaşma analizlerinde daha önce kullanılan hâkim durum tespitinin varlığının yeterli olması yaklaşımı yerine, pazar gücü dediğimiz ve ağırlıklı olarak iktisadi analiz gerektiren yeni bir birleşme ve devralma analizi Komisyonunda ön plana çıkmaktadır.

İlgili pazar tespiti ise iktisadi analizin sıklıkla kullanıldığı, iktisatçıların aslında en rahat çalışabildiği bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Birçok örnek olayda genellikle ilgili pazar tespitinin yoğunlukla iktisatçılar tarafından daha rahatlıkla yapılabildiğini veya en azından şu ana kadar yapılan iktisadi analiz çalışmalarının büyük bölümünün ilgili pazara yönelik olduğunu söylememiz mümkündür.

## Para cezalarının belirlenmesi ve Zarar tahmini

- ✓ ABD ve AB’de iktisadi temellere dayanan “ceza politikası”,
- ✓ İki kat kâr ya da iki kat zarar yaklaşımı: üst sınır,
- ✓ “Optimal ceza teorisi”, suça ekonomik yaklaşım
- ✓ Caydırıcılık,
- ✓ Özellikle açık kartel soruşturmalarında, olağan fiyat-miktar seviyesine göre mevcut durumdaki zarar tahmini
- ✓ Tazminat

İktisadi analizi, rekabet ihlalleri neticesinde teşebbüslerin toplum refahında yarattıkları zararın tespitinde de kullanmak mümkündür. Öte yandan, ceza teorisinde de-bu alan biraz daha teorik kalmakla beraber- suça ekonomik yaklaşım nedeniyle iktisadi analizin esas alındığını ve kullanıldığını görüyoruz. Pratikte uygulamak her zaman mümkün olmamakla beraber, burada zararın toplumsal re-

fahta yarattığı etkinin tazminatlar aracılığıyla ölçülmesi söz konusu olabilecektir. Rekabet hukuku uygulamalarında özellikle Amerika’da sıklıkla uygulanmaya başlanan bir yöntem olan tazminat hesaplamalarında iktisadi analizin kendine yer bulduğunu görüyoruz.

Şimdi sözü meslektaşım Erdem Beye bırakıyorum.

**Erdem AYGÜN (Rekabet Kurumu Uzmanı)**- Ben de öncelikle bu imkânı verdiği için Pamukkale Üniversitesine teşekkür ediyorum.

Arkadaşımdan sonra ben de, rekabet hukukunda iktisadi analizin nerede kullanılabilir olduğunu madde madde belirterek anlatmaya çalışacağım.

**Rekabet Hukukunda İktisadi Analiz Nerede Kullanılabilir? - 1**

4054 sayılı Kanun 4. madde, Sherman 1. madde ve Roma 81. madde;

- ✓ Kartelleşme ihtimalinin yüksek olduğu piyasaların ex-ante değerlendirilmesi,
- ✓ Ayrıca, yürüyen incelemelerde "uyumlu eylemi" ortaya koyan iktisadi deliller (ex-post)
  - ✓ Uzun dönem fiyat katılığı,
  - ✓ Arz-talebe göre değişmeyen piyasa,
  - ✓ Yüksek karlılığa karşın yeni giriş olmaması,
  - ✓ Fiyatların paralel hareketi,
  - ✓ Maliyetlerden bağımsız fiyatlamalar,
  - ✓ Fiyat dalgalanmalarında açıklanamayan düşüşler-yükselişler (cheat?)
  - ✓ Kesin delil değil, emare sayılabilir, inceleme yapılması uygun piyasalar için ve proaktif politika izlenmesi durumunda faydalı!

Öncelikle, rekabeti kısıtlayıcı anlaşmaların incelendiği; bizim kanunumuzda 4'üncü maddede, Sherman'da 1'inci maddede ve Roma Antlaşmasının 81'inci maddesinde hem öncül, hem de ardıl olarak iktisadi analizler kullanılabilir. Zira ilgili piyasadaki fiyat hareketlerinde, uzun dönemlerde fiyat katılıklarının olması hâlinde ya da piyasanın kendi gidişatında arz ve talebe göre değişmeyen bir fiyat yapısı olması durumunda ya da yüksek kârlılığa karşın yeni girişin olmaması, fiyatların paralel hareket etmesi ya da maliyetlerin düşmesi durumunda

fiyatların düşmemesi gibi bağımsız fiyat hareketleri durumunda hem öncül, hem de ardıl olarak müdahalelerde bulunmak için iktisadi analiz gerekebilmektedir. Örneğin, eldeki veriler yeterli ve çoğunlukta olması durumunda, herhangi bir piyasa, sektör hakkında resen inceleme başlatılabilmesi için ya da proaktif bir politika aracı olarak iktisadi analizler kullanılabilir.

Yine, 4'üncü maddenin, yani rekabeti kısıtlayıcı anlaşmaların incelemesi sırasında, "Ex-post" olarak fiyat hareketlerinin, anlaşmanın olduğu piyasadakine benzer olduğunu ortaya koyabilirsek, aslında, hukuki delillerin yanında daha cılız kalmakla birlikte iktisadi deliller olarak kullanılabilir. Önemle belirtmek isterim ki pratikte, mahkemelere gittiğinde, temyiz aşamasında sorunlarla karşılaşılabilir. Sadece, bir koordinasyonun varlığını göstermek ve emarelerini belirtmek amacıyla kullanılabilir, hukuki delillere burada mutlaka gerek duyulmaktadır. 4'üncü madde uygulamasında yine benzer bir şey teşebbüsler için de söz konusudur. Teşebbüsler, uyumlu eylem konusunda suçlandıkları vakit, aksini ispatlamak için, rekabet otoritelerinin karşısına iktisadi analiz yaparak gelmektedirler ve kendi yaptıkları fiyat davranışlarının ya da piyasadaki gidişatın rasyonel iktisadi gerekçeleri olduğunu ortaya koyarak bu suçlamalardan kurtulabilmektedirler.

## Rekabet Hukukunda İktisadi Analiz Nerede Kullanılabilir? - 2

4054 sayılı Kanun 6. madde, Sherman 2. madde ve Roma 32. madde;

- ✓ Ex-ante olarak re'sen inceleme yapmak için yardımcı,
- ✓ İlgili pazarın tespiti,
- ✓ Pazar gücünün tespiti,
- ✓ Kötüye kullanmalarda iktisadi testler (eşit etkin firma testi, kardan feda testi gibi..),
- ✓ Bazı kötüye kullanmalarda geleceğe yönelik tahminler (hasat),



Diğer bir alan ise 6'ncı maddemiz olan, hâkim durumun kötüye kullanılması alanında iktisadi analizlerin kullanılmasından bahsedebiliriz ki bu zaten, birleşme ve devralma analizleriyle birlikte, ilgili pazarın tespitinin en çok kullanıldığı maddedir. Çünkü hâkim durumdan bahsetmek için öncelikle pazar payı ve pazar gücünün tespitinin yapılması lazım. Pazar gücünün tespitinde kullanılan en önemli kriterlerden bir tanesi, tek olmamakla birlikte, pazar payıdır. Pazar payının belli olması için de öncelikle bir ilgili pazarın belirlenmesi ve sınırlarının çizilmesi gerekmektedir. Bu ilgili pazarın belirlenmesi aşamasında; SSNIP testi ya da şok analizi, coğrafi pazarın tespitinde de Elzinga-Hogarty testi gibi testler kullanılarak ilgili pazar tespit edilmektedir.

İlgili pazarın tespiti aşamasında kullanılan iktisadi analiz, pazar gücünün tespitinde de, daha sonra diğer kriterlerde kullanılabilir.

## Rekabet Hukukunda İktisadi Analiz Nerede Kullanılabilir? - 3

- ✓ Birleşme-Devralmalarda;
- ✓ İlgili pazarın tespiti,
- ✓ Pazar gücünün tespiti,
- ✓ Birleşme ertesindeki tek ve çok taraflı etkiler,
- ✓ Geleceğe ilişkin fiyat-miktar değişimlerinin tahmini,

Biraz önce arkadaşım da bahsetti; özellikle Avrupa Birliği'nde kötüye kullanmalar için yapılan ekonomik yaklaşımda yeni testler ortaya konmuştur: Bunlar, kârdan feda testi ya da eşit etkin firma testi gibi testlerdir. Bu testlerin de yapılmasında iktisadi analizler önemli rol oynamaktadırlar.

Yine, özellikle yıkıcı fiyatta karşımıza çıkan, uzun dönemde “hasat”ın ortaya konması için iktisadi analizler kullanılabilir.

Aslında iktisadi analizlerin en çok kullanıldığı alan, birleşme ve devralmalar; çünkü birleşme ve devralmalarda rekabet otoritelerinin önceden görüş bildirme imkânı bulunmaktadır, yani bir suçun ya da bir kanuna aykırılığın ihlalden

ziyade, geleceğe yönelik olarak bir görüş belirleme imkânı olmaktadır. Bu nedenle, bu görüşleri belirtirken iktisadi analizlerle kendi görüşünü desteklemesi, temyiz aşamasında mahkemelerde rekabet otoritelerini güçlü kılmaktadır.

Bu noktada, yine demin belirttiğim gibi, ilgili pazarın tespiti aşamasında, pazar gücü tespitinde analizler kullanılmaktadır. Ayrıca, birleşme ve devralma olması varsayıldığı durumlarda, ilerleyen dönemlerde tek ve çok taraflı etkilerin nasıl olacağına ilişkin tespitler yapmak için iktisadi analizler kullanılmaktadır. Örneğin devralma ertesinde, yani yoğunlaşmanın ertesinde piyasada pazar payını arttıracak olan firmanın tek başına pazarı nasıl etkileyebileceği ya da pazarda firma sayısının azalması durumunda pazardaki koordinasyonun nasıl etkileneceği konusunda iktisadi analizler yapılabilmektedir.

Ayrıca, yine birleşme ve devralmalarda, -ilerleyen bölümde anlatacağım örnek olayda- geleceğe yönelik bir fiyat tahmini yapılarak, bu birleşme ve devralmanın aslında piyasadaki fiyat ve miktar değişimlerine olan etkisi incelenerek devralma hakkında bir sonuca ulaşılabilmektedir.

Sunumunun başında arkadaşımın da belirttiği gibi, pek çok hukuk metninin temelinde aslında ekonomik teori yatmaktadır. Zira her şeyi bir piyasa olarak düşünersek, hukuka aykırı bir fiili işlemek isteyen kişi ya da teşebbüs, yaptırımına hesaba katacağı ve maliyetin eğer menfaatten fazla olduğunu görürse bundan vazgeçecektir. Bu nedenle, -bu, borçlar hukukunda da var- rekabet hukuku bunun en çok görüldüğü alanlardan bir tanesidir. Rekabete aykırı fiillerin olması durumunda teşebbüse verilecek para cezalarının caydırıcı olması için, iktisadi analizler yaparak, piyasaya olan etkisi çerçevesinde para cezalarının belirlenmesi ve piyasaya olan etkileri karşısında, bundan zarar gören firmaların tazminat davaları açma sırasında zarar hesabının yapılmasında da iktisadi analizler kullanılmaktadır.

Burada en önemli yol: Olması gereken fiyattan ne kadar sapıldığı, ne kadar yukarı çıkıldığı ve miktardan dolayı sosyal refahta ne kadar çok kayıp olduğunu ortaya koyarak kişi ve teşebbüslerin tazminatlarında bunu kullanmaları olarak söyleyebiliriz.

Bunun haricinde belki diğer yerlerde de kullanılabilir; ancak biz madde madde özetlemeyi tercih ettik.

## Türkiye'deki Gelişmeler

- ✓ İktisadi analizin önemi artmakta,
- ✓ Pasif rol yerine proaktif politika izlenmeye başlandı
- ✓ Son dönem yapılan incelemelerde bazı iktisadi analizler kullanılmakta,

Şimdi Türkiye'deki bazı gelişmelere değinmek istiyorum.

Türkiye'de, Amerika ve Avrupa Birliği'ndeki iyileşmeye paralel olarak iktisadi analizlerin önemi artmaya başladı. Artık toplumun, Rekabet Kurumundan proaktif bir politika beklentisi var. Resen yapılan inceleme sayısının son yıllarda azaldığını görmekteyiz. Tabii ki, lüzumu hâlinde bu inceleme başlatılabilir. Pasif rol yerine, rekabet otoritelerinin daha aktif olmaları için ve proaktif politika izlemek için iktisadi analizlerin önemi daha çok ortaya çıkmaktadır. Zaten son dönemde de Rekabet Kurulunun aldığı kararlarda bazı iktisadi analizlere sıkça başvurduğunu görüyoruz. Bunundan sonra da bunun artacağına inanıyoruz.

Burada örnek olarak bazı kararlara yer vermeye çalıştık. Bu kararlar da, biraz önce anlattığım maddelerdeki iktisadi analizlere yer verildi. Onlardan biraz bahsedeceğim.

### Örnek Olay - 1: Sakız Devralması

- ✓ İlgili pazarın tespitinde tatlandırıcı-şekerli-şekersiz sakızların fiyat korelasyonu incelenmiştir.
- ✓ İşlemin rekabet koşulları üzerindeki etkisine; HHI, CR2 ve CR3 hesaplanarak bakılmıştır.
- ✓ Ayrıca her bir pazardaki fiyat hareketleri grafiklerle gösterilmiştir.
- ✓ Son olarak fiyat-maliyet analizinde, rekabetçi baskı altında oluşacak fiyatlar ortaya konularak birleşme sonrasında gelecek dönemdeki fiyat değişimleri hakkında tahminde bulunulmuştur.
- ✓ Sonuçta, bazı taahhütlerle birlikte işleme izin verilmiştir.

Örnek olarak bir ‘‘Sakız Devralması’’ vardı. Tarafların isimlerini bilerek yazmadık. Bu devralma işleminde ilgili pazarın tespiti yapılırken, tatlandırıcılı-şekerli-şekersiz sakızların fiyat korelasyonu incelendi, çünkü acaba bu üç ayrı sakızın aynı pazarda olup olmadığı sorusunun cevabı aranıyordu. Fiyat korelasyonu sonucunda, bu üç ayrı sakızın farklı pazarlarda olduğu sonucuna ulaşıldı. Daha sonra, değerlendirme kısmında da, işlemin rekabete etkisi, HHI ve yoğunlaşma endeksleri hesaplandı ve ona bakıldı. Daha sonra, ayrılan bu üç pazardaki fiyat hareketleri grafiklerle gösterildi. Bu üç pazardaki pazar payları ortaya konularak, fiyat-maliyet analizinde, rekabetçi baskı altında oluşacak fiyatlar ortaya konularak, birleşme sonrasında gelecek dönemdeki fiyat değişimleri hakkında tahminde bulunuldu. Bazı pazarlarda fiyatların önemli oranda artacağı ortaya konulduğu için, bir elden çıkarma taahhüdüyle beraber bu devralma işlemine izin verildi. Bu devralmada iktisadi analizlerin özellikle ilgili pazarın belirlenmesinde ve değerlendirme aşamasında kullanıldığını görmekteyiz.

## Örnek Olay – 2: Urfa Çimento Kararı

- ✓ İlgili coğrafi pazar tespitinde Elzinga-Hogarty Testi uygulanmıştır.
- ✓ Bir bölgeye girişlerin aynı bölgedeki satışlara oranı (LIFO),
- ✓ Bir bölgeden çıkışların aynı bölgedeki üretime oranı (LOFI),
- ✓ Bu değerler yüksekse incelenen bölgeler aynı coğrafi pazar!
- ✓ Ayrıca değerlendirmede HHI’lar hesaplanmıştır.
- ✓ Sonuçta ikinci yüksek teklifi veren firmanın almasına izin verilmemiştir.

İkinci olayımız ‘‘Urfa Çimento’’ kararı. Burada da yine, ilgili coğrafi pazarın tespitinde Elzinga-Hogarty testinin uygulandığını görüyoruz ki zaten bu karardan sonra, benzer çimento kararlarında aynı test başarıyla uygulandı. Bu testte; bir bölgeye girişlerin aynı bölgedeki satışlara oranı (LIFO) ve bir bölgeden çıkışların aynı bölgedeki üretime oranı (LOFI), hesaplanarak, bu değerlerin yüksek olması durumunda, incelenen bölgeler aynı coğrafi pazarda olduğu tespiti yapıldı. Urfa Çimento kararında belirlenen coğrafi pazarda bulunan teşebbüsle-

rin pazar payları ve daha sonra HHI'ları hesaplandı. Sonuçta, belirlenen coğrafi pazarda ikinci yüksek teklifi veren firmanın devralmasına izin verilmedi. Burada da, iktisadi analizin çok somut bir sonucunu görüyoruz.

## Örnek Olay – 3: Van Çimento Kararı

- ✓ İlgili coğrafi pazar tespitinde Elzinga-Hogarty Testi uygulanmıştır.
- ✓ Taraflar ilgili pazarın yanlış tespit edildiği iddiası ile Danıştay'a başvurdu.
- ✓ Danıştay: Objektif kriterlerin kullanıldığı gerekçesiyle itirazı reddetti.

Üçüncü olayımız yine benzer bir olay. Bu kararı göstermemizin amacı şu: “Temyiz aşamasında acaba Danıştay, mahkemeler, hukukçular nasıl yaklaşıyor” diye soru gelebilir, bu soruyu karşılamak için bu kararı koyduk.

Yine burada da Elzinga-Hogarty testi kullanılmıştı. Bu karardan sonra, taraflardan bir tanesi, yani teklif sahiplerinden bir tanesi Danıştay'a başvurdu ve Elzinga-Hogarty testinin aslında çok tartışılan bir test olduğunu, SSNIP testinin daha doğru olacağını söyledi. Ancak, SSNIP testi için elde yeteri kadar veri yoktu ve Elzinga-Hogarty testinin de gayet objektif bir kriter olduğu belirtilerek taraflarca yapılan itiraz reddedildi. Buradan da mahkemelerin objektif olması kaydı ile kararlarda iktisadi analiz kullanılması durumunda kararları geri çevirmeyeceğini anlamaktayız.

## Örnek Olay – 4: Coca Cola Muafiyet Kararı

- İlgili pazarın tespitinde şok analizi kullanıldı.
- Cola Turka'nın pazara girmesi sonrasında Coca Cola ve Pepsi Cola'nın reklam harcamaları ve satışları incelendi.

Dördüncü olay “Coca-Cola Muafiyet” kararı. Burada da yine ilgili pazarın tespitinde iktisadi analizler yapılmış ve şok analizi metoduyla, kolalı içecekler pazarı, portakallı içecekler pazarından, gazlı içecekler pazarından ayrı tutulmuştur. Aynı zamanda, Cola Turka'nın pazara girmesi sonrasında, Coca-Cola ve Pepsi Cola'nın reklam harcamaları ve satışlarının incelenmesi neticesinde, ilgili pazarın tespiti konusunda yardımcı olunmuştur.

## Örnek Olay – 5: Kiraz Soruşturması

- ✓ Savunmada iktisadi analize yer verildi: Dirsekli arz eğrisi olduğu iddia edildi.
- ✓ Savunmada yer alan bu iddia kabul edilmedi.

Son olayımız da “Kiraz Soruşturması.” Aslında Kiraz soruşturmasında pek çok aleni delil bulunmaktaydı. Raportörlerin raporu yazmaları sırasında, ihlali ortaya koymak için iktisadi analiz kullandıklarından bahsetmeyeceğim; burada bahsedeceğim nokta, savunma kısmında, yani teşebbüslerin kendilerini savunmaları aşamasında iktisadi analiz yapmaları ki bu zaten, rekabet hukukunda iktisadi analiz yapmanın bir gereğidir. Sadece rekabet otoriteleri ihtiyaç duymuyor, kendilerini savunmak isteyen teşebbüsler de her türlü ihlalde (4'üncü madde ya

da 6'ncı madde ihlallerinde ya da yoğunlaşma işlemlerinde) iktisadi analize yer verebiliyorlar. Bunu koymamızın amacı, savunmanın bir iktisadi analiz yaparak gelebileceğini söylemekti. İktisadi analiz sadece otoritelerin ihtiyacı için değil, savunma aşamasında da gelebileceği için, rekabet hukuku uygulamalarında iktisadi analize ihtiyaç duyulmaktadır diyebiliriz.

## Sonuçlar - 1

- ✓ Rekabet hukukunun önemli bir ayağı İktisat,
- ✓ Sayısal verilerle desteklenen kararların onanması daha kolay,
- ✓ Proaktif bir politika için piyasa analizleri önemli,
- ✓ İktisadi analizin yaygınlaşması ve gelişmesi ile kalıplar yerine (per se) esnek (rule of reason) rekabet hukuku uygulamaları mümkün olacaktır.

Sonuçlara geliyoruz.

Arkadaşımın da bahsettiği gibi, rekabet hukukunun önemli bir ayağı, -za- ten diğer ayağı hukuk- tabii ki iktisat. Sayısal verilerle desteklenen kararların onanmasının mahkemede daha kolay olacağına inanıyoruz.

Ülkemizde bir veri problemi var. Şimdiye kadar alınan belki yüzlerce Kurul kararında yüzlerce ayrı piyasa belirlendi. Bu piyasalara ilişkin verileri tutmak bizim açımızdan elbette ki mümkün olmayabilir. Ancak, belirli bazı piyasalarda yeterli deliller ve kaliteli veriler tutularak hem öncül, hem de ardıl olarak müdahalelerde bulunmak için iktisadi analizler yapılabilir.

Yine, proaktif bir politika için piyasa analizleri önemli. En son yine Kurumumuzda akaryakıt sektörüne ilişkin yapılan analizler de aslında bir proaktif politikanın göstergesidir. Bunun gibi analizler yapılabilir. Ancak, bu analizler her piyasada yapılamaz, çünkü o kadar yeterli ve kaliteli veriye sahip değiliz veya olmayabiliriz. Bundan sonraki dönemde yeterli veri bulabilirsek ve bu birikimi sağlayabilirsek daha etkili bir rekabet politikasına ulaşabiliriz.

Ayrıca, eskiden olan o katı, yani “Per se” kuralının yerine, daha esnek, etkinin daha çok gösterilebildiği, yani ihlalin olması durumunda ihlalin etkisinin nasıl olduğunu gösterebileceğimiz ya da yoğunlaşma işlemlerinde sonuçların ne olacağını gösterebileceğimiz esnek uygulamaların ortaya konması için iktisadi analizler gerekecektir.

## Sonuçlar - 2

- ✓ Pratik uygulaması daha kolay olan yoğunlaşma işlemleri iktisadi analiz için öncelikle düşünülmeli,
- ✓ Yeterli veriye erişim sağlanmalı,
- ✓ Uzun vadede eldeki bilgilerin birikmesi ve değerlendirilmesi ile 4. ve 6. madde uygulamaları bakımından proaktif politikalarda da kullanım artacaktır.

Son olarak, biraz önce de bahsettiğim gibi, bazı sektörlerde ve özellikle 4'üncü ve 6'nıncı madde uygulamalarında iktisadi analizler sadece teoride kalabilmekte; ancak, yoğunlaşma işlemlerinde pratik olarak uygulanması daha kolay. Özellikle ilgili pazar tespitinde ve geleceğe yönelik fiyat tahminlerinde iktisadi analiz önemlidir.

Yine, veri erişimi çok önemli. Bu veriler biriktikçe, hem Kurumun alacağı kararlarda, hem de mahkeme süreçlerinde daha doğru ve daha kaliteli kararlar ortaya çıkacaktır diye düşünüyoruz. Teşekkür ederim.



**Oturum Başkanı-** Zamanlama da çok iyi. Evren Sesli ve Erdem Aygün'e çok teşekkür ediyoruz. Rekabet hukukunda iktisadi analizin yeri hakkında hem bazı genel önermelerde bulundular, hem de yakın zamanda Türkiye Rekabet Kurulunun aldığı bazı kararlarından kısaca örnekler verdiler. Şimdi ikinci tebliğimize geçiyoruz.

İkinci tebliğin sunucu Sayın Gökşin Kekevi, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Kamu Yönetimi Bölümünden 1997 yılında mezun olmuştur; yani aslında eskilerden. 2006 yılında Queen Mary, University of London'da Hukuk, 2008 yılında da Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünde Avrupa Birliği ve Uluslararası Ekonomik İlişkiler Yüksek lisansını tamamlamış. Dediğim gibi, Rekabet Kurumunun uzun zamandır mensubu. Rekabet Kurumuna 1998 yılında Rekabet Uzman Yardımcısı olarak girdi. “Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Birlikte Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasında Kolaylaştırıcı Eylemler” başlıklı tezinin kabul edilmesinden sonra Rekabet Uzmanı oldu. Yakın tarihli akademik çalışmaları arasında; “ABD, AB ve Türk Rekabet Hukukunda Kartellerle Mücadele” isimli kitabı ve demin sözü edilen, “Erciyes Rekabet Hukukunda Güncel Gelişmeler Sempozyumu”nda dereceye giren, “Rekabet Kurulunun Kartellere Uyguladığı Para Cezalarının Değerlendirilmesi”, “Pişmanlık Programları”, “Muharebeyi Kaybetmek”, “Savaşı Kazanmak” isimli makaleler sayılabilir.

# İKTİSADİ ANALİZ KARTELLERİN ORTAYA ÇIKARILMASINA YARDIMCI OLABİLİR Mİ?

**Gökşin KEKEVİ**

*Rekabet Uzmanı*

Teşekkür ederim Hocam. Benden önceki sunum yapanlar gibi ben de, hem ev sahibimiz Pamukkale Üniversitesine hem de Rekabet Kurumunda bu işte emeği geçenlere teşekkür etmek istiyorum. Umarım bu da tıpkı Erciyes gibi gelenekselleşir.

Bir kısa açıklamayla başlamak istiyorum. Salı gününe kadar burada ben konuşmayacaktım, Kurumumuzun çok değerli bir iktisatçısı konuşacaktı, ancak onun programında son anda bir değişiklik olunca, benden, Ekim ayının sonunda Lizbon'da ICN Kartel Çalıştayında yapmış olduğum benzer konulu bir sunumu Türkçeye çevirip sunum yapmam istendi. Belirtmek isterim ki, bundan dolayı, iktisatçıların önünde iktisat konusunda konuşan iktisatçı olmayan biri konumuna düştüm. Gerek bu durumu gerek hazırlanmam için yeterince zaman olmamasını göz önünde bulundurarak yapabileceğim hataları şimdiden mazur görmeyi sizden rica edeceğim.

## **İddia: İktisat, Kartellerin Ortaya Çıkarılması ve Soruşturulmasına Yardımcı Olabilir**

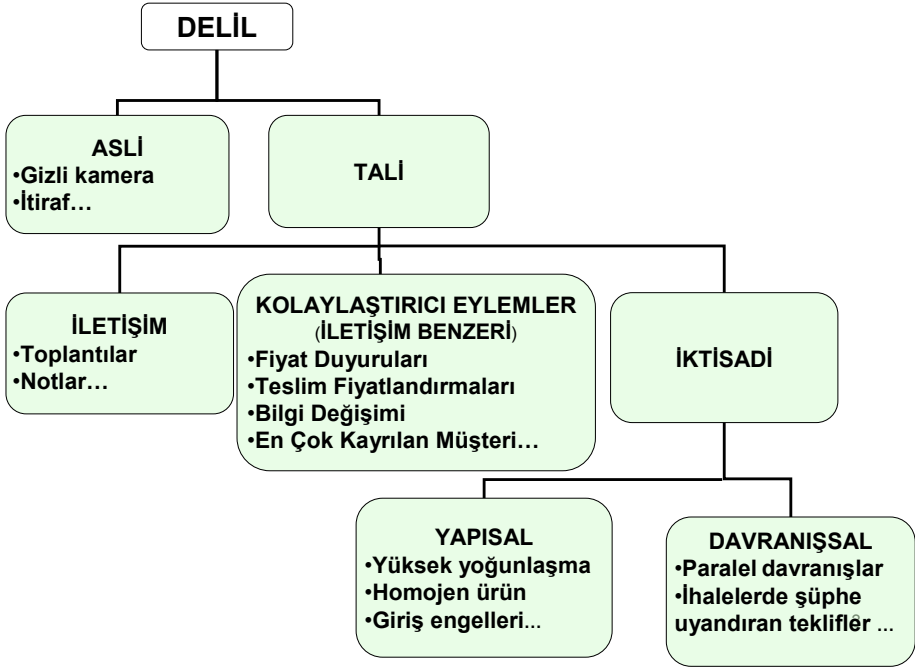
- 1. Çıkış Noktası: İktisat, kartelleşmeye yatkın piyasaları belirlemeye yardımcı olabilir.
- 2. Çıkış Noktası: Karteller yalnızca ve yalnızca iktisadi analizler kullanılarak ispatlanabilir
- Bu iki çıkış noktası, iktisadi delil ayırımına paralel

Öncelikle, “İktisat, Kartellerin Ortaya Çıkarılması ve Soruşturulmasına Yardımcı Olabilir” argümanı, “hangi sorundan kaynaklanıyor, neden böyle bir tartışma var”, kısaca bundan bahsetmek gerekiyor.

Karteller, doğası gereği gizli oluşumlar ve rekabet otoritelerinin verdikleri cezalar ile mücadele etme istekleri arttıkça her geçen gün daha da gizli hâle geliyorlar. Sunumda yok ama belki birkaç açıklama yapmak lazım. Örneğin Amerika'da *Vitamin* kartelinde, kartel üyeleri, kartel belgelerini, yaptıkları anlaşma metinlerini, bir kartel üyesinin anneannesinin evinin çatısında saklıyorlar. Örneğin Avrupa Birliği'nde, *Organic Perokside* kartelinde, Komisyonun İsviçre'de

denetim yetkisi yok diye, İsviçre'deki paravan bir firmada toplanıyorlar. Hiçbir belge üretmiyorlar, belge üretilecekse de, bunları orada saklamayı tercih ediyorlar. Bu ve benzeri sorunlar, kartellerin gizliliği, “acaba biz iktisadi kullanarak kartelleri ortaya çıkarabilir miyiz, soruşturabilir miyiz?” sorusuna temel teşkil ediyor. “İktisadın antitröstün diğer alanlarında artan kullanımını acaba kartellere de uygulayabilir miyiz?” sorusu ortaya çıkıyor.

Bu argümanın iki tane çıkış noktası var: Birincisi, iktisat, kartelleşmeye yatkın piyasaları belirlemeye yardımcı olabilir. İkinci çıkış noktası ise, karteller yalnızca ve yalnızca iktisadi analizler kullanılarak ispatlanabilir. Örneğin eski FTC ekonomistlerinden Jonathan Baker’ın bir makalesinde bu iki çıkış noktası görülebilir. Jonathan Baker, “eğer pişmanlık programlarından sonra ortaya çıkarılmamış kartel kalır ise, biz, iktisadi analizleri kullanarak bunu yapabiliriz” diyor.



Bu iki çıkış noktası, iktisadi delil ayırımına da paralel. Yakın tarihli bir OECD çalışmasında deliller şu şekilde ayrılıyor: Asli delil-tali delil veyahut da birincil ve ikincil delil diyebiliriz.

Asli delile örnek olarak; gizli kamera görüntüleri, pişmanlık programlarına başvuranların yapmış olduğu itiraflar söyleniyor. Bunların çürütülmesi hemen hemen imkânsız.

Tali delil kavramı üçe ayrılıyor: Birincisi iletişim delilleri. Bunlara örnek, *smoking gun* dediğimiz, toplantı yapıldığına dair belgeler, toplantılarda tutulmuş bazı notlar. İkincisi, ki yavaş yavaş iktisada kaymaya başlıyoruz, kolaylaştırıcı eylemler. Bunlara örnek, fiyat duyuruları, bilgi değişimi. İkincil delil-tali delil başlığı altında üçüncü grupta da iktisadi deliller gelmekte. İktisadi deliller, yapısal ve davranışsal şeklinde ikiye ayrılmakta.

Yapısal delile örnekler, ki az önce Erdem bahsetti, pazardaki yüksek yoğunlaşma, homojen ürün, giriş engelleridir. Bu “yapısal delil” kavramı, Chicago Okulundan Stigler’in, antitröst alanında dönüşüm yaratan 1964 yılındaki “Bir Oligopol Teorisi” isimli makalesine dayanmaktadır. Buna göre, bir pazarda kartelin kurulabilmesi için üç unsur gereklidir:

- 1) Kartel üyeleri uzlaşma konusunda açıkça anlaşabilmelidirler.
- 2) Uzlaşmadan sapanları tespit edebilmelidirler.
- 3) Uzlaşmadan sapanları cezalandırabilmelidirler.

Yapısal deliller, “bu üç unsurun varlığı pazarda var mı yok mu” sorusunun cevabını ortaya koymaktadır.

Davranışsal deliller ise, “pazarda paralel davranışlar var mı, ihalelerde şüphe uyandıran teklifler var mı” gibi soruların cevaplarını aramaktadır.

## **Tereddütler**

- 1. Çıkış Noktası: İktisat, kartelleşmeye yatkın piyasaları belirlemeye yardımcı olabilir ® (Yapısal delil) hemen her piyasada Kartel Kurulabilir
- 2. Çıkış Noktası: Karteller yalnızca ve yalnızca iktisadi analizler kullanılarak ispatlanabilir (Davranışsal delil) ® Karteller Yalnızca İktisadi Analizler Kullanılarak İspatlanmamalıdır

Göreceğimiz üzere bu iki delil kavramı, iktisat, kartellerin ortaya çıkarılması ve soruşturulmasında kullanılabilir argümanının da iki çıkış noktasıyla paralellik taşıyor. Tekrar edecek olursak; birinci çıkış noktası, iktisat, kartelleşmeye yatkın piyasaları belirlemeye yardımcı olabilir, ki bu, yapısal delil çerçevesinde değerlendirilebiliyor. İkinci çıkış noktası olan, karteller yalnızca ve yalnızca iktisadi analizler kullanılarak ispatlanabilir argümanına da davranışsal delille karşılık bulunuyor. İktisatçı değilim ama, karteller konusunda daha çok çalışmış bir Rekabet Uzmanı olarak, bu iki argüman hakkında bazı tereddütlerim var; şimdi bu tereddütlerimi sizlerle paylaşmak istiyorum.

## **Hemen Her Piyasada Kartel Kurulabilir**

- Yanlış Negatif: Bazı piyasalarda kartel kurulamaz
- Yanlış Pozitif: Oligopoller her zaman kartel doğurur
- Yanlış Negatif: Ankara Ekmek, Tıbbi Sarf Malzemeleri, Bilişim Ürünleri
- Kartele yatkındır ya da değildir sorusuna verilecek cevabın önemi, kartellerin ortaya çıkarılması ile B&D analizlerinde farklı.
- Diğer soru ve sorunlar: Hangi piyasalar incelenecek? Aynı anda kaç piyasa izlenecek? Kaç meslek personeli tarafından izlenecek?

Tereddütlerimi iki başlık altında paylaşacağım: Birinci olarak, “Hemen Her Piyasada Kartel Kurulabilir” başlığı altında. Bu başlık altında ilk olarak, bir “yanlış negatif (*false negative*)” ve bir “yanlış pozitif (*false positive*)”ten bahsetmek istiyorum.

Yanlış negatif: Bazı piyasalarda kartel kurulamayacağından hareket ederek kartel davranışının aklanması, kartel davranışının cezazsız kalması.

Yanlış pozitif: Her oligopol veyahut da her kartele yatkın piyasa her zaman kartel doğurur sonucuna ulaşmak.

Kurul kararlarını incelemem sonucunda, yanlış negatife uyan üç tane örnek tespit ettim. Bunlardan ikisi; *Ankara Ekmek* ve *Tıbbi Sarf Malzemeleri* kararları. Bu iki kararın ortak özelliği şu: Rekabet Kuruluna bir şikâyet geliyor. Bu şikâyet inceleniyor. Birisi ilk inceleme, diğeri önaraştırma sonucunda, “pazarın kartele yatkın olmadığı” temel argümanı kullanılarak dosya kapatılıyor. Çok kısa bir süre sonra kolluk kuvvetleri tarafından çeşitli yollarla Rekabet Kurumuna her iki dosyada da bilgi ve belgeler aktarılıyor. Örneğin *Ankara Ekmek* dosyasında

gizli kamera görüntüleri var. Bu gizli kamera görüntüleri ile pazarda nasıl kartel kurulduğu çok açık bir şekilde ortaya konuyor. *Tıbbi Sarf Malzemeleri*'nde ise, telefon dinlenilmesi yöntemiyle dosya oluşturulmuş. Bu iki dosya üzerine Kurul tekrar inceleme, soruşturma başlatıyor. Her ikisinin sonunda da, pazarda kartel olduğunu tespit edip, örneğin *Tıbbi Sarf Malzemeleri*'nde, Kurum tarihinin en büyük cezasını, yüzde 6 oranında ceza veriyor.

Tekrar altını çizmek isterim; her iki dosyada da ilk başta Kurul kapatıyor. Kapatmanın gerekçelerinden en önem arz eden, pazarın karteğe yatkın olmadığı, pazarda rekabeti kısıtlayıcı etkinin ortaya çıkmasının mümkün olmadığı, kolay olmadığı. Ancak, daha sonra asli delillerin gelmesiyle bu sonuçtan haklı olarak dönülüyor.

*Bilişim Ürünleri* kararı ise, diğer ikisinden biraz daha ayrı çünkü *Bilişim Ürünleri* yalnızca bir karara konu olmuş durumda. Dolayısıyla, buradaki, “bu yanlış negatiftir” tespitim tamamıyla benim şahsi görüşlerim. Şimdi, neden böyle bir düşünceye kapıldığımı sizlerle paylaşmak istiyorum.

Kurulun yaklaşık 3000 tane kararı var. Eğer yanlış biliyorsam düzeltirseniz sevinirim, bu 3000 karar içerisinde rekabet uzmanlarının farklı görüşe düştüğü, raportör görüşünün farklı olduğu dosya sayısının bir elin, bilemediniz iki elin parmaklarının sayısını aşacağını zannetmiyorum, *Bilişim Ürünleri* dosyası bu açıdan bir örnek. Bu dosyada, önaraştırma sonucunda dört tane raportör, tam 42 adet belgeye dayanarak “bu pazarda kartel vardır” diyor. Belgelerde, rakipler arası iletişimi gösteren, örneğin, “anlaşma yaptık, bu anlaşmanın sonucunda fiyat şöyle arttı, bunu uygulamaya gayret edelim” şeklinde ifadeler var. İki raportör ise şu görüşü beyan ediyor: “Bu pazarda çok fazla sayıda üretici var, ama ondan çok daha önemlisi, çok fazla ürün var, ürün heterojen, böyle bir pazarda biz kartelle uğraşmayalım, biz enerjimizi oligopol pazarlara yöneltelim, karteller oligopol pazarlar içindir, biz burada RKHK m.9/3'ü kullanalım” diyor. Dört raportör, “kartel var, soruşturma açalım”, iki raportör ise, belgelere rağmen, “bu pazar kartelleşmeye uygun değildir, soruşturma açılmamalı” yönünde görüş beyan ediyor. Kurul, azınlık raportörlerinin görüşünü benimsiyor ve soruşturma açmıyor. Ben, burada bir yanlış negatif olduğunu düşünüyorum; yanlış bir şekilde, “pazar karteğe yatkın değildir” argümanından hareket ederek, kartel davranışına ilişkin olarak soruşturma açılmadığını düşünüyorum. Eğer karar okunur ise, yaklaşık 42 belgeden bence bu ortaya çıkıyor.

Buradan benim ulaştığım sonuç şu:

Ben şu gerekçeyle iktisadi analizlerin kartellerin ortaya çıkarılması aşamasında çok önemli olmadığını düşünüyorum: “Kartele yatkındır” demek tek başına bir şey ifade etmiyor, çünkü kartele yatkın olması, o pazarda mutlaka, yanlış pozitif-*false positiven* hatırlayacak olursak, kartel kurulacağı anlamına gelmiyor. İktisadi analiz sonucu, “kartele yatkın değildir” demek de bir anlam ifade etmiyor çünkü kartele yatkın olmayan pazarlarda da, -hem burada değindiğimiz *Ankara Ekmek* ve *Tıbbi Sarf Malzemeleri* kararlarında görüldüğü üzere hem de Rekabet Kurulunun pek çok kararında görüldüğü üzere- eğer Stigler’in belirttiği üç araç kurulabiliyorsa kartel kurulabiliyor.

Dolayısıyla, tekrar belirtmek gerekirse, iktisadi analizlerin, kartelin ortaya çıkarılması aşaması bakımından çok önemli olmadığını düşünüyorum.

Yanlış anlamalara mahal vermemek adına şunun da altını çizeyim: “Pazar kartele yatkındır” veya “iş birliğine (*collusion*) yatkındır” sonucuna ulaşmanız birlikte hâkim durum analizlerinde, ki Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Birliği’nde “*coordinated effects*” denilen, bizde biraz “birlikte hâkim durum”a tekabül ediyor- önemli. Yaptığımız işlem öncesi analizlerle, “pazar kartele yatkındır” veya “iş birliğine (*collusion*) yatkındır” sonucuna ulaşmanız kritik öneme sahip; buna göre işleme izin veriyorsunuz ya da vermiyorsunuz. Ama bu, kartellerin ortaya çıkarılması bakımından aynı öneme sahip değil.

Bu görüşlerimi desteklemek üzere, kartellerin ortaya çıkarılması, piyasaların izlenmesi konusunda birkaç soru ve sorunu da belirtmek istiyorum.

Türkiye, dünyanın 17 nci büyük ekonomisi, belki kişi başına düşen gelirimiz düşük ama dünyanın en büyük ekonomilerinden bir tanesi.

Ekonomimiz farklı alanlara özgülümlenmiş durumda; yalnızca petrole dayanmıyor, birçok alanda faaliyet gösteriyoruz.

Nüfusumuz çok büyük.

Coğrafi olarak çok büyüğüz.

Bunun anlamı şu: Birçok pazar var, bu pazarlar aynı zamanda alt coğrafi pazarlara da tekabül ediyor.

Şöyle bir sorun ortaya çıkıyor: Gerçek hayattan da biliyoruz ki, “kartele yatkın” denilen pazarlar çok fazla; bu pazarlardan hangileri izlenecek? Genel olarak dünyada verilen cevap, Amerikalı meslektaşımızın da söylediği üzere, “akar-

yakıt gibi sektörlerin incelenmesi”, ki bunlar çoğu zaman yanlış pozitif-*false positive*in kurbanı olan sektörler.

Şunu da biliyoruz: Karteller aslında, insanların hiç dikkatini çekmeyen kimya gibi sektörlerde ortaya çıkıyor.

Dolayısıyla, acaba bu piyasaları mı izlemek lazım, yoksa tüketiciler tarafından bilinen farklı piyasaları mı izlemek lazım? Aynı anda hepsini birden izleme imkânımız olmadığı için, bu seçim nasıl yapılacak, kaç kişi tarafından izlenecek? Belki şu etkin çözümdür: Her bir oligopol pazarı ortaya koyup, bunların hepsi için bir rekabet uzmanı görevlendirmek bir çözüm olabilir ama bu çok maliyetli bir çözüm.

Dolayısıyla bu tür soru ve sorunlar bende, kartellerin ortaya çıkarılması bakımından iktisadi analizlerin nispeten önemsiz olduğu düşüncesi uyandırıyor.

## **Karteller Yalnızca İktisadi Analizler Kullanılarak İspatlanmamalıdır**

- 4. maddedeki uyumlu eylem karinesi  
İktisadi verileri toplamak zor: Gazete istisna. Çimento,
  - Gübre, Yonga Levha, Wood Pulp kural. Çünkü:
  - Fiyatlar bölgelere göre değişmekte.
  - Farklı indirim sistemleri
  - 100.000 fatura
  - 16. ve 17. maddelerle çözülebilecek sorun değil
- RO'nin iktisadi verileri ele geçirip, ifkenceyle rekabetçi olmayan sonuçları itiraf ettirdiğini varsayalım

İkinci olarak kartellerin soruşturulması aşamasına geçmek ve bunu, “Karteller Yalnızca İktisadi Analizler Kullanılarak İspatlanmamalıdır” başlığı altında incelemek istiyorum.



Biliyorsunuz, bizim 4 üncü maddemizde bir uyumlu eylem karinesi var. Bu uyumlu eylem karinesi lafzi olarak yorumlandığı zaman, yalnızca paralel davranışlar gösterilip, eğer rasyonel bir gerekçesi de yok ise, ihlal bulunabileceği sonucuna ulaştırabiliyor.

Kurul kararlarında, hem bu 4 üncü maddedeki uyumlu eylem karinesinin kullanıldığı hem de kullanılmayıp, iktisadi analizlerin kullanıldığı kararlar çerçevesinde bende oluşan soru işaretlerini paylaşmak istiyorum. Bu sorular, kartellerin ortaya çıkarılması aşaması bakımından da geçerli.

Öncelikle iktisadi verileri toplamak çok zor. *Gazete* gibi kararlar istisna. Neden istisna? *Gazete* gibi dosyalarda fiyat bizzat ürünün üzerinde yer alıyor. Yine Kurul kararlarından hareket edecek olursak, *Çimento*, *Gübre*, *Yonga Levha* veya Avrupa Birliği'ndeki *Wood Pulp* gibi dosyalarda, bırakın maliyeti veya talep yapısını, bu tür analiz için gerekli bilgilere, fiyata bile ulaşmak çok zor. Neden çok zor? Örneğin en başta, fiyat bölgelere göre değişiyor, farklı bölgelere göre farklı fiyat uygulanıyor. Neden çok zor? Çok farklı indirim sistemleri var. Neden çok zor? Mesela şurada "100 bin fatura" diye bir rakam var; bu, *Wood Pulp* kararında, liste fiyatıyla, uygulanan fiyat arasındaki farkı göstermek için Komisyona gönderilen fatura sayısı. Bizde de, mesela *Çimento* kararında bir oda dolusu böyle faturayla karşılaştık.

Türkiye'de, ve *Wood Pulp* örneğinde görülebileceği üzere belki yurtdışında da, fiyatları bile elde etmek çok çok zor. Dolayısıyla en başta, veriye ulaşmakta çok zorluk çekiyoruz.

Şunu da belirtmek lazım: Bazen bunu 16 ncı ve 17 nci maddedeki yetkilerimizi işleterek çözebiliyoruz ama çoğu durumda teşebbüslerin kendileri de tam sağlıklı olarak bu bilgileri sunabilecek durumda olmuyorlar.

İktisatçıların yaptığı üzere, bir varsayımda bulunalım. Profesör Whish'in, "iktisadi verileri ele geçirmek, işkence etmek ve rekabetçi olmayan sonuçları itiraf ettirmek" diye derslerinde çok sık kullandığı bir ifade var; bunu yaptığımızı varsayalım. Biz, yalnızca iktisadi analizlere dayanarak "kartel var" dediğimiz zaman teşebbüsler nasıl savunma geliştiriyorlar?

## **Karteller Yalnızca İktisadi Analizler Kullanılarak İspatlanmamalıdır**

- “Paralel davranış, tek mantıklı açıklaması uyumlu eylem olmadıkça, ihlalin kanıtı olamaz” (ATAD)
- Firmaların savunması üç aşamalı:
- 1. Aşama: İktisadi verilere işkence et ve paralel davranış olmadığımı itiraf ettir
- 2. Aşama: Mantıklı açıklamalar bul - “Paralel davranış olsa bile, ki bunu tabii ki kabul etmiyoruz, bu paralellik hepimizin aynı girdileri kullanmasından veya benzer tüketici talepleriyle karşılaşmamadan kaynaklanıyor.”

ATAD’ın, “paralel davranış, tek mantıklı açıklaması uyumlu eylem olmadıkça ihlalin kanıtı olamaz” ifadesi, “İktisadi nitelikli deliller kartellerde kullanılabilir” argümanının hareket noktası.” Şu söyleniyor: “Eğer biz paralel davranışın tek mantıklı açıklamasının uyumlu eylem olduğunu gösterirsek, ‘burada ihlal vardır’ sonucuna ulaşabiliriz” diyerek, “İktisadi analizlerle kartel ortaya konulabilir” deniyor. Bizim Rekabet Kurumundaki tecrübelerimizden de hareket ederek ortaya koyabileceğimiz üzere, ATAD’ın bu ifadesine firmalar üç aşamada savunma geliştiriyor:

Birinci aşamada, teşebbüsler aynı bizim yaptığımızı yapıyorlar, İktisadi verilere işkence ediyorlar ve paralel davranış olmadığını itiraf ettirmeye çalışıyorlar. Bunu nasıl yapıyorlar? Örneğin biz fiyat hareketlerini inceliyoruz, pazarda paralellik var diyoruz. Teşebbüsler, mesela süreyi uzatıyorlar, fiyatlarının indiği dönemleri gösteriyorlar veyahut da pazardaki fiyat geçişlerini göstererek “burada paralellik yok, siz ‘aynı zamanda paralellik var’ diyorsunuz ama, 10 gün sonra, 15 gün sonra geçmiş, görüyor musunuz” diyorlar. Bu argüman, bu savunma doğru olabilir, gerçekten teşebbüsler haklı olabilirler, ama haksız da olabilirler. Eğer elimizde başka veri yok ise bunu ortaya koyma şansımız olmuyor.

İkinci aşamada firmalar şunu yapıyorlar: Paralel davranış varsa bile, -ki bunu kabul etmiyorlar- bunun mantıklı açıklamalarını bulmaya çalışıyorlar. Şu ifade mesela George Hay’den bir alıntı: “*Paralel davranış olsa bile, ki bunu tabii ki kabul etmiyoruz, bu paralellik hepimizin aynı girdileri kullanmasından veya benzer tüketici talepleriyle karşılaşmamızdan kaynaklanıyor.*” Teşebbüsler şu-

nu söylüyorlar ki bugünlerde çok popüler: “Çin’in artan talebi neticesinde de hem alım fiyatlarımız (girdi maliyetlerimiz) arttı hem satım fiyatlarımız arttı.” Bu doğru bir argüman da olabilir. Ama eğer elinizde iktisadi verilerden başka veriler yoksa, bunun doğruluğunu ve yanlışlığını tam olarak ortaya koyma şansınız olmuyor.

## **Karteller Yalnızca İktisadi Analizler Kullanılarak İspatlanmamalıdır**

- 3. Aşama (iki Alternatif):
  - A) Bu piyasada kartel kurulamaz - Tam rekabet savunması (nadir)
  - B) Bu piyasa kartelleşmeye yatkındır- Oligopolistik bağımlılık (bilinçli paralellik) savunması: “Paralel davranış olsa bile, ki bunu tabi ki kabul etmiyoruz, bu paralellik için kartel kurmamıza gerek yok”
- Oligopolistik bağımlılık (bilinçli paralellik) savunması ironik ama hukuka uygun
- İktisadi nitelikli delillere ilave deliller gerekli. Bunlar yanlış pozitif ve yanlış negatifleri önlemek için gerekli.

Üçüncü aşamada ise, teşebbüsler iki alternatif yöntemden bir tanesini seçiyorlar: Birincisi şu ki buna çok nadir olarak başvuruyorlar: Atomistik bir piyasa tablosu çiziyorlar ve “bu pazarda kartel kurulamaz, eğer pazarda fiyat paralelliği varsa bile, -ki bunu baştan reddediyorlar- bu, rekabetin sonucudur, biliyorsunuz, fiyat paralellikleri aynı zamanda rekabetin de sonucu olabilir” şeklinde bir argüman ileri sürüyorlar.

Dünyada ve Türkiye’de çoğunlukla tercih edilen ikinci alternatif ise şu: “Evet, kabul ediyoruz, bu piyasa kartelleşmeye yatkın, fiyat paralelliğine yatkın oligopolistik bir pazar ama bizim yaptığımız, oligopolistik bağımlılık (bilinçli paralellik) savunması içerisine girer.” Yine Jonathan Baker’den bir ifadeyle, “paralel davranış olsa bile, -ki bunu tabi ki kabul etmiyoruz- bu paralellik için kartel kurmamıza gerek yok” diyorlar.

Oligopolistik bağımlılık (bilinçli paralellik) savunması ironik. Şu açıdan ironik: Teşebbüslerin kendileri, pazarın karteğe yatkın olduğunu kabul ediyor. Ama bu savunma, bütün dünyada, Amerika’da, Avrupa Birliği’nde ve büyük

ölçüde Türkiye’de rekabet otoriteleri tarafından kabul edilen bir savunma. Bu kabulün ayrıntısına girmeyeceğim çok basit bir açıklaması var; yaptırım uygulama imkânımızın bulunmaması. “Paralel bir şekilde, tek taraflı olarak, birbirinizle anlaşmadan fiyatınızı arttırmayacaksınız demek, rekabet otoritelerini fiyat regülatörü konumuna düşürüyor. Dolayısıyla, Amerika’da 1954 yılından beri, Avrupa Birliği’nde *Wood Pulp* kararından beri çok açık bir şekilde oligopolistik bağımlılık savunması kabul ediliyor ki ben de bunun doğru olduğunu düşünüyorum.

Peki, o zaman ne yapılması gerekiyor? Rekabet otoritelerinin, iktisadi nitelikli delillere ilave delil göstermesi gerekiyor ki bu çok çok önemli. “İlave delil” derken; mutlaka asli delil olması, gizli kamera görüntüleri falan olmasına gerek yok, az önce belirttiğim *smoking gun* denilen notlar falan da olabilir, ikincil deliller de olabilir ama gerekli. Niçin gerekli? Bir yanlış pozitif ve bir yanlış negatif önlemek için gerekli.

## **Karteller Yalnızca İktisadi Analizler Kullanılarak İspatlanmamalıdır**

- 1) Yanlış Pozitif: Oligopolistik bağımlılık savunmasından yararlanması gerekenlerin kartel üyesi kabul edilmesi
  - Maya III (Rekabet Kurulu ve 13. Daire’de oyçokluğu):
  - Paralel fiyat artışları. İlave delil yok.
  - Önceki içtihadattan ayrılma gerekçesi: Söz konusu piyasa 3. defa tahkikata maruz kaldı. Telefon konuşmaları dinlenemediği sürece yazılı delile ulaşmak mümkün değil
  - Azlık oyu ve ötesi: 1) Muğlak delillerle ağır cezalar uygulanmasının adalet duygusunu zedelemesi
- 2) Kamuoyundan daha az destek görmesi

Şimdi, yanlış pozitif olduğunu düşündüğüm bir dosyayı incelemek istiyorum. Nedir bu yanlış pozitif? Oligopolistik bağımlılık savunmasından yararlanması gerekenlerin kartel üyesi kabul edilmesi. Buna ilişkin verilebilecek örnek de *Maya III* kararı. Bu karar da, hem Rekabet Kurulunda hem de 13 üncü Dairede oyçokluğuyla kabul edilmiş bir karar. 13 üncü Daire bu kararı şekilden bozdu ama çok ilginçtir, esasa da girdi. Esasa ilişkin olarak dört üye “burada ihlal vardır” dedi, bir üye “ihlal yoktur” dedi. Hangi gerekçeyle bunu söylediklerini

birazdan anlatacağım. Kararın özelliği şu: Rekabet Kurulunun 11 yıllık tarihinde, yalnızca maliyetten bağımsız paralel fiyat artışlarına dayanarak, hiçbir ilave delil olmaksızın ceza verilen yegâne karar bu. Kararda açıkça, “biz neden önceki kararlarımızdan ayrılıyorruz” ifadesi de şu gerekçeyle açıklanmış: “Söz konusu piyasa üç defa tahkikata maruz kaldı, telefon konuşmaları dinlenemediği sürece yazılı delile ulaşmak mümkün değil” şeklinde bir ifadeye yer verilmiş. Buna karşılık, hem Rekabet Kurulunda hem 13 üncü Dairede azlık görüşünde olan üyeler az önce benim yaptığım açıklamaları söylüyorlar; “oligopolistik bağımlılık savunması kabul edilmeli, teşebbüslerin yaptıkları iktisadi analizler daha mantıklı gözüküyor, dolayısıyla burada ihlal bulunmamalıydı” sonucuna ulaşıyorlar.

Az önce yaptığım açıklamalar çerçevesinde, azlık görüşünün daha kabul edilebilir olduğunu düşünüyorum ve buna bir-iki argüman daha eklemek istiyorum:

Birincisi, muğlak delillerle ağır cezalar uygulanmasının adalet duygusunu zedelediğini düşünüyorum. Bütün dünyada ve Türkiye’de kabul edilen şöyle bir gerçek var: “Delil” kavramıyla cezanın miktarı birbiriyle ilişkili değil ki bu hukuki olarak doğru. Ama pratikte, kendi tecrübelerime göre, bunun hem uygulamada çok zorluk yarattığını, eğer zayıf delil varsa cezanın çok yüksek verilmediğini, daha tereddüt edildiğini düşünüyorum ve bunun da doğru olduğunu düşünüyorum, çünkü hakikaten, muğlak delillerle ağır cezalar uygulanmasının adalet duygusunu zedelediğini düşünüyorum. Mesela Erciyes’teki yaptığım sunumda da söylediğim gibi, kartellerin, bütün dünyadaki uygulamalara paralel olarak çok ağır bir şekilde cezalandırılması gerektiğini, hatta Türkiye’nin artık hapis cezasını tartışması gerektiğini düşünen birisiyim; ancak, muğlak delillerle bu yapılmamalı.

İkinci olarak da, yine benim tecrübelerime göre, -ki dünyada da bu böyle- muğlak delillerle bir dosya kurulur ise, bu dosyalar kamuoyunda daha az destek alıyor. Buna Amerika’dan bir örnek verecek olursak, *Lysine* kartelinin Amerika’da yapmış olduğu değişimi Amerika’daki meslektaşlarımız her zaman vurguluyorlar. *Lysine* dosyasında, gizli kamera görüntüleriyle, kartelin nasıl kurulduğu, nasıl gizlenmeye çalışıldığı, nasıl zarar ortaya çıkarttığı çok açık bir şekilde gösteriliyor. O kararın kamuoyunda yarattığı destekle Amerika’da son 5 yılda, 10 yılda kartellerle mücadelede çok büyük atılım yapıldı. Bizde de benzer örnek var, mesela *Demir Çelik*, *Tıbbi Sarf Malzemeleri*. Örneğin, *Demir Çelikte*, yalnızca bir kartel toplantısının 400 milyon doların üzerinde zarar yarattığı, *Tıbbi Sarf Malzemelerinde*, telefon dinlemesine takılan, “bizim stent konusundaki

yaptığımız bir anlaşma firmalara ayda 50 bin dolar kazanç sağlayacak” türden ifadelerin kamuoyunda çok daha etki uyandırdığını düşünüyorum. Buna karşılık muğlak delillere dayanan dosyaların kamuoyunda daha az destek gördüğünü inanıyorum.

## **Karteller Yalnızca İktisadi Analizler Kullanılarak İspatlanmamalıdır**

- 2) Yanlış Negatif: Kartel üyesi kabul edilmesi gerekenlerin oligopolistik bağımlılık savunmasından yararlanması
- Dikkat: Kartel üyeleri oligopolistik bağımlılık savunması yapabilmek için kimin, hangi fiyatı, hangi tarihte, ne sıra ile duyuracağı üzerinde anlaşabilir (Seramik, Cartonboard, Greek Ferries, Specialty Graphite)
  - Sigara 17, Wood Pulp?

Bir de, yalnızca iktisadi analizler kullanılarak kartel sonucuna ulaşmasının doğurabileceği bir yanlış negatiften bahsetmek istiyorum; bu da, kartel üyesi kabul edilmesi gerekenlerin oligopolistik bağımlılık savunmasından yararlanması. Neden buna dikkat edilmeli? Hem bizim tespitlerimiz hem de mesela Komisyonun bazı kararları var. Yaptıkları anlaşmaya kılıf uydurabilmek için kartel üyeleri şunu yapıyorlar: “Oligopolistik bağımlılık savunması kullanacağız, bunun için ne yapalım? Hepimiz aynı anda fiyat arttırmayalım, birimiz 15 ekim’de, öbürümüz 16 ekim’de arttırsın, bunun da sırasını belirleyelim” diyorlar. Mesela *Seramik* kararında biz buna ilişkin bir belge bulduk. Benzer şekilde Avrupa Birliği’nde, *Cartonboard*, *Greek Ferries* ve *Specialty Graphite* kararlarında bu yönde tespitler de bulunuyor. Kartel üyelerinin, yaptıklarına bir kılıf uydurabilmek için bu şekilde, sırayla fiyat duyurusu yapmaları konusunda uzlaştıkları görülüyor.

Bana göre, bizim kararlarımızda veyahut da Komisyon kararlarında, mesela *Sigara I* ve *Wood Pulp* kararları bir yanlış negatif örneği olabilir.

Az önce, raportörlerin farklı görüşlere düşmelerinin çok istisna olduğunu söylemiştim. Bir istisna da, bir oy farkla Kurulun ulaştığı sonucun değiştiği çok az sayıda kararın bulunması ki *Sigara I* bunlardan biri. Dokuz üyeyle karar veriliyor; beş üye “ihlal yoktur” diyor, dört üye “ihlal vardır” diyor. *Sigara I* dosyasının özelliği şu:

Pazarda, iktisadi analizlerle maliyetlerden bağımsız paralel fiyat hareketleri ortaya konuluyor. Raportörler soruşturma raporunda, teşebbüslerin birbiriyle iletişim içinde olduğunu ve bu iletişimde fiyatların görüşüldüğünü de ortaya koyuyorlar. Buna karşılık, karar veren beş Kurul üyesi, “burada oligopolistik bağımlılık savunması kabul edilmelidir, pazar oligopoldür, bu pazar kartelleşmeye yatkındır, ancak oligopolistik bağımlılık (bilinçli paralellik), -iktisat dilindeki hâliyle- *tacit collusion* savunması kabul edilebilir” diyor. Dört üye ise, “hayır, soruşturma raporundaki delilleri göz önünde bulundurursak, oligopolistik bağımlılık savunmasından yararlanılamaz, burada ihlal ve kartel sonucuna ulaşılması gerekir” diyor. Dosyada teşebbüsler arasında iletişimi gösteren, fiyatların görüşüldüğünü hatta anlaştıklarını gösteren ikincil delillere yer verildiği göz önünde bulundurulursa, dört üyenin yaklaşımı bana daha mantıklı geliyor.

Yine, sizlerin de bileceği üzere, *Wood Pulp* kararında da ATAD tarafından “ihlal yok” kararı çıkıyor. Bence de, mesela Julian Joshua’nın ifadesiyle, orada ATAD, ağaçlar için ormanı gözden kaçırarak bir yaklaşımla hareket ediyor. ATAD’ın *Wood Pulp* kararında, ihlalin bulunduğu sonucuna ulaşması gerekirdi diye düşünüyorum.

## **Diğer Hususlar**

- 1 Per se kuralı / amaca vurgu ile çelişki
- 2 Kaynakların etkin kullanılmaması (daha çok maliyetle daha az başarı)
- 3 Tamamlayıcı değil de ikame olduğu yanılgısı
- 4 Dünyada başarı kazanmaması

Sonuç kısmına geçmeden önce, “neden kartellerin ortaya çıkarılması ve özellikle soruşturulmasında iktisadi analizler daha az önemlidir” konusunda, benim düşüncelerimi destekleyecek birkaç argümandan daha bahsetmek istiyorum:

Bunlardan bir tanesi, iktisadi analizlerin, *per se* kuralı ve amaca vurgu ile çelişki yaratma riski. Az önce meslektaşlarım, dünyada *per se* kuralının kullanımının azaldığından, *rule of reason*ın arttığından bahsettiler. Bu çok doğru. Rekabet Kurumu da bu yolda ilerliyor. Ama bunun bir istisnası var; o da karteller. Bütün dünyada, Amerika Birleşik Devletleri’nde, Avrupa Birliği’nde karteller *per se* yasak. Etkiyi göstermenize gerek yok, yalnızca amacı, kartelin varlığını ortaya koymanız yeterli; bunun ötesinde, pazarda rekabeti sınırlayıcı etki ortaya çıkmış

mıdır çıkmamış mıdır gibi analizler yapmanıza gerek yok. Ancak biz şöyle bir durumla karşılaşyoruz: Rekabet Kurumunun hemen hemen her kartel dosyasında teşebbüsler bize iktisadi analiz kullanılmış dosyaları gösteriyorlar ve “siz de gösterin bunu, rekabeti sınırlayıcı etkiyi gösterin” diyorlar. Tabii ki, onların bu talepte bulunmaları bizim yapmamızı gerektirmiyor ama kamuoyunda bir yanlış algılama oluşturduğu endişesi taşıyorum.

İkincisi, kaynakların etkin kullanımıyla ilgili. Yine dünyada, doğrudan delillere dayanan, asli delillere dayanan dosyalar daha kısa sürede daha büyük bir başarı oranıyla bitiyor. Ancak dosya sadece iktisadi nitelikli delillere dayanıyorsa, daha büyük maliyet, çünkü iktisadi nitelikli delilleri elde etmek zor ve daha az başarı şansı var. Bu gerekçeyle de ben, karteller bakımından iktisadi analizlere çok sıcak bakmıyorum.

Benim en büyük endişelerimden bir tanesi; iktisadi analizlerin, diğer delil elde etme araçlarının ikamesi olmaması. Ancak, buradaki dinleyiciler için belki bu geçerli değil ama bize başka ortamlarda sıkça dile getirilen şöyle bir yanlış oluyor: “Ne gerek var falanca yetkiyi elde etmeye, örneğin pişmanlık programına veyahut da başka bir delil elde etme aracına. Kartelleri iktisadi analizler kullanarak bunu ispatlayabilirsiniz” gibi bir düşünce oluyor. Halbuki iktisadi analizler tamamlayıcıdır, ikame değildir.

Son olarak, 15 gün önce hemen hemen dünyanın tüm önde gelen otoritelerinin katıldığı bir çalıştayda açıkça şu söylendi: “İktisadi analizler kartellerle mücadelede başarı kazandırmıyor.” Bu yüzden, önde gelen ülkelerde, Amerika’da, Avrupa Birliği’nde, hemen hemen bunun hiç uygulaması yok; tek istisna Güney Kore. İhalelerin takibinde iktisadi yöntemler kullanıyorlar ama onlar bile bunun geliştirilmesi gerektiğini düşünüyorlar.



## SONUÇ

- SORU: İktisadi Analizler Kartellerin Ortaya Çıkarılması ve Soruşturulmasına Yardımcı Olabilir mi?
  - 1)Evet, bir ölçüde
  - 2) Evet, iktisadi nitelikli deliller, diğer tali delilleri tamamlayıcı olarak kullanılabilir
- FAKAT: Aşağıdaki iki görüşü kabul etmek zor:
  - 1) İktisadi analizler, kartelleşmeye yatkın piyasaları kesin bir doğrulukla belirleyebilir
  - 2) Karteller yalnızca ve yalnızca iktisadi analizler kullanılarak ispatlanabilir

Sonuç kısmına en baştaki soruyla başlayacağım:

Soru: İktisadi analizler kartellerin ortaya çıkarılması ve soruşturulmasına yardımcı olabilir mi?

Evet, bir ölçüde kullanılabilir. Kimsenin, George Stigler’in koymuş olduğu teoremin yanlışlığını söyleyebileceğini zannetmiyorum. İktisadi analizler, bu pazar kartele yatkındır veya yatkın değildir gibi bir amaçla kullanılabilir ya da rekabet otoriteleri değil ama tazminat davalarında teşebbüsler, bizimki kadar delillere ulaşma şansları olmadığı için, iktisadi analizler kullanarak bunu ortaya koymaya çalışabilirler.

Ve yine, “evet”; iktisadi nitelikli deliller, diğer tali delilleri tamamlayıcı olarak kullanılabilir. Bunlara bir itirazın olması mümkün değil.

Buna karşılık şu iki görüşü kabul etmek bence çok zor: Birincisi, “iktisadi analizler, kartelleşmeye yatkın piyasaları kesin bir doğrulukla belirleyebilir”; ikincisi, “karteller yalnızca ve yalnızca iktisadi analizler kullanılarak ispatlanabilir.”

## SONUÇ

- ÇÜNKÜ:

1) Birçok varsayım ve sorun

2) Yanlış pozitif ve yanlış negatif ihtimalinin yüksekliği:

Yanlış pozitif: Oligopolistik bağımlılık savunmasından yararlanması gerekenlerin kartel üyesi kabul edilmesi

Yanlış negatif: Bazı piyasaları yanlışlıkla kartel kurulamaz şeklinde nitelendirmek VE Kartel üyesi kabul edilmesi gerekenlerin Oligopolistik bağımlılık savunmasından yararlanması

3) Maliyetlerin faydaları aşması

Neden bu görüşteyim? Çünkü sunumumda anlatmaya çalıştım, birçok varsayıma dayanıyor, birçok sorun ortaya çıkıyor.

İkincisi, yanlış pozitif ve yanlış negatif ihtimallerinin yüksekliği. Tekrar edecek olursak, yanlış pozitif nedir? Oligopolistik bağımlılık savunmasından yararlanması gerekenlerin kartel üyesi kabul edilmesi. Yanlış negatif ise, bazı piyasaları yanlışlıkla “kartel kurulamaz” şeklinde nitelendirmek ve kartel davranışlarını aklamak. Yine bir yanlış negatif: Kartel üyesi kabul edilmesi gerekenlerin oligopolistik bağımlılık savunmasından yararlanması.

Son olarak şunu da belirtmek lazım: Maliyetlerin faydaları aşması. Belki her pazar için bir rekabet uzmanı görevlendirilse bir fayda sağlayabilir ancak bunun maliyeti çok yüksek.

## SONUÇ

- ÖZET: Hırsızları, iktisatçılarla yakalayamazsınız (Hammond)

- ÖNERİ:

1) Rekabet otoriteleri iktisat birimlerinin önceliğinin, kartellerin ortaya çıkarılması ve soruşturulması olmaması

2) Rekabet otoritelerinin kartel birimlerinde, iktisatçılar yerine Hercule Poirot, Miss Marple ve Sherlock Holmes'un istihdam edilmesi

3) Ağır yaptırımların uygulanması ile kamuoyu desteğini sağlayacak asli delillere ulaşma imkanı veren yetkilerin elde edilmesi ve kullanımı

Özet:

Amerika’da kartel biriminin başındaki meslektaşım Scott Hammond’un şu sözü bence çok çarpıcı: “Hırsızları iktisatçılarla yakalayamazsınız.”

Öneri:

Rekabet otoritelerindeki iktisat birimlerinin önceliğinin kartellerin ortaya çıkarılması ve soruşturulması olmaması. Amerika’dan gelen konuğumuz az önce çok güzel bir şekilde açıkladı; rekabet otoritelerinde iktisat birimleri çok önemli. Bu birimler bizdeki hukuk müşavirliğine denk düşen bir yapılanmaya sahip olmalı. Bu yapının temel önceliği birleşme ve devralmalar olmalı. Buna en ufak bir itirazın bulunmaması lazım. Şu anda Rekabet Kurumunda, 10 senenin ardından atılan adımlar bence çok olumlu.

Şu anda yine Kurum gündeminde olan bir husus var; o da, kartel birimi kurulması. İktisatçı Elzinga’nın ifadesiyle, kartel birimlerinde, iktisatçılar yerine Sherlock Holmes’in, Hercule Poirot’un, Miss Marple’nin istihdam edilmesi.

Farkındayım, süremi aştım, bitiriyorum. Şunu söylemek istiyorum: FTC’de 55 tane Ph.D ekonomist var; aynı Adalet Bakanlığı için de geçerli. Adalet Bakanlığı aynı zamanda yoğunlaşma dosyaları yapıyor, tekelleşme dosyaları yapıyor. Yine orada, dünyanın en iyi okullarından Ph.D derecesine sahip 55-60 tane ekonomist var. Ama kartel biriminde çalışan ekonomist sayısı sıfır. Dolayısıyla bu alan iktisatçıların değil, ben bir hukukçu değilim ama daha çok hukukçuların egemen olduğu bir alan. Bence yapmamız gereken, asli delillere ulaşma imkânı veren soruşturma araçlarına sahip olmak. Yakında pişmanlık programı yürürlüğe girecek; bu bir atılım. Daha başka yapılabilecekler de var, örneğin karteli ihbar edenlerin ödüllendirilmesi ki İngiltere yakın bir tarihte uygulamaya başladı. Kriminalizasyon süreciyle birlikte acaba telefon dinleme gibi yetkilere ulaşabilir miyiz? Buna ulaşmasak bile, *consensual wiretapping* denilen, rekabet otoritesiyle iş birliği yapanların kartel toplantısına katılıp, buradaki görüşmeleri kaydetmesi gibi araçları almaya uğraşmalıyız.

Özetle, iktisadi analizler kartellerle mücadeleye çok fazla katkı sağlanmaktadır. Sabrınızdan dolayı çok teşekkür ederim.

## SORU VE CEVAPLAR

**Oturum Başkanı-** Gökşin Kekevi'ye çok teşekkür ediyoruz. Tebliğ sahiplerini masaya almakta sanıyorum yarar var; soru-cevap bölümüne geçeceğiz. Yine gayet istisnai bir durumla karşı karşıyayız; yarım saatimiz var. Bu, bayağı bol bir zaman demektir. Zamanımız yeterli olduğu için sadece soru değil çok uzun olmamak şartıyla kısa yorum (comment) ve görüşlere de izin vermek faydalı olur diye düşünüyorum. Açıkçası konular da çok uygun. Buyurun.

**Prof. Dr. Erdal TÜRKKAN-** Çok teşekkür ederim. İktisadın rekabet uygulamalarındaki rolünün tartışıldığı bir toplantıda Gökşin Kekevi'nin, iktisatçı olmayan birisi olarak “iktisadın burada rolü olamaz ya da az olur” şeklindeki görüşü fevkalâde provokatifti. Biz de ister istemez provokasyona geleceğiz.

Tamamen, Gökşin Kekevi'nin mantığıyla hareket ederek bir sonuca varalım. Diyelim Sherlock Holmes koydunuz, o da bir delil buldu. Ancak iktisadi açıdan bakıldığında işin özü, orada toplumsal refahı mutlaka olumsuz etkileyen bir eylemin olup olmadığıdır.

İktisadın rolünü arkadaşlarımız Evren ve Erdem çok güzel anlattılar. Aslında iktisat, rekabet hukukunun toplumsal yararları, toplumsal çıkarları zedeleyen yönüyle cezalandırma yapmasını hedefler. İktisadın esas rolü, delili bulmak değil; “öyle bir eylemde toplumsal refahı negatif etkileyen bir sonuç var mıdır yok mudur” bunu ortaya koymaktır.

Karteli biz neden cezalandırıyoruz? Paralel davranış olduğu için cezalandırmıyoruz. Bu paralel davranış toplumsal refahı olumsuz etkilediği için cezalandırıyoruz. O hâlde, teorik olarak, paralel davranış olduğu hâlde toplumsal refahı olumsuz etkilemeyen bir durum olabilir; bu olasılık az, ama var. Dolayısıyla, iktisadın rolünü sadece paralel davranışı tespit etme şeklinde ele almak büyük bir eksiklik olur diye düşünüyorum.

Kartellerle ilgili olarak iktisadın rolü iki tanedir: İlk olarak iktisat fiyatın bir monopolcü fiyat olup olmadığını, daha teknik deyimiyse, marjinal maliyetle fiyat arasındaki farkın çok geniş olup olmadığını tespit eder. İlk arkadaşlarımız da buna çok iyi vurgu yaptılar. İkinci olarak iktisat paralel davranış olup olmadığını araştırır. Ancak, paralel davranış gerekli koşul değil, yeterli koşuldur. Ancak iktisatçı hiçbir zaman, “bu piyasada kesinlikle paralel davranış var veya yok” diyemez. Ancak “Paralel davranış olasılığı düşüktür” veya “paralel davranış olasılığı yüksektir.”denilebilir. Dolayısıyla, bir iktisatçı, “efendim, ekmek piyasa-

sında kesinlikle paralel davranış olamaz” diyorsa, bu yanlış; bir ifadedir. “Kötü iktisatçıların” söylediği lafları da, “efendim, iktisadi analiz işe yaramaz” diye yorumlayarak çürütmeye çalışmak da anlamlı bir yaklaşım değildir.

Ben sevgili Kekevi'nin buradaki analizini bu anlamda, provokatif olduğu için yararlı görüyorum, çünkü bunları söylemiş oluyoruz, fakat doğru bulmadığımı ifade ediyorum, daha doğrusu aşırı buluyorum. O köşeleri düzeltmek lazım. O bakımdan, lütfen, hukukçu ve iktisatçı arkadaşlarımız doğru anlaşsınlar. Frankena sabahleyin çok önemli bir şey söyledi; dedi ki, “iktisatçılar, hukukçular için çalışmaz, hukukçularla birlikte çalışır.” Bu birliktelik için de önce bir anlaşma zemininin olması lazım, bu anlaşma zeminini iyi kurmak lazım. Lafı uzattım galiba. Teşekkür ederim.

**Oturum Başkanı-** Buyurun Hasan Hoca...

**Doç. Dr. Hasan ERSEL-** Bu iki güzel sunuma teşekkür ediyorum. Onların çağrıştırdığı iki ufak nokta üzerinde durmak istiyorum: Bunlardan bir tanesi, bende “Van Çimento” kararını çağrıştırdı. Van Çimento kararının detayını bilmiyorum ama çağrıştırdığını söyleyeyim, ona göre bir şey kuracağım.

İki tane yöntem var: Bu yöntemlerden bir tanesi uygulanırsa, diyelim ki, o şirketin lehine, bir olursa aleyhine karar verilecek. Dolayısıyla, Rekabet Kurumunu bir bütün olarak alıyorum. Argüman şu (bu ikisi de bilinen, dünyada kabul edilen yöntemler, orada da tartışılacak bir şey yok): Rekabet Kurulu öznel bir şekilde bunlardan bir tanesini seçmiştir. Öbürünü seçseydi sonuç başka türlü olacaktı. Bu argümana karşı çıkmak biraz zordur, ama çıkılması gerekiyor; onun üzerinde duracağım. Bir firma her hafta aynı kusuru işliyor ve Rekabet Kurumunu da her hafta çeşitli yöntemlerle bunu deniyor ve onun sonunda, “birinci yöntemle yaptığımız 120 gözlemde 80’inde daha iyi sonuç aldık” diyerek karar alamıyor; bu bir kere olan bir şeydir. Bir kere olduğunda alınan karar sonuçta o firmaya bir türlü bir zarar, itibarın yitirilmesi filan gibi bir şeyi doğuracaktır. Bu, istatistik problemdir. Bu istatistik de, frekansı sık olmayan, çok seyrek olan, fakat maliyeti yüksek olan problemlerde nasıl karar verilir? Buralarda nesnel olasılık diye bir şey yoktur, çünkü frekans yoktur. İkincisi, bu Bayezyen öğrenme süreci de çalışmaz; çünkü sizin bir önyargınız var, arkasından bir-iki gözlem alacaksınız, o iki gözleme dayanarak kendi ön düşüncenizin ağırlıklı ortalamasıyla karar alacaksınız, o iki gözlemi beklerseniz 20 yıl beklersiniz. Bu da mümkün değildir. Dolayısıyla, döner gelir, öznel yargınıza kalır. İşte burada istatistiki karar kuralı, evet, bu öznel yargıyı kullanmalıdır; onun için Rekabet Kurumu vardır.

Aynı anda, mesela kalkıp, “yok efendim, o değil de, bu” deseniz, o adam da öyle söylemiştir; ama yetkilisi ve sorumlusu Rekabet Kurumudur. Rekabet Kurumu, BDDK gibi kuruluşların, “öznel tercih yapılmıştır” yargısından çekinmemeleri gerekir. Bunu mahkeme kararlarıyla ilgili olarak söylemiyorum. Kamuoyunda çıkar bu olay. Öyledir, görevidir ve aksi mümkün değildir. Ne yapacaksınız? Bir firmanın aynı kusuru aynı koşullarda bilmem kaç kere işleme beklenemez.

Bu istatistikle ilgili. İkincisi de sizinle tebliğinizle ilgili. Burada bir sorun var. Fiyat bile olsa bu bir durum değişkenidir, o durumu gösteriyor. Biz, o duruma bakıyoruz ve bir de, başka bir durum var, onunla karşılaştırıyoruz, -iktisat terminolojisiyle- karşılaştırmalı statik yapıyoruz. İktisatta da, biliyoruz ki, dinamik özelliklerini bilmiyorsanız iki tane statik durumu karşılaştırmak malumat vermez. Dolayısıyla, fiyatı biliyoruz. “O fiyattaydılar, buradan da buraya beraber geldiler” şeklindeki bilgi, sizin de altını çizdiğiniz gibi, ne yazık ki eldeki tek bilgidir, açık olan tek bilgidir; ama bu, dinamik analizi yapmak için gerekli bilginin olmadığı anlamına gelir. İktisatta bu nasıl yapılır bilmiyorum ama, sizin anlattığınız gibi, hafiyelerin bulunduğu bilgiyi iktisat modeline sokarsak farklı dinamik patikalar çıkar; biri sizi, anlaşmayla oraya vardıklarına götüren bir sonuç verir, öbürkü ise, oligopol davranışın, normal bir oligopol reaksiyon fonksiyonunun götüreceği yere, -tabii şeye aynen katılıyorum, daha yüksek olasılıkla o olur- götürebilir. Teşekkür ederim.

**Oturum Başkanı-** Buyurun.

**Yrd. Doç. Dr. Ayhan KORTUNAY (Pamukkale Üniversitesi Öğretim Üyesi)-** Öncelikle sunumlar için teşekkür ederim. Bir hukukçu olarak Gökşin Beyin sunumuna ufak bir katkı olacak. İktisadi analizler bence de tali delildir. Ceza hukukunda masumiyet karinesi olduğuna göre, şüpheden sanık yararlanacağına göre, iktisadi deliller ceza için tek başına yeterli olmamalıdır, ama iktisadi analizleri de yok saymak rekabet hukukunu inkâr anlamına gelir. O hâlde, ne yapmak lazım? Kanaatimce, iktisadi analizleri asli delillere ulaşma konusunda kamçılayıcı birer faktör olarak görmek, belki buna bağlı olarak da, ilgili sektörlerde yapılacak araştırmaları veya denetimleri sıkılaştırmak gerekir diye düşünüyorum. Söyleyeceklerim bu kadar. Teşekkür ederim.

**Oturum Başkanı-** Buyurun.

**Araş. Gör. Gülden BÖLÜK (Akdeniz Üniversitesi Öğretim Üyesi)-** Bir endüstri iktisatçısı ve rekabet öğrencisi olarak naçizane bir yorumum var. Reka-

bet otoritesi, adından da anlaşılacağı üzere, bir otorite (Competition authority.) Biraz önce Vali Beyin, “Rekabet Kurumu korkulan bir Kurumdur” gibi bir yorumu vardı. Komisyonun daha çok, mevcut kartelleri cezalandırmaktan ziyade, sektördeki veya piyasadaki işleyebilir rekabet koşullarını sağlamak, Düzenleyici Otorite olarak sadece ceza veren bir Kurum olmaktan ziyade, piyasadaki bu işleyebilir rekabet fonksiyonlarının oluşturulması konusunda özellikle önemli bir regülasyon görevi olduğunu düşünüyorum. Teşekkürler.

**Oturum Başkanı- Ünal...**

**Prof. Dr. Ünal ZENGİNOBUZ (Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi Bölümü Öğretim Üyesi)-** İlk sorum ilk sunuşu yapan arkadaşlara. Bizim eski öğrencilerimiz olduklarını da şimdi tekrar anlıyorum. Belli bir süreden beri rekabet iktisatçısı olarak çalışıyorsunuz; Türkiye’deki aldığınız iktisat eğitiminin sizi buna ne kadar hazırladığını ve tecrübeleriniz ışığında bu husustaki önerilerinizi neler olabilir; onları merak ettim açığı.

Gökşin Beye de çok kısa bir eklemem var. Ben de, belirtilen görüşlere bir iktisatçı olarak katılıyorum. İktisatla hukuku birbirine karşı koymak gerçekten çok zor. İktisadın ne dediğini ve hukukun ne dediğini ayrı ayrı çok iyi anlamak lazım herhâlde. Sicilya’da hiçbir pazarın rekabetçi olmaması mümkün; mafya ve kaba kuvvet yoluyla her türlü piyasayı kartelleştirebilirsiniz. O konuda da iktisat ne derse desin, şüphesiz ki, asıl olan hukuk olacaktır. Hangi alanlarda rekabet beklendiği, hangisinde kartel olamayacağı ve olmasının güç olduğu hususlarında da iktisat bilgisini göz ardı etmek hakikaten kaynakların büyük israfı olur. O açıdan da, bunu mutlaka göz önünde bulundurmak lazım. Teşekkür ederim.

**Oturum Başkanı-** Başkan pozisyonumu kullanarak özellikle de ikinci tebliğ konusunda ben de bir-iki söz etmek istiyorum.

Tebliğ dinlemeye başladığımda, “iktisadi analiz, hangi piyasalarda kartel oluşabileceğini kesinlikle belirleyebilir”, iki, “kartel olup olmadığını ancak ve ancak iktisadi analizle belirleyebiliriz”, bu iki temel önermeyi de söyleyen bir iktisatçı bilmediğim için, yahu, kimden bahsediliyor diye önce bir şaşırdım.

İkincisi, -sizden orada ayrılıyorum- tebliğin temel önermesiyle de sonuna kadar hemfikirim, yani, kartel “Case”leri iktisadi analizin ağırlıkta olduğu Case’ler değildir; işin enteresanı, onu iddia edecek iktisatçı da tanımıyorum. Burada belki Sayın bir şeyler söyleyebilir belki. Niye öyle? Çünkü, iktisatçılar da bu alanın “Per se” yaklaşımıyla halledilebileceğini düşünüyorlar. Bu konuda

hukukçularla iktisatçılar arasında bir farklılık olduğunu sanmıyorum. O da şu demektir: Kartel alanı öyle bir alan ki, eğer bir kartelleşme çabası var ise, bu ihlali oluşturmaya yeterlidir, toplumsal refaha olan katkısına bakılmaksızın.

Erdal Hocanın söylediği, bu “Per se”yi kurguluyor. Bence, bunun “Per se” olarak kabul edilmiş olmasının da iktisadi bir nedeni var. Onu ya Jonathan Baker ya da Danny Neven bir makalesinde güzel söyler; “yahu, bu adamlar hakikaten böyle bir araya gelip fiyatı birlikte tespit etmeye çalışıyorlarsa, bundan toplumsal açıdan hayırlı bir şey çıkması mümkün değil, o yüzden, bunu yasaklarsak çok büyük bir hata etmiş olmayız zaten, yani bunu yasaklamanın topluma büyük bir maliyeti olmaz” der. İktisatçılar yasak koymayı sevmez; o yüzden, başka bir sürü alanda Rule of Reason’u benimserler, iktisadi sonuçlarını incelemeyi önerirler, özellikle hâkim durumun kötüye kullanılması alanlarında. Birleşme ve devralmalarda zaten neredeyse tanım icabı bunu yapıyoruz. İş kartele geldiği zaman, benim tanıdığım iktisatçılar derler ki, “bu davranış biçimini yasaklamanın topluma muhtemel kaybı sifıra yakın veya çok düşük, o yüzden, biz bunu baştan yasaklayalım, uzun uzun uğraşmayalım, kaynak israfına da neden olmayalım.”

Soruya da geleceğim. Demek ki, iki tane Comment’im var. Buradaki önermeler bana biraz karikatürleştirilmiş gibi geliyor. Belki de, daha çok Kurum içi bir tartışmaya ışık tuttuğu için şey yapmıyor. Onu dışarıdan anlamak biraz daha zor oluyor. Dolayısıyla, o önermelerin iktisatçı önermesi olduğuna çok inanmak istemiyorum; fakat buna karşılık, makalenin temel önerisi bana doğru gibi geliyor.

Bu araştırma sırasında, şurada ortaya koymaya çalıştığım iktisatçı tavrı diye bir şey diyebilirsek, farklı bir iktisatçı tavrıyla karşılaşıldı mı, literatürde böyle bir şey var mı; onu da ayrıca merak ediyorum. Ben olmadığını sanıyorum ama belki de vardır. Son bir soru daha alabiliriz. Buyurun.

**ZEYNEP MADAN (*Rekabet Kurumu Uzmanı*)**- Tüm meslektaşlarıma sunumları için çok teşekkür ederim. Oldukça faydalandım.

Gökşin Beyin sunumuyla ilgili olarak küçük bir katkıda bulunmak istiyorum. Gökşin Beyin ana görüşüne bir iktisatçı olarak katılıyorum, ama sadece 4’üncü madde olarak değil, genel olarak, tüm rekabet hukuku uygulamalarında. Şöyle farklı bir yorumum var: Sadece iktisadın kullanılması doğru sonuca varmak için yeterli değil, çünkü iktisat da sonuçta öznel unsurları içeriyor, nesnel unsurları değil, yoruma dayalı. Şu an, bu konuda oldukça yüksek tecrübeye sahip



Amerika Birleşik Devletleri'nde de, iktisadi analizlere bir standart getirilmesi gerektiği tartışmaları mevcut ve bunlar olağan bir şekilde, yoğun bir şekilde sürüyor; bunlar da ilginç. Orada da şu savunuluyor: İktisadi kullanmamız, False negatif, -benim kendi çevirim "müdahaleden hatalı kaçınmak", Gökşin Bey False negatif olarak çevirdi- ya da False pozitif, hatalı müdahaleyi engellemiyor, çünkü iktisadi kullanmak da, kendi, yorum unsuru içeriyor, öznel unsurlar içeriyor. "Bu müdahaleden hatalı kaçınmayı ya da hatalı müdahaleyi önlemek için standartlar getirmeliyiz" diye şu an Amerika'da yoğun bir şekilde bunlar tartışılmakta, özellikle benim ilgi alanımı çeken 6'ncı madde ya da 82'nci madde veya oradaki Sherman Yasası için 2'nci maddeye ilişkin olarak. Bunlar henüz Avrupa Birliği'nde tartışılmıyor; iktisadi analizlerin yoğun bir şekilde kullanılması gerekliliği tartışılıyor. Bizde de, doğal olarak, şu an bu standartlar üzerinde henüz tartışmalar yok; daha çok, "iktisadi analizler ne yoğunlukta tartışılmalı ya da tartışılmamalı" diye tartışılıyor. Bu işin bir sonraki aşaması, "iktisadi analizleri neye nasıl, hangi standartlara göre kullanmalıyız" oluyor. Teşekkür ederim.

**Oturum Başkanı-** Sanıyorum sorular bitti. Söz vermeden önce, buradaki tartışmalarla ilgili olarak acaba Mark'ın söylemek istediği bir görüşü var mı diye merak ediyorum.

**Dr. Mark W. FRANKENA-** Bir ekonomist olarak benim yorumum, FTC'deki veya diğer rekabet kurumlarındaki avukatların, rakip firmalar arasındaki anlaşmalar fiyat ve benzeri konulardaysa bu anlaşmaları kendiliğinden yasadışı (per se illegal) olarak kabul ettikleri yönündedir. Bu firmaların anlaşma yapıldıktan sonraki piyasa hâkimiyetleri dahi dikkate alınmamaktadır. Örneğin, bir şehirde aynı meydanda on tane fırın bulunabilir ve bunlardan iki tanesinin fiyat veya başka bir konuda anlaşma yapması bir fark yaratmaz çünkü diğer sekizi rekabet etmeye devam edecektir. Bildiğiniz gibi ekonomist olarak, bazı durumlarda toplu sözleşmeler gibi ortak anlaşmaların olduğu vakalarla karşılaşırız. Bu vakalar kendiliğinden yasadışı olarak kabul ediliyor. Bu noktada piyasa hâkimiyeti söz konusu değilse sorun nedir diye sorabilirsiniz. Böylesi bir durumda, bir adım daha ileri giderek bunun verimliliği artırmak için yapıldığını düşünebilirsiniz. Çünkü ortada rekabeti etkileyecek bir durum yoksa bunu yapmalarının sebebi verimi artırmak olabilir. Bu nedenle, taraflar arasındaki anlaşmaların piyasa hâkimiyeti üzerinde bir etkisi olup olmadığına bakmak gerekir çünkü durum öyle değilse, belki de başka bir sebepleri vardır. Belki de verimi arttırmaya yönelik bir anlaşma yapmışlardır.

Son konuşmacıya bir sorum olacak. Türkiye’de “Bir kartel var ve bu kartelin bir parçasıydım. Cezamın hafifletilmesi karşılığında size bununla ilgili tüm bilgileri sağlayabilirim.” diye size gelen kişiler için bir af programı veya pişmanlık programı var mı? Çünkü bence bu Adalet Bakanlığı’nın benimsediği yaklaşımın çok önemli bir parçasını oluşturuyor. Ağır cezaları, hapis cezalarını ve pişmanlık programlarını kullanıyorlar. Piyasa hâkimiyeti olsun olmasın bunların hepsinde ekonominin payı var. Bazı durumlarda bir fiyat analizi yardımcı olabilir. Bu alanda çalışmadığım için bu konuda çok fazla şey söylemek istemiyorum.

**Prof. Dr. Erdal TÜRKKAN-** Bir noktaya açıklık getirmek lazım. İki şeyi ayırmak lazım. Karteller, hiçbir toplumsal refah kaybı yaratmasa dahi bir suç olarak sayılıyor; bu, hukuki bir yaklaşım ve biliyorsunuz, aslında buna karşı çok büyük itirazlar var. Bir defa, en azından bazı hâllerde kartel sürdürülemez, kartel yapılsa bile bunun uygulamaya konulması ve sürdürülebilirliği mümkün değildir” şeklinde görüşler var. Her halükârda hukukta şöyle bir prensip de var: Bir adamı, “yapmadığı bir şeyden dolayı cezalandırmak, yaptığı bir şeyden dolayı cezalandırmamaktan daha büyük bir adaletsizliktir”; dolayısıyla, buna çok dikkat etmek lazım. Bir insanın yapmadığı, yapamadığı bir şeyden dolayı cezalandırılması doğru değil. Bunu bir veri olarak alıp da meseleyi tartıştığımız zaman ben de sana katılıyorum. Ama esas rekabet hukuku-iktisat bağlantısının özünde, bir ihlalin refah kaybına neden olması vardır. Burada “Efendim, bunlar bir araya geliyorsa mutlaka refah kaybı yaratıyordur” varsayımı söz konusudur. Bu varsayımın bazı hâllerde doğru olamayacağı da gösterildiği için buna da aslında şüpheyle bakmamız lazım. Teşekkür ederim.

**Oturum Başkanı-** Buyurun. Yalnız, sizden kısa alacağım. Olur mu? Zamanımız bitiyor çünkü.

**Bir Katılımcı-** Bir-iki dakika içinde söyleyeceğim. Hasan Hocamın dedikleriyle ilgili bir şeyler söylemek istiyorum. Düzenleyici otoriteler söz konusu olduğunda, onları, kararlı olma konusunda cesaretlendirmesi güzel bir şey.

Aslında çimento olayı, yani iki analiz yönteminden birinin seçilmiş olması ilginç. Düzenleyici otoriteler neden bir yöntemden diğerini seçtiklerini bence çok iyi gerçekleştirmeleri gerekir. Gerçi, sanıyorum orada gerekçelendirme var gibi. Ben sıklıkla, Sermaye Piyasası Kurulunun, çağrı muafiyeti konusunda, birbiriyle tutarlı olmayan, zaman zaman değişen, benzer olgular karşısında, aradan 1 yıl bile geçmeden farklı iki karar verdiğine tanık oluyorum.

Şu önemlidir: Bir yöntemin diğerine tercih edilmesi durumunda, bunun, düzenleyici otoritenin kendi tarihi açısından bir içsel tutarlılığı olmalıdır; burada da, “iyi açıklama” devreye girer. Üstelik, Hocam da masumiyet karinesi diye ifade etti, -ki genel bir kuraldır- suçlanan kişinin aleyhine olan şeyin yanı sıra, lehine olanın da aynı anda sunulması gerekir. Bunun da önemli olduğunu düşünüyorum; yani kurumları cesaretlendirmenin ötesinde, kararlı olmak konusunda kurumların da kendi içsel tutarlılıklarına sahip olması gerektiğine inanıyorum.

**Oturum Başkanı-** Çok teşekkür ederiz. İsterseniz ilk tebliğden başlayalım. Buyurun.

**Erdem AYGÜN-** Hocam, öncelikle Ünal Hocama söyleyeyim. Ben 2003 yılı sonbahar döneminde sizden “Public Finance” dersi almıştım. Belki hatırlamayabilirsiniz ama -siz sahnedeki tek kişiydiniz- ben sizi tanıyorum tabii.

Hocam, önce Van Çimento kararından başlayayım. Van Çimento kararında galiba bir yanlış anlaşılma oldu. Orada, iki testten birisinin tercih edilmesi aslında söz konusu değil. Zaten Danıştay’a giden davacı şirket, “SSNIP testi kullanılması gerekli” derken, kendisi de bu testi yapamamıştı. Bizim savunmamızda da aslında SSNIP testinin daha iyi olduğunu söylemekle beraber, bunu yapmanın zor olduğunu, elde veri bulunmadığını söyleyerek, diğer alternatif olan Hogarty testinin kullanıldığını savunmada gönderdik. Danıştay da Hogarty testinin objektif bir kriter olduğunu söyleyerek itirazı reddetti. Eğer SSNIP testinin de yapılması mümkün olsaydı, herhâlde, iki test de ortaya konur, iki testin sonuçları benzerse, sonuç ortaya koyulurdu, eğer farklı çıkarsa belki orada bir tercih yapılabilirdi. Burada, Rekabet Kurumunun öznel bir tercih yaptığından aslında şu an bahsedemeyiz; eğer yaparsa, “SSNIP testi yerine Hogarty’i kabul ediyorum” derse, bunu da elbette gerekçelendirecektir, “çeşitli nedenlerden dolayı Hogarty testini kullandım” diyecektir. Dediğiniz gibi, “bir Düzenleyici Otorite olarak dememe hakkı vardır”, bu söylenebilir, ancak Danıştay’ın buna ne diyeceği herhâlde belli olmaz, çünkü SSNIP testini kullanarak aksi bir ilgili pazar tanımının ortaya konması durumunda Danıştay bunu kabul edebilir. Bu, Van Çimento’yla ilgili açıklamam.

Gökşin Beyin bahsettiği şeylerle ilgili ben de bir şeyler bahsetmek istiyorum. Aslında kartellerin arka planında hep iktisadi analizler var zaten. Bir kartel kurmanın gerekçesinde zaten “tekelci fiyat uygulayayım, kârı ben alayım, tüm refahı ben götüreyim” diye düşünce var. Bu nedenle, teoride, iktisadi gerekçelerle kurulan bir karteli, eğer o düşünceyi yakalayabilirsek, sadece iktisadi deliller-

le bulmamız mümkün. Eğer aynı düşünceyi biz de yakalayabilirsek, neden bir kartelin kurulduğunu ortaya koyabiliriz. Ancak, pek çok düşünce olabilir, pek çok yöntem olabilir; teoride mümkün olan bu şeyi pratikte yakalayamayabiliriz. Ancak, “karteller sadece ve sadece iktisadi delillerle yakalanamaz” demek, o bir tane düşünceyi kabul etmemek demek ki, bu aynı zamanda, “kartellerin arkasında iktisadi bir düşünce yoktur” demektir. Açıkçası, ben bu konuda çok katılmıyorum. Bu arada, tebliği beraber sunduk ama bu tamamen benim kendi görüşüm, Evren’i bağlamaz. Ben, iktisadi gerekçelerle kartel kurulmuşsa, aynı gerekçeleri biz de yakalayabilirsek, bu kartelin amacını ortaya koyabiliriz diye düşünüyorum; ama pratikte elbette ki çok zor. Hukukçular, ceza vermek için daha sıkı deliller istiyorlar.

Yine kendi açımdan söylüyorum, tali delil olarak “iktisadi delil”in kullanılmasını doğru bulmuyorum. Bunlar eşit düzeyde deliller. Eğer iktisadi amacı olmayan kartellerin, -duygusal amaçlı bir kartel olacağını zannetmiyorum, dünyada bir ahilik kurumu yok herhâlde- olması düşünülemeyeceğine göre, iktisadi deliller de en az hukuki deliller kadar, hatta, bulunabilirse bence daha önemlidir. Yalnız, pratikte bulunması zor olduğu için hukuki deliller gerekli. Gökşin Bey bahsetti; Tıbbi Malzemeler kararında telefon dinlemeleri olmasaydı gerçekten de o ciddi karteli bulamayacaktık. O karteli bulduktan sonra, onlara sorarak, bunu hangi mantıkla yaptıklarını öğrenebiliriz. Onlara sorsak, eminim ki, iktisadi bir analiz yaptıklarını ve bu karteli kurmakla elde edecekleri ekonomik kârları onlardan öğrenebiliriz. Bu, “Tıbbi Cihaz kartelinde iktisadi bir gerekçe yoktur” demek değildir zaten.

Hocam, sizin sorunuzu tam anlayamadım. “Ne yapılabilir” diye mi sordunuz bilmiyorum ama...

**Prof. Dr. Ünal ZENGİNOBUZ (Boğaziçi Üniversitesi Ekonomi Bölümü Öğretim Üyesi)**- Yaptığımız işte aldığımız iktisat eğitimi herhangi bir işinize yaradı mı, yarıyor mu, yaraması için tecrübeniz ışığında nasıl değişiklikler önerebilirsiniz; onu sormuştum.

**Erdem AYGÜN**- Hocam, yarıyor aslında. Gerçek hayatta, tam rekabet piyasasının aslında bir ütopya olduğunu anlıyoruz, çünkü öyle bir piyasaya elbette ulaşmak mümkün değil. İktisat eğitimi almadan da, neden karteller zararlı, neden tekeller zararlı? onu anlamamız mümkün değildi. En azından, o dara kaybını öğrenmeden rekabet uzmanlığı olmuyor. Teşekkür ederim.

**Evren SESLİ-** Erdem öyle bir not düşmesi iyi oldu; ben burada bazı noktalarda Erdem'den ayrılacağım.

Erdem'e şu noktada katılıyorum; tabii ki kartelin altında yatan bir iktisadi rasyonel var. Karteller iktisadi gerekçelerle yapılıyor, oyun teorileri de zaten bunun üzerine. Ne zaman kartelden cayarız, ne zaman dengeyi buluruz. Literatürde bunlar üzerine çok sayıda yazın olduğunu biliyoruz. Rekabet hukuku anlamında iktisadi deliller, evet, karteli oluşturan teşebbüslerin neden böyle bir davranışta bulduklarını anlamamıza yardımcı olabilir belki ama onların rasyonellerini veya onların mantıklarını anlamamın karteli yakalamak için yeterli olduğunu düşünmüyorum.

Sunumda da aktarmaya çalıştığımız şekilde hukuk ve iktisadın dengeli bir biçimde, birbirlerini tamamlayacak ve bu haliyle kararları daha da güçlendirecek şekilde kullanılabileceğini düşünüyorum. Bu noktada da belki Gökşin Beyle –onun kadar keskin hatları olmasa da- aslında sonuçta aynı noktaya vardığımızı düşünüyorum. Özellikle 4'üncü madde ve karteller konusunda hukuki delillerle iktisadi delillerin birbirlerini tamamlayıcı nitelikte olduğunu, bir kartel söz konusuysa ve elde kartelin varlığına ilişkin yeterli delil de varsa zaten bu konuda tartışılacak bir şey olduğunu düşünmüyorum. İktisadi tespitler ise kartelin rasyonelinin ne olduğu ortaya koyabilecektir. Bu tür tespitleri ortaya koymamız bulgularımızı zenginleştirecek ancak tek başına karteli ortaya çıkarmakta yeterli olmayacaktır.

Öğrenciniz olarak ben de sizden Mikro iktisat ve Kamu Maliyesi (Public Finance), dersleri aldım. Mikro zaten bir bakıma şu anda çalıştığımız alanın temelini oluşturuyor. İktisadi analiz dediğimizde de aslında yoğun olarak tartıştığımız şey temelini mikro iktisattan alıyor dolayısıyla bizim teorisini okulumuzda sizlerden öğrendiğimiz alan. Ancak tabii ki okuldaki bilgiler çoğunlukla teori düzeyinde kalıyor. Tezlerimizi yazarken ya da akademik bir çalışma yapacağımızda faydalı oluyor. Rekabet hukukunun iktisatla çok yakın bağlantısı olduğundan okulumuzda en azından bu yönde seçmeli dersler açılabilceğini düşünüyorum.

**Bir Katılımcı-** Var, açtık.

**Evren SESLİ-** Açtık mı? Tabii, ben mezun olalı epey zaman oldu. Tekrar teşekkür ediyorum.

**Bir Katılımcı-** Bizde, Akdeniz'de üç tane var.

**Evren SESLİ-** Teşekkürler.

**H. Gökşin KEKEVİ-** Öncelikle çok teşekkür ediyorum. Bugün yaptığım sunum benim şu anda devam etmekte olan iki çalışmamın, iki makalenin konusu: Bir tanesi rekabet hukukunda delil kavramı üzerine, daha hukuki bir perspektiften yazmaya çalıştığım bir makale. Bir tanesi de karteller ve iktisat ilişkisini incelediğim bir makale. Bu çerçevede, hocalarımla görüşmelerimden, sizin görüşünüzden çok katkı sağladım.

Şunu da belirtmek istiyorum; bazı şeylerin *lost in translation* olduğunu düşünüyorum çünkü bu orijinal olarak İngilizce hazırlanmış bir *paper* idi, ben üç gün içerisinde bunu kısaltarak çevirmeye çalıştım. Dolayısıyla bazı şeyleri yanlış aktarmış olabilirim. Bazı şeyleri, öncelikle de “toplumsal refahın rolü” kısmını açıklamaya çalışacağım.

Eğer şunu dediysem özür dilerim: “Kartellerin yanlışlığını ortaya koymakta iktisat hatalıdır” dediysem yanlış demişimdir. Kartellerin hatasını iktisat ortaya koymuştur. Zaten rekabet hukukunun, 1960’lardan sonra önemi artsa da, daha ilk çıkışında iktisadi mantık var; bunu hiç kimse reddedemez. Ama şurada katılmıyorum: Amerika’da, Avrupa Birliği’nde, “bu kartel sonucunda toplumsal refah azalmıştır ya da artmıştır” analizinin yapıldığı tek bir karar yok. *Per se* yasak zaten bunun için var. *Per se* yasak çerçevesinde kartel var mı, varsa...

**Prof. Dr. Erdal TÜRKKAN-** Cezayı nasıl veriyor?

**H. Gökşin KEKEVİ-** Çok güzel. Onu da açıklayacağım; o da çok önemli. Yanlış bir inanış yayılıyor. Ben zaten bunu anlatmaya çalışıyordum. Sorular buna çok güzel çanak tuttu.

Amerika’da da, Avrupa Birliği’nde de buna ilişkin bir tane analiz yoktur, bir tane karar yoktur. Bunu akademisyenler de destekler ki İzak Hocamız söyledi. Mesela *rule of reason*ın yükselişini en savunan insan Robert Bork, kitabının 200 küsuruncu sayfasında kartelleri inceler ve der ki, “bu alanda *per se* mutlaka olmalı. Başka alanlarda *rule of reason*ı yapabiliriz ama bu alan *per se* olmalı çünkü genel olarak, 100 olaydan 99’unda kartellerin zararlı olduğu ortadaysa daha bunu göstermeye gerek yoktur.” Daha en başta, -Chicago Okulunun bugün etkileri yadsınamaz, çok önemli, ben de buna katılıyorum- bunun en temelindeki insan, Robert Bork’un kitabında bile, “karteller *per se* yasaktır” der.

Şimdi bu ceza mevzuna gelmek istiyorum. Ne Amerika’da ne de Avrupa

Birliği'nde, -ben Ceza yönetmeliğini hazırlayan ekibin içerisindeyim, bu sene Nisan ayında meslektaşım Esin Aygün ve Haluk Arı'yla birlikte sunum yaptık, dolayısıyla bu konuda görüş beyan edebileceğimi düşünüyorum- ne rehberlerde ne de kararlarda tek bir zarar hesaplaması yok. Rehberlerde zaten yok. Kararlarda da, “biz analiz ettik, bu pazarda 300 milyon dolar zarar çıktı, ona dayanarak biz şu cezayı veriyoruz” diye tek bir karar yok. Amerika'da şu varsayım var: “2 katı zarar-2 katı kâr.” Ama onda bile şu varsayımdan hareket ediliyor: 8 senelik bir kartelse, “kartelin süresi boyunca etkilenen satışları, etkilenen ticareti alıyorlar, onun yüzde 20'si benim başlangıç noktam” diyorlar ve ondan sonra da arttırma ve eksiltme yapıyorlar. Ama Amerika'daki kartel birimindeki avukatlar, -orada zaten iktisatçı yok- oturup da, “burada şu zarar çıkmış” diye hesap yapmıyorlar.

Kıta Avrupasından, Almanya'dan bir örnek vereyim. 2005 yılına kadar Alman Yasasında şöyle bir husus vardı: “Cezanın hesaplanmasında zararın hesaplanması istenir.” Bu yüzden mahkeme kaç tane kartel kararını bozdu? Bir, iki? Düzinelerce karar bozdu. O yüzden baktılar Alman Rekabet Otoritesindeki meslektaşların çaresi kalmadı, 2005 yılında yasayı değiştirdiler; şimdiki bizim ciro sistemimize benzer bir sistem getirdiler. Dolayısıyla Almanya'da, birçok bozma kararına neden olduğundan değişikliğe gittiler. Şu anda gelişmiş rekabet hukuku sistemlerinin hiçbirinde cezanın miktarı belirlenirken zarar/kâr hesabı yapılmıyor.

Bu konuda meslektaşım Ussal Beyin uzmanlık tezine, -çok yakında Rekabet Kurumu tarafından yayımlanacak- bakılmasını naçizane tavsiye ederim. Mesela orada diyor ki, “bizim 16 ncı maddede böyle bir ifade var. Bu yanlış bir yoruma götürebilir. Bu değiştirilsin çünkü dünyada bu yok.” Bu zarar/kâr olayı tazminat davaları bakımından önemlidir. Tazminat davalarında-özel hukukta zarara uğrayanlar ya da kârından mahrum kalanlar bunu hesaplar ve talep ederler. Amerika'daki iktisadi danışmanlık firmalarının temel işi budur yani tazminat davalarında kâr/zararı iktisadi analiz yöntemleri kullanarak hesaplamak ve buna göre, “benim şu kadar zararım var” demek. Amerika'daki, Avrupa Birliği'ndeki, dünyanın önde gelen ülkelerindeki rekabet otoritelerinin hiçbirisi cezaların hesaplanmasında kâr/zarar analizi yapmazlar. Dolayısıyla tekrar vurguluyorum: *Per se* kuralını kaçırmamak; aksi bir davranış zaten *per se* kuralı ile çelişir...

Vaktim varsa bir şey daha söylemek istiyorum. Bu çok önemli bir konu.

**Oturum Başkanı-** Kısa olsun.

**H. Gökşin KEKEVİ-** Peki Hocam. Bu da çok önemli. Bu etkilenen ticaret, pazar tanımı, bunlar acaba *per se* kuralından çıkartıyor mu diye Komisyonun kartel biriminin başındaki yetkiliye sordum, 15 gün önce. “Bunun olmaması için elimizden gelen çabayı gösteriyoruz, bu olmayacak” dendi.

“*Lost in translation*” kısmına gelmek istiyorum. Bu, “kesinlikle yatkın değildir” diyen iktisatçı var mı? Ben bu metni hazırlarken Jonathan Baker’in ve Brezilyalı iktisatçı Correa’nın makalelerine bakmıştım. Geliştirilmesi gerekiyor zaten onda hiçbir şüphe yok. “Kesinlikle yatkın değil” diyen çok fazla akademisyen yok ama bunu söyleyen Rekabet Kurumunda iktisatçı var ve buradan hareketle verilmiş bir karar var. Eğer böyle bir karar verilmiş olmasa, ben burada bunun tartışmasını yapmazdım zaten, ama böyle bir karar verildiği için...

**Oturum Başkanı- Maya?**

**H. Gökşin KEKEVİ-** Hayır, *Bilişim Ürünleri. Bilişim Ürünlerinde*, raporlar arasında bir görüş farklılığı oluşup böyle bir karar verildiği için bunu ortaya koymak gerekiyor. Bunu belki daha güzel ifade edebilirdim ama dediğim gibi, kısa zamanda hazırlayıp burada sunum yaparken o kaçmış olabilir.

**Oturum Başkanı-** Şimdi anlıyorum; yani pratikte var.

**H. Gökşin KEKEVİ-** Pratikte var. Çok çok istisnai olarak bunu söyleyen iktisatçılar var, maalesef kararlar var ama bunu yapmamamız gerektiğini düşünüyorum.

İktisatçılar da, akademisyenler de şunu söylüyor (mesela FTC’nin iktisatçısı Jonathan Baker): “İktisadi nitelikli deliller kullanılarak karteller ispatlanabilir.” Ben şunu söylüyorum: “Bu doğru değil. Yalnızca bu kullanılarak yapılmamalı. Tamamlayıcı olarak kullanılabilir ama yalnızca iktisadi nitelikli delil kullanır isek, burada bizim hata yapma ihtimalimiz çok yüksek, bilinçli paralellik ve oligopolistik bağımlılık savunmasıyla çelişkiye düşebiliriz” diyorum. Bence bu risk çok önemli. Mesele şunu koymak lazım: Kartel soruşturmasını diğer rekabet hukuku ihlallerinden farklı. Bir birleşme ve devralmada yapmış olduğunuz hatanın sonucu kuşkusuz önemli, yanlışlıkla izin verirsiniz ya da vermezseniz teşebbüsler bakımından önemli ama kartel soruşturmalarında verdiğiniz ceza, yüzde 10 para cezası, Amerika’da hapis cezası. Bu hatayı yapmamamız gerektiğini düşünüyorum.



Bitiriyorum Hocam. En çok bana soru geldi ama kısa zaman veriyorsunuz.

“Bu birlikte çalışma reddedilemez” ifadesi kullanıldı. Bunu reddetmek mümkün değil. Bu yanlış anlama olmasın diye dün gece üçte sonuç kısmını değiştirdim; normalde “Sherlock Holmes” ile başlıyordu, bu yanlış anlamaya gider diye “iktisat birimleri”ne çevirdim. Ben her ortamda şunu savunuyorum ki bunu konuşmamda da belirttim: İktisadi Araştırmalar Müdürlüğü bugün Rekabet Kurumunda en az Daire Başkanlığı hâline gelmeli, Hukuk Müşavirliğine eşdeğer düzeyde olmalı. Önemli dosyalarda, birleşme ve devralma dosyalarında, rapor-törlerden bağımsız olarak tıpkı FTC’deki gibi görüş beyan edilmeli. Birlikte çalışılmalı, bunda en ufak bir şüphe yok, bunu kimse reddetmemeli. Reddedilirse bence burada hata var.

Ben şunu söylüyorum: Ne Amerika’da ne Avrupa Birliği’nde kartel birimlerinde iktisatçı yok. Ben bunu söylüyorum; ben size, ortaya bir veri koyuyorum.

Kusura bakmayın sabrınızı zorladım. Bir dahaki sefere sunumumu hukukçuların olduğu ortamda yapacağım. Teşekkür ediyorum.

**Bir Katılımcı-** Sayın Başkan, izninizle son bir şey sorabilir miyim? Mark çok güzel anlatmıştı; “iktisatçılar var, bir de ekonometri var” dedi. Bu çelişkinin çözülmesinde bunun da rolü var mı? Çünkü arada hukuk ekonomisi veya ekonomi, hukuk var... Ekonometriden de çok söz etti. Onun bu çelişkinin çözülmesinde etkisi var mı?

**H. Gökşin KEKEVİ-** Hocam, başta Mark tabloyu çok güzel çizdi, bunu ortaya koymak lazım. Ben dün sunumunu okumuştum, harika bir sunum, bize gerçekten çok faydalı oldu. FTC’de kartel yok, FTC kartellerle ilgilenmiyor. Amerika’da ikili ayırım var: FTC ve Adalet Bakanlığı. FTC karteller dışındakilerle ilgileniyor; Adalet Bakanlığı her şeyle ilgileniyor. Karteller münhasıran Adalet Bakanlığında; FTC’nin hiç dahil yok. Adalet Bakanlığında, birleşme ve devralma dosyalarında, tekelleşmede 60 küsur tane Ph.D ekonomist çalışıyor ama kartel biriminde hiç iktisatçı yok, sıfır.

**Bir Katılımcı-** Teşekkür ederim.

**H. Gökşin KEKEVİ-** Ben teşekkür ederim Hocam.

\*\*\*

**REKABET EKONOMİSİ ve POLİTİKASI  
SEMPOZYUMU-1**

*14-15 Kasım 2008*

*DENİZLİ*

---

**II. OTURUM**

**Oturum Başkanı**

Prof. Dr. Erdal TÜRKKAN



## **Prof. Dr. Erdal TÜRKKAN**

*Oturum Başkanı*

---

Saygıdeğer konuklar.Sizlere öncelikle tebliğ sunacak değerli konuşmacılarımızın özgeçmişlerini sunacağım.

Yardımcı Doçent Doktor Andım Oben Balce, Hacettepe Üniversitesi Fen Fakültesi İstatistik Bölümünde Lisans, YÖK burslusu olarak Iowa State Üniversitesi Fen Fakültesi İstatistik Anabilim Dalında Yüksek Lisans, Hacettepe Üniversitesi Fen Fakültesi İstatistik Anabilim Dalında da Doktora eğitimini tamamladı. Hâlen Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Ekonometri Bölümü İstatistik Anabilim Dalında Öğretim Üyesi olarak görev yapmaktadır.

“Adli İktisat Yaklaşımı ve Bir Örnek Olay” konulu tebliği hazırlayan ikinci arkadaşımız Yardımcı Doçent Doktor Ayhan Kortunay, Marmara Üniversitesi Hukuk Fakültesinde Lisans, aynı okulda Yüksek Lisans ve Köln Üniversitesi Hukuk Fakültesi Avrupa Birliği Hukuku Enstitüsünde Doktora eğitimini YÖK burslusu olarak tamamladı. 2004 yılından itibaren mecburi hizmetini tamamlamak üzere Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde Ticaret Hukuku Anabilim Dalında Öğretim Üyesi olarak görev yapmaktadır.

Üçüncü arkadaşımız Yardımcı Doçent Doktor Özcan Uzun, Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi İktisat Bölümünde Lisans, Yüksek Lisans ve Doktora eğitimini tamamladı. Başkent Üniversitesi ve Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesinde Öğretim Görevlisi olarak çalıştıktan sonra, 2004 yılından itibaren Pamukkale Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Teorisi Anabilim Dalında Öğretim Üyesi olarak görev yapmaktadır.

Efendim, bu yıllık toplantıların geleneksel hâle gelmesinde bu üç arkadaşımızdan çok şey bekliyoruz. Gelecekte bu toplantılar geleneksel hâle gelecekse onların herhâlde bu işe katkıları sayesinde olacaktır diye düşünüyorum.

Efendim, şimdi sizler yerlerinize oturabilirsiniz. Tabii, ben de oturacağım. Arkadaşımız Yardımcı Doçent Doktor Andım Oben Balce’ye sözü veriyorum.

Buyurun Andım Bey. Mümkünse 20-25 dakikada bitirmeye çalışın. Ancak, “ben 30 dakikaya göre planladım” diyorsanız zamanı 30 dakika olarak da alabilirsiniz.



## ADLİ İKTİSAT YAKLAŞIMI VE BİR ÖRNEK OLAY

Yrd. Doç. Dr. Özcan UZUN<sup>1\*</sup>, Yrd. Doç. Dr. Andım Oben BALCE<sup>2\*\*</sup>

Yrd. Doç. Dr. Ayhan KORTUNAY<sup>3\*\*\*</sup>

---

### GİRİŞ

Herhangi bir hukuki olgunun analiz ve değerlendirilmesine yönelik çalışma alanları Adli Bilimler (Forensic Sciences, Forensische Wissenschaften) şemsiyesi altında toplanmaktadır. Adli Bilimler çeşitli bilim alanlarındaki bilgilerin adaletin hizmetine sunulmasıyla ilgilenen bir dal olup, hukuka aykırı fiillerin tespiti, açığa çıkarılması ve bu fiillerin oluşan zarar ile nedensellik ilişkilerinin ortaya konulmasında önemli bir yere sahiptir. Adli tıp, adli bilimler içerisinde en yaygın kullanılanıdır.

Türk Rekabet Hukukunda rekabeti kısıtlayıcı ve bozucu davranışlar yasaklanmış ve yaptırıma tabi tutulmuştur. Ancak, söz konusu davranışların açığa çıkarılması çoğu kez iktisadi bir analiz gerektirmektedir. Dolayısıyla, bu tür iktisadi analizler hukuki analizlerin de temelini oluşturmakta ve buna göre hukuka aykırı eylemin gerçekleşip gerçekleşmediği karara bağlanmaktadır. Bu itibarla, tıpkı adli tıbbın ceza hukukunda suçun ve suçlunun ortaya çıkarılmasında oynadığı rol gibi, adli iktisat (forensic economics) da rekabet hukukunda rekabete aykırı davranışların tespitinde önemli bir yere sahiptir.

Adli iktisat, rekabet karşıtı davranış biçimlerinin belirlenmesi, rekabet ihlalleri bakımından piyasaların izlenmesi, nedensellik bağının tespiti, rekabet ihlali sonucu oluşan hasarların açığa çıkarılması ve adaletin gerçekleşmesi için uygun yolların önerilmesini konu edinen, hukuk, iktisat ve istatistik gibi bilim dallarını kapsayan bir disiplindir. Adli iktisadın işleyiş süreci, keşif ve inceleme yapılması, elde edilen verilerin değerlendirilmesi, ihlal neticesi oluşan zarar ve cezanın tespiti gibi aşamaları kapsar.

---

1\* Pamukkale Üniversitesi, İ.İ.B.F. İktisat Bölümü, İktisat Teorisi ABD, Denizli, ouzun@pau.edu.tr

2 \*\* Pamukkale Üniversitesi, İ.İ.B.F. Ekonometri Bölümü, İstatistik ABD, Denizli, abalce@pau.edu.tr

3 \*\*\*Pamukkale Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, Ticaret Hukuku ABD, Denizli, akortunay@pau.edu.tr

Ülkemizde rekabet ihlallerinin açığa çıkarılmasında adli iktisattan tam anlamı ile yararlanıldığı söylemek güçtür. Bu çalışmada, önce adli iktisat hakkında genel bilgiler verilmektedir. Ardından bu disiplinden rekabet ihlallerinin tespiti ne şekilde yararlanılabileceği Rekabet Kurulu'nun yakın zamanda açıklamış olduğu pirinç fiyatlarındaki artışa ilişkin kararı ışığında ortaya konulmaya çalışılmıştır.

## **1. Adli İktisadın Tanım ve Tarihsel Gelişimi**

Adli iktisadın tam olarak tanımı literatürde yoktur. Buna karşın, adli bilim “bilimin hukuka uygulanması” şeklinde tanımlandığı gibi adli iktisat da “iktisadın hukuka uygulanması” olarak tanımlanabilir. Schinkel (2007)'ye göre adli iktisat terimi ilk kez Boudin tarafından, Fisher ve diğerlerinin(1983) kitabını yorumlarken 1984 yılında kullanılmıştır.

Ward ve Olson (1987)'un 1986 yılında Amerika Birleşik Devletlerinde (ABD) kurulan Ulusal Adli İktisat Derneği (National Association of Forensic Economics)'nce yayınlanan Adli İktisat Dergisinin (Journal of Forensic Economics) ilk sayısının ilk makalesine göre adli iktisatçıların temel araştırma konusu, piyasa aksaklıklarından, sözleşme ihlallerinden ya da haksız fiillerden oluşan pazar kayıplarının ölçümüdür. Yazarlara göre adli iktisatçılar sadece iktisadi teoriyi uygulayan basit uzmanlar olmayıp, davalardaki zararların ölçümünde ve tahmininde birçok önemli yöntem kullanan kişilerdir. Bu dergide basılan yayınların çoğunluğu haksız fiillerdeki hasarların tespiti ile ilgilidir (Schinkel, 2007).

Ireland (1998), adli iktisat ile hukuk ve iktisat arasındaki farkları belirterek, adli iktisadın hukuk ve iktisada göre kendine özgü yanlarının olduğunu, hukuk ve iktisadın gereksiz bir alt dalı olmadığını savunmuş ve nedenselliğin belirlenmesinde ekonometrik testlerin önemini vurgulamıştır.

Schinkel'e (2007) göre adli iktisat, rekabet hukuku uygulamalarının hukuki sürecin farklı aşamalarının birinde ya da daha fazlasında teorik ve ampirik endüstriyel organizasyon iktisadının bir uygulamasıdır. Bu nedenle, adli iktisat endüstriyel organizasyon iktisadının özel bir alanı olarak tanımlanmaktadır. Endüstriyel organizasyon, firmaların stratejik davranışlarını, piyasaların yapısını ve etkileşimlerini inceleyen iktisat dalıdır. Endüstriyel organizasyon aksak bilgi, işletme maliyetleri, fiyat belirlemelerinin maliyetleri, hükümet politikaları, firmaların rekabeti ve piyasaya yeni firmaların girmesi gibi durumları inceler (Carlton ve Perloff, 2004).

Schinkel'e (2007) göre, adli endüstriyel organizasyon iktisadi rekabet normlarının uygulaması için yöntemlerin ve araçların beraber kullanımına odaklanılır. Yani, rekabet ihlali davalarında hasarların belirlenmesi, nedenselliği oluşturabilmek için uygun bir iktisadi teorinin oluşturulması, test edilebilir hipotezlerin türetilmesi ve ekonometrik testler yardımıyla tüm bunları birleştirir. Dolayısıyla, adli endüstriyel organizasyon iktisadi bir bilim olarak ekonominin ilerlemesine katkıda bulunan önemli bir akademik disiplindir.

Yukarıdaki görüşlerin paralelinde rekabet ihlali ile ilgili konularda adli iktisat yaklaşımının giderek daha fazla kullanıldığı söylenebilir. Bu çalışmalara örnek olarak, Roberts (2008) adli iktisat yaklaşımı kullanarak aşırı fiyatlandırmanın tespit edilmesi ve Güney Afrika'daki yassı çelikteki durumu incelemiştir. Connor'da (2007) fiyat sabitlendiğine ortaya çıkan hasarların belirlenmesinde kullanılan teknikleri tartışmıştır.

Coe ve Krause (2008) rekabet ihlalleri olan piyasaları belirlemek için fiyat hareketlerini inceleyen değişik testleri kullanmış ve bunların performanslarını karşılaştırmıştır. Özellikle Granger nedensellik, durağanlık ve eşbütünleşme testlerinin iki ürünün aynı pazarda oldukları ve olmadıkları zamandaki aynı sonucu verip vermediğini inceleyerek performanslarını test etmişlerdir. Aynı şok vermediğinde basit ilişki katsayılarının piyasa yapısının belirlenmesinde güvenilir kanıtlar sağlayacağını saptamışlardır. Ayrıca, benzer örneklem büyüklüklerinde diğer fiyat tabanlı testlerin performansı rekabet ihlali uygulayıcılarına iktisaden daha az anlamlı bilgi vermektedir.

## **2. Adli İktisadın Rekabet Hukuku Sürecindeki Roller**

Adli iktisat her şeyden evvel rekabet ihlallerinin tespitinde önemli bir rol oynar. İlk bakışta rekabeti engelleyici görünmeyen bir davranışın rekabet karşıtı etkilerini, rekabet normları ve standart piyasa koşullarını yorumlayarak ortaya çıkarabilmektedir. Piyasalar ve firmaların davranışını sistematik olarak inceleyen adli endüstriyel organizasyon iktisadi tekelleşme durumlarının varlığını saptayabilmektedir. Bu şekilde piyasanın sistematik olarak izlenmesi rekabeti engelleyici davranışların ortaya çıkarılmasında son derece önemlidir. Söz konusu sistematik piyasa takibi akademik iktisatçılar tarafından yapılabildiği gibi ilgili kamu ya da sivil toplum kuruluşları tarafından da yapılabilmektedir. Örneğin, ABD Adalet Bakanlığı Antitröst Bölümü geçmiş tecrübelerine dayalı olarak piyasalarda olabilecek kartel anlaşmalarını tespit amacıyla "kartel profillemeye" tekniklerini geliştirmiştir (Barnett, 2006).



Yaptırımlar açısından antitröst ihlallerinin bağımsız kuruluşlarca ve etkin olarak ortaya çıkarılması önemlidir (Rey, 2006).

İlgili kurumların antitröst ihlallerinin ortaya çıkarılması amacıyla piyasaları izlemesi son derece önemlidir. Ayrıca günümüzün rekabetçi dünyasında firmalar da kendi çıkarları açısından piyasaları takip etmektedirler. İşte, Oyun Teorisinin iktisatta kullanımının yeri bu noktada karşımıza çıkmaktadır. Zira bir firmanın piyasa ve rakip firmalara ilişkin her türlü davranışı takip ederek verileri toplaması ve analiz etmesi gelecekte atacağı adımlarda önemli yer teşkil etmektedir. Aynı faaliyeti piyasadaki tüm firmalar ve rakiplerinin yapması, piyasa dengesinin oluşmasına katkıda bulunabileceği gibi, dengeden sapmaların oluşmasını da engelleyecek ve böylelikle de rekabeti ihlal edici davranışlar azalabilecektir.

Rekabet ihlallerinin soruşturulması sürecinde ikinci aşama olan delillerin toplanması noktasında da adli iktisat önemlidir. Adli iktisat adli durumun geliştirilmesinde iktisadi mantık kullanarak katkıda bulunmaktadır. Schinkel (2007) çalışmasında bu konuda çeşitli örnekler sunmaktadır. Adli iktisat, rakipler, rekabet otoritesi ya da davalı tarafından dava öncesinde iddiaların geliştirilmesinde kullanılabilir. Örneğin, soruşturma kapsamında herhangi bir fiyat ve miktar gibi iktisadi göstergelerin bulunduğu her türlü ajanda, kâğıt parçaları iktisadi delil değeri taşıyabilir. Adli iktisat bu tür bilgilerden ilgililerin profillerini ve oluşturdukları ağları ortaya çıkarabilmektedir. Bu tür bilgiler işletmelerin fiziksel ortamlarından toplanabileceği gibi, elektronik ortamdan da elde edilebilir. Örneğin, bir bilgisayarda silinen dosyaların tamamen yok olmadığı, bunların tekrar kazanılabildiği bilinmektedir.

Rekabet ihlallerinin soruşturulması sürecinde üçüncü aşama olan karar verme noktasında da adli iktisat önemlidir. Rekabet ihlali şüphelerinin karara bağlanması önemli bir iştir. Zira iyi işleyen bir rekabet sürecinin toplumsal faydası yadsınamaz. Rekabet hukuku bu faydanın bilincinde olarak yaptırımlarını açık bir şekilde ekonomik nedenlere ve delillere dayandırmaktadır. Adli süreçte iddialarını iktisadi nedenlere ve delillere dayandıran iddia ya da savunma tarafları büyük avantajlar sağlamaktadır. İktisadi analizler yapılması belli bir uzmanlık gerektirmektedir. Ayrıca, herhangi bir hukuki durum için iktisadi analiz yapan uzman analizcinin kim olduğu ve özellikleri de mahkemelerde dikkate alınmaktadır.

ABD’de ve Avrupa’da ekonomik davaların incelenmesi yöntemleri farklıdır. ABD’de “mahkemeye dayalı” bir sistem vardır ve mahkemede yargıçlar karar

vermeden önce ilgili taraflar kendi iddialarını topluma sunmaktadırlar. Avrupa da ise genellikle “idareye dayalı” bir sistem mevcuttur ve bu sistem ABD’dekine göre daha az şeffaftır (Neven, 2006). Ancak söz konusu idareler zamanla daha tecrübeli duruma gelmektedirler. ABD’deki sistemde ise bunun olması ya da aynı hızda olması mümkün olmayabilmektedir. Kalitesi yüksek iktisadi nedensellik ve nicel analizler ABD’de önemli bir rol oynamakla birlikte, giderek Avrupa’da da benimsenmektedir (Vesterdorf, 2005; Roeller ve Stehmann, 2006; Vickers, 2007).

Rekabet ihlali ile ilgili karar verme sürecinde sunulan adli iktisadi analiz kalitesinin artırılması topluma açık olmasına son derece bağlıdır. Schinkel (2007) bunun için üç neden ileri sürmektedir: Birincisi, karar verme ve dava sürecinin topluma açık olması karar vermeyi etkileyecek önemli delillerin ortaya çıkmasını sağlayabilecektir. Ayrıca, karar vermeyi olumsuz etkileyebilecek lobi faaliyetleri, politik baskı, rüşvet ve adam kayırma gibi faktörlerin ortaya çıkmasını da engeller. İkincisi, sürecin açıklığı şirket yöneticileri, avukatlar, yargıçlar, savcılar ve yaptırım uygulayıcı kurumların rekabet ihlallerinde iktisadi bilim ve uygulamalarına bakış açılarının geliştirilmesine katkıda bulunmasıdır. Üçüncüsü, rekabet ile ilgili davalara dâhil olan iktisatçılar kendi güvenirliliklerini artırır ya da yok edebilirler. Yani, bilimsel olmayan iktisadi analiz yapan bir iktisatçı sistem dışına itilerek, objektif ve yüksek kalitede iktisadi analiz yapan iktisatçılar desteklenmektedir.

ABD’deki sisteminde, mahkeme sürecinde uzman iktisatçı tanık iktisadi delillerini mahkemeye sunar. Böylelikle mahkemede iktisatçının çalışmasının kalitesi test edilmiş olur. ABD’de Federal Delil Kurallarına (Federal Rules of Evidence) göre mahkemede tanıklık yapacak bir uzman bilgi, yetenek, tecrübe ve eğitim bakımından yeterli donanımına sahip olmalıdır. Bu kapsamda herhangi bir şirkete danışman olarak çalışan kişiler mahkemede uzman iktisatçı tanık olamamaktadır. Ancak, bağımsız profesyonel iktisatçıların sundukları deliller mahkemelerce dikkate alınır. Posner (1999) uzman iktisatçının kendi profesyonel birikimine göre yansız olarak delillerini ve fikirlerini sunma bakımından ahlaki ve profesyonel sorumluluğa sahip olması gerektiğini belirtmiştir. Posner aynı çalışmasında, Amerikan Ekonomi Derneği’nin rekabet ihlalleri ile ilgili davalara müdahil olmuş üyelerinin bilgilerini ve dava ile ilgili delillerini internet gibi topluma açık bir ortama taşımasını önermiştir. Böylelikle, mahkemelerdeki iktisadi analizlerin kalitesinin artacağını ve analistler arasında da bir rekabetin oluşacağını iddia etmiştir. Avrupa rekabet hukukunda ise tanık olarak akademik iktisatçıların rolü gittikçe artmaktadır. Buna karşın bu iktisatçıları bir araya getiren bir örgütlenme henüz yoktur (Schinkel, 2007).

Son olarak, Rekabet ihlallerinin soruşturulması sürecinde adli iktisat zararların belirlenmesi ve gideriminde yol gösterici bir rol oynar. Rekabet kurallarını ihlal ettiği tespit edilen teşebbüsler, yapılarında değişiklik, para cezaları ve tazminat gibi birçok yaptırımla karşı karşıya kalırlar. Bu yaptırımlar rekabet hukukunu ilgilendirmektedir. Adli iktisat ise, ihlalin nasıl ve ne kadar zarar verdiğini ve rekabetin tekrar nasıl sağlanabileceği konusunda yardımcı olur. Rekabet ihlali olduğunda zararın tespiti konusunda iktisadi nedensellik içeren çeşitli yöntemler kullanılmaktadır. Bunlar, önce ve sonra yöntemi (before and after method), kıstas yöntemi (yardstick method) ve maliyete dayalı (cost based) yaklaşımlardır (Schinkel, 2007). Hoehn, Langenfeld, Meschi ve Waverman (1999)'da rekabet analizinde ve zararların tespit edilmesinde kullanılan teknikler ile ilgili ayrıntılı bilgi bulunmaktadır ve bu sayısal teknikler, genel olarak fiyat ve fiyat trendleri için istatistiksel testler, talep analizi ve rekabet modelleri biçiminde sınıflandırılmaktadır.

Yukarıda bahsedilen tüm faydalara rağmen adli iktisat günümüzde hala çok az sayıdaki üniversitede ders olarak okutulmaktadır. Örneğin, ABD'deki Purdue Üniversitesi, İktisat bölümünde tek dönemlik "Adli İktisat" isimli bir ders okutulmaktadır(Schinkel, 2007).

### **3. Türk Rekabet Kurul'unun Pirinç Kararı ve Adli İktisat Yaklaşımı**

Bilindiği üzere, ülkemizde 2008 yılı Nisan ayında pirinç fiyatlarında önemli bir artış gerçekleşmiştir. Kamuoyu ve medyada bu konudaki tepkiler sonucunda Rekabet Kurulu re'sen bir ilk inceleme başlatmıştır. Rekabet Kurulu tarafından yapılan inceleme sonucunda, pirinç fiyatlarındaki artışın rekabeti kısıtlayıcı bir uygulamadan kaynaklanmadığı sonucuna varılmıştır (Rekabet Kurulu'nun 08-31/392-131 Sayılı Kararı, 2008). Bu ilk incelemede pirinç ve diğer hububat ürünlerinde ilgili dönemde spekülasyonun olmadığına karar verilmiştir.

Bu çalışmada, Rekabet Kurulu'nun söz konusu kararında yer alan iktisadi analiz, önceki bölümlerde değinilen adli iktisat yaklaşımı ile incelenmeye çalışılmıştır. Bunu yaparken amacımız Rekabet Kurulu kararında eksik kalan yönleri işaret etmek ve gelecekteki uygulamalarına katkı sağlamaktır.

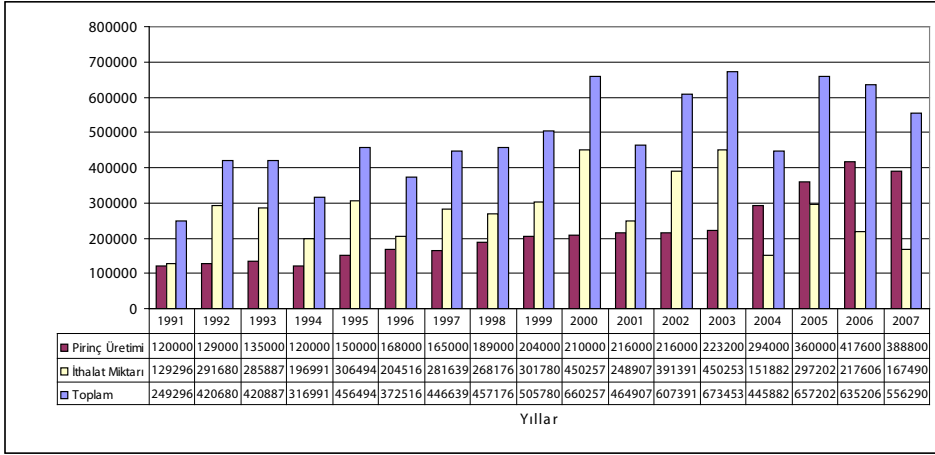
İlgili kararda, pirincin tarlada başlayıp değirmenlerde işlenerek tüketiciye ulaştırılmaya kadar geçen aşamalar ortaya konmuştur. Türkiye'de tüketilen pirincin bir kısmı yurtiçi üretim ile karşılanırken bir kısmı ithal edilmektedir. Pirinç ithalatının büyük kısmı, ABD, Mısır, Çin, İtalya ve Avustralya'dan gerçekleştirilmiştir (Tablo 1).

**Tablo 1.** Pirinç İthal Edilen Ülkeler ve Dağılımı (1994–2005)

Ülke Adı	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
A.B.D.	27,40	86,09	62,06	62,47	38,97	33,33	50,99	45,89	30,58	44,80	15,86	32,81
Avustralya	5,96	0,00	2,89	10,60	0,11	25,37	10,97	2,63	42,89	7,35	0,00	0,00
Çin	14,71	1,33	0,00	2,19	3,98	6,75	7,61	2,07	0,16	15,57	11,45	1,31
İtalya	2,11	2,01	1,52	5,83	11,97	9,72	8,72	2,05	3,33	5,03	14,63	10,87
Mısır	29,21	5,39	25,52	11,86	40,08	21,30	16,02	37,58	18,92	22,92	51,42	49,59
Rusya Federasyonu	1,05	2,68	3,64	2,56	3,05	0,66	2,25	3,45	0,75	0,04	0,90	1,14
Vietnam	7,37	0,00	0,00	0,00	0,03	0,05	0,00	0,00	0,04	2,22	4,10	2,13
Diğer	12,19	2,50	4,36	4,49	1,82	2,83	3,44	6,33	3,32	2,06	1,63	2,15
Toplam	87,81	97,50	95,64	95,51	98,18	97,17	96,56	93,67	96,68	97,94	98,37	97,85

Pirinç üretim miktarı ve ithalat miktarına ilişkin 1991–2007 yıllarına ilişkin sayısal bilgiler aşağıdaki şekilde verilmektedir (Şekil 1).

**Şekil 1.** 1991 ve 2007 Yılları Arasındaki Türkiye Pirinç Üretimi ve İthalat Miktarları (Ton)

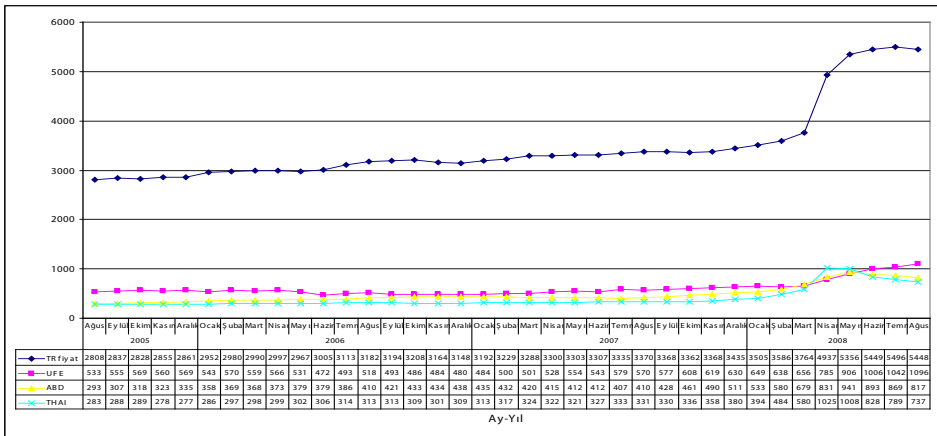


Yukarıdaki grafikten görüldüğü gibi, ülkemizin pirinç ihtiyacı 2004 yılına kadar ağırlıklı olarak ithalat yolu ile karşılanmaktadır. 2004 yılı ve sonrasında ithalat miktarları azalmaktadır. 2007 yılı özel olarak incelendiğinde hem yurt içi üretim hem de ithalat miktarlarında bir azalma söz konusudur. Pirinç temel tüketim mallarından biri olduğu için, yıllar itibari ile tüketimin sabit kaldığı varsayımı ve arz ve talep dengesine göre 2007’de arzda meydana gelen azalmanın 2008 yılı fiyatlarına yansması beklenebilir. ABD Tarım Bakanlığının hazırladığı küresel

pirinç piyasası ile ilgili raporda, 2008 yılında küresel pirinç ticaretinin geçmişe göre yüksek boyutlara ulaşabileceği öngörülmüştür. Irak, Bangladeş, Avusturya, Afganistan, Küba, Çin ve Filipinlerin ithalat miktarlarında yaklaşık 100 000 ton ya da daha fazla artış öngörülmüştür. Ayrıca, İran, Endonezya, Malezya, Türkiye ve Haiti'nin ithalatlarında artış olacağı ama önemli bir artışın olmayacağı beklenirken, Nijerya, Cote d'Ivoire ve Senegal ve Afrika'nın güneyindeki büyük alıcı ülkelerin ithalatların da ise bir değişiklik beklenmemektedir (Childs, 2007). Dolayısıyla, 2007 yılında ülkemizdeki üretim ve ithalat miktarlarındaki az miktardaki azalış ile dünya pirinç piyasalarında bazı ülkelerin ithalat rakamlarının artması 2008 yılındaki pirinç fiyatlarında artış olabileceği beklentisini doğurmuştur.

Türkiye'deki pirinç piyasa fiyatının davranışı ile dünyadaki en büyük ihracatçı konumundaki ABD ve Tayland'daki fiyatların davranışlarının paralel olup olmadıkları incelenmiştir. Bunun için, Türkiye'deki Tüketici Fiyatları Endeksinde (TÜFE) kullanılan pirinç fiyatı (TL/KG, YTL/KG) (Trfiyat), Üretici Fiyatları Endeksinde (ÜFE) kullanılan pirinç fiyatı (TL/KG, YTL/KG) (ÜFE), Amerika Bileşik Devletleri (ABD) ve Tayland(THAI)'dan yapılan ihracatın (FOB olarak) pirinç fiyatı (Dolar/Ton) kullanılmıştır. ABD ve Tayland'a ilişkin veriler ise ABD Tarım Bakanlığı internet sitesinden alınmıştır (<http://www.ers.usda/briefing/rice/Data/RICETABLE6.xls>). Ölçü birimlerinin tamamı ton başına dolar (dolar/ton) olarak düzenlemiştir. Türkiye verilerinin dolara çevrilmesinde aylık ortalama kur kullanılmıştır. Veri dönemi Ağustos 2005-Ağustos 2008'dir.

**Şekil 2.** Ağustos 2005-Ağustos 2008 Dönemindeki Türkiye Perakende Pirinç Satış Fiyatı, Üretici Fiyatları Endeksindeki Pirinç Fiyatı, ABD ve Tayland'dan Yapılan İhracat Fiyatları (dolar/ton)



Yukarıdaki grafiğe bakıldığında, serilerin birlikte davrandığı söylenebilir. Fakat bu gözlem nispeten subjektif bir değerlendirmedir. Çünkü, başka bir analizcinin bu verileri farklı yorumlaması pekâlâ mümkündür. Dolayısıyla, adli iktisat yaklaşımında vurgulanan daha ileri ve daha kesin sonuçlar verebilen yöntemleri kullanmak daha kaliteli sonuçlar verebilir. Bu düşünceden hareketle, bu çalışmada ekonometrik bir yöntem olan eşbütünleşme (cointegration) analizi ve Chow testleri yapılmıştır. Eşbütünleşme analizi ile bu dört fiyat serisinin davranışının paralel olup olmadığı ya da teknik deyimle bütünleşik olup olmadığı analiz edilmiştir. Bu analizi yapmadan önce bu serilerin durağanlık testleri (Dickey-Fuller birim kök testleri) yapılmış ve dört serinin de durağan olduğu sonuçlarına ulaşılmıştır (Tablo 2).

**Tablo 2.** Dickey-Fuller Birim Kök Testi Sonuçları (Durağanlık Testleri)

Seriler	ADF t-istatistiği	Durağanlık Derecesi	Önem Değeri
Trfiyat	-3.349013	I(1)	0.0203*
ÜFE	-3.004740	I(1)	0.0442*
ABD	-3.173922	I(1)	0.0305*
THAI	-4.202254	I(1)	0.0023*

\*Önem Değeri<0.05

Eşbütünleşme analizi yapılmış ve ilgilenilen fiyat serileri arasında bir eşbütünleşme olduğu sonucuna varılmıştır. Bu fiyat serileri arasında uzun dönemli ilişki vardır ve ele alınan yıllar boyunca birlikte hareket etmektedir. Eş bütünleşme denklemi aşağıdaki gibi bulunmuştur.

$$\text{Trfiyat} = 491.772 + 3.238 \text{ UFE} + 7.329 \text{ ABD} - 6.507 \text{ THAI}$$

(293.49)    (0.82)            (1.15)            (1.62)

Burada katsayıların altında parantez içinde verilen rakamlar katsayıların standart hatalarını göstermektedir. Uzun dönemde Üretici Fiyatları Endeksindeki pirinç fiyatı (ÜFE) ve ABD'deki pirinç FOB fiyatı (ABD) artarken ve Tayland'daki FOB Pirinç fiyatı (THAI) azalırken Türkiye'deki Pirinç fiyatı artmaktadır. Türkiye'deki perakende pirinç fiyatı üzerinde diğer üç fiyatın önemli etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Şekil 2'de dikkati çeken bir diğer husus, Nisan 2008'de her dört fiyat serisinde de bir artış (kırılma) olduğu gözlenmesidir. Bu gözlem bilimsel olarak Chow Testi ile test edilmiş ve Nisan 2008'in kırılma noktası olduğu gözleminin doğru olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Tablo 3).

**Tablo 3.** Chow Kırılma Testi Sonuçları (test edilen kırılma tarihi: Nisan 2008)

Seriler	F-istatistiği	Önem Değeri
Trfiyat	359.0592	0.0000*
ÜFE	24.34141	0.0000*
ABD	26.26284	0.0000*
THAI	98.41805	0.0000*

\*Önem Değeri<0.01

Eğer ABD ve THAI pirinç fiyatlarındaki kırılmanın Nisan 2008 tarihinden daha önceki bir tarihte olduğu ya da kırılmanın olmadığı sonucuna ulaşılmış olsaydı, Türkiye’de pirinç fiyatlarında bu tarihte gerçekleşen artışın, rekabeti engelleyici bir eylem olup olmadığını tartışmak gerekebilirdi. Bu nedenle, bu sonuç ekonometrik yöntem ve testlerin rekabeti engelleyici davranışların ortaya çıkarılmasında önemli bir yere sahip olduğunu göstermektedir.

Önemli bir başka husus, 2008 yılında Ocak-Ağustos ayları arasında bu pirinç fiyatlarındaki aylık değişimler arasında farklılık olup olmadığını araştırılmasıdır. Bu dört fiyat serisindeki aylık değişim oranları Tablo 4’te verilmektedir. Bu değişim oranları arasında farklılık olup olmadığını belirlemek için tek yönlü varyans analizi uygulanmış ve sonuçlar Tablo 5’te verilmiştir. Tablo 4 incelendiğinde, Türkiye’de perakende pirinç fiyatı Nisan ayında çok fazla artmıştır. Tayland’da ise artışların Şubat ayından itibaren başladığı ve Nisan ayında en yüksek değerine ulaştıktan sonra pirinç fiyatlarında önemli düşüşlerin olduğu gözlenmektedir. Aynı durum ABD pirinç fiyatları içinde genel olarak geçerlidir. Bu tablodan Türkiye’de fiyat düşüşlerinin ABD ve Tayland’daki fiyat düşüşlerine göre üç dört ay geç başladığı da söylenebilir. Sekiz aylık ortalama fiyat değişimleri incelendiğinde ise önemli bir farklılığın olmadığını söylemek mümkündür. Bu sonucu istatistiksel olarak doğrulayabilmek için, Varyans analizi sonuçlarına (Tablo 5) bakıldığında, bu sekiz aylık zamanda pirinç fiyatları aylık değişim oranları arasında önemli bir farklılık olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Yukarıda değinildiği gibi, 2008 yılında nisan ayındaki artışın sonunda, Tayland’da fiyatlar Mayıs ayından itibaren, ABD’de ise Haziran ayından itibaren önemli düşüş eğilimine girmesine rağmen, Türkiye’de ancak Ağustos ayında düşüş çok zayıf olarak başlamıştır. Bu sonuç, pirinç talebinin ağırlıklı olarak yurtdışından karşılandığı ülkemizde, rekabeti engelleyici bir davranışın olup olmadığına ilişkin kaygı yaratabilmektedir. Bu kaygıların ortadan kaldırılması için de dış ticaret verilerine ihtiyaç vardır. Ancak, Türkiye

İstatistik Kurumu yasası gereğince, 2005 yılından itibaren bu verilere de ulaşmak mümkün olmamıştır.

**Tablo 4.** 2008 Ocak-Ağustos Aylık Pirinç Fiyatındaki Değişimler

	Trfiyat	ÜFE	ABD	THAI
Ocak	1.98	2.92	4.13	3.55
Şubat	2.26	-1.77	8.1	18.6
Mart	4.75	2.67	14.58	16.55
Nisan	23.75	16.44	18.29	43.41
Mayıs	7.82	13.41	11.69	-1.69
Haziran	1.71	9.94	-5.38	-21.74
Temmuz	0.87	3.45	-2.76	-4.94
Ağustos	-0.89	4.97	-6.36	-7.06
Ortalama	5.28	6.5	5.29	5.84
Std. Sapma	7.91	6.16	9.41	19.98

**Tablo 5.** Varyans Analizi Tablosu

	Serbestlik Derecesi	Kareler Toplamı	Ortalama Kareler	F Değeri	Önem Değeri
Gruplar Arası	3	0,47	0,257	1,014	0,401
Grup İçi (Hata)	28	4,332	0,155		
Toplam	31	4,379			

Mevcut veriler kullanılarak elde edilen analiz sonuçlarıyla, Rekabet Kurulunun pirinç fiyatlarındaki artışla ilgili rekabeti engelleyici bir davranışın olmadığı yönündeki kararı paraleldir. Ancak tarafımızdan ortaya konulan sonuçlar bilimsel ve objektif incelemeye dayalı olduğundan tercih edilebilirdir.



## SONUÇ

Adli iktisat, iktisat biliminin hukuka uygulanması olarak tanımlanabilir. Adli iktisat, piyasadaki fiyat ve miktar hareketleri, piyasa yapısını (oligopol, monopolcü rekabet vs.) ve dış ticaret verilerindeki değişmelere dikkate alarak, rekabet ihlallerinin tespitinde önemli bir rol oynar. Bir rekabet ihlali soruşturması yürütülürken iktisadi veriler itina ile toplanmalıdır. Rekabet ihlali ile ilgili soruşturmanın karar aşamasında adli iktisat yaklaşımı, sübjektif ve sezgisel değerlendirmeler yerine karar vericilerin daha objektif ve ikna edici sonuçlara ulaşmasına yardımcı olur. Nihayet, adli iktisat sahip olduğu nicel yöntemler vasıtasıyla rekabet ihlallerine uygulanacak yaptırımların kapsam, nitelik ve ağırlığının belirlenmesinde etkin bir rol oynamaktadır.

Bu çalışmada rekabet ihlallerinin analizinde son yıllarda giderek önem kazanan adli iktisat yaklaşımının önemi ortaya konulmaya çalışılmıştır. Bu yaklaşım çerçevesinde Türkiye'deki pirinç fiyatlarında yakın dönemde meydana gelen yüksek artışlar da incelenmiştir. Rekabet Kurulunun kararı ile bu çalışmada elde edilen sonuçlar paraleldir. Ülkemizde artan pirinç fiyatları yurt dışındaki fiyatlarla uyumludur. Ancak, Rekabet Kurulu'nun pirinç fiyatlarındaki artışa ilişkin kararında adli iktisat yaklaşımında önerilen daha ileri teknikler ihmal edildiğinden, varılan sonucun ikna ediciliği ve kesinliği tartışmalıdır. Öte yandan, bu çalışmada fiyat serilerinin uzun dönem davranışlarını incelemek için eşbütünleşme analizi ve serilerin söz konusu dönemde yapısal bir kırılmaya maruz kalıp kalmadıkları Chow testi kullanılarak araştırılmıştır. Dolayısıyla, bu çalışmanın sonuçlarının daha kesin ve ikna edici olduğu söylenebilir. Bu bağlamda, hukuki değerlendirme yönünden de tercih edilebilir niteliktedir.

Son olarak belirtmek gerekir ki, her iki çalışmada da veri sorunu söz konusudur. Yapılan bu çalışmada Türkiye'nin pirinç ithalat miktar ve fiyat verilerinin kullanılması daha uygun olurdu. Nitekim bu veriler tarafımızdan Türkiye İstatistik Kurumu'ndan talep edilmiştir. Ancak, talep edilen veriler, Türkiye İstatistik Kanunu ve ilgili mevzuat çerçevesinde veri gizliliği gerekçesi ile tarafımıza verilmemiştir. Bu alanda akademik çalışma ve araştırmaların istenen düzeye ulaşabilmesi için ilgili mevzuatta gereken değişiklikler gecikmezsinin yapılmalıdır.

## KAYNAKÇA

Barnett, T.O., 2006, Seven Steps to Better Cartel Enforcement, 11th Annual Competition Law&Policy Workshop, European Union Institute, Florence, Italy

Carlton, D. W. ve Perloff, J.M., 2004 Modern Industrial Organization, Addison Wesley.

Childs, N., 2007, Rice Situation and Outlook Yearbook, Market and Trade Economic Division, Economic Research Service, U.S. Department of Agriculture, November 2007, RCS 2007, <http://www.ers.usda.gov>

Coe, P. F. Ve Krause, D. 2008, An Analysis of Price-Based Tests of Antitrust Market Delineation, Journal of Competition Law and Economics, 00(00), 1-25

Connar, J. M., 2007, Forensic Economics: An Introduction with Special Emphasis on Price Fixing, Journal of Competition Law and Economics, 4(1), 31-59.

Hoehn, T., Langenfeld, J., Meschi, M. Ve Waverman, L., 1999, Quantitative Techniques in Competition Analysis, Research paper,

<http://www.ers.usda/briefing/rice/Data/RICETABLE6.xls>

<http://www.rekabet.gov.tr>

Ireland, T.R.,1998, The Interface Between Law and Economics and Forensic Economics, Journal of Legal Economics, Vol 7, No:1,

Neven, D. J., 2006, Competition Economics and Antitrust in Europe, Economic Policy, Vol.21, No:48, pp. 741-791.

Posner, R. A. ,1999, The Law and Economics of the Economist Expert Witness, Journal of Economic Perspectives, Vol:13, No:2, 91-99.

Rekabet Kurulu Kararı, 2008, Dosya Sayısı: 2008-3-74, Karar Sayısı: 08-31/392-131, Karar Tarihi: 1.5.2008, <http://www.rekabet.gov.tr>.

Rey, P., 2006, On the Use of Economic Analysis for Cartel Detection. European Competition Law Annual 2006: Enforcement of Prohibition of Cartels, Hard, Oxford.

Roberts, S. 2008, Assessing Excessive Pricing: The Case of Flat Steel in South Africa, Journal of Competition Law and Economics, 4(3), 871-891.

Roeller, L.-H. ve Stehmann, O., 2006, The Year of 2005 at DG Competition: The Trend Towards a More Effects-Based Approach, *Review of Industrial Organization*, 29: 281-304.

Schinkel, M. P., 2007, Forensic Economics in Competition Law Enforcement, *Journal of Competition Law and Economics*, 4(1), 1-30.

Vesterdorf, B., 2005, Standard of Proof in Merger Cases: Reflections in the Light of Recent Case Law of the Community Courts, *European Competition Journal*, Vol 1, No: 1, pp 3-33.

Vickers, J., 2007, Competition Law and Economics: A Mid-Atlantic Viewpoint, *European Competition Journal*, Volume 3, Number 1, pp 1-15.

Ward, J. O. ve Olson, G. W., 1987, Forensic Economics: A Perspective and An Agenda for Research, *Journal of Forensic Economics*, 1(1): 1-10.

## SORU VE CEVAPLAR

---

**Oturum Başkanı-** Efendim, “Adli İktisat Yaklaşımı ve Bir Örnek Olay” konulu tebliğleri için Sayın Yardımcı Doçent Doktor Andım Oben Balce’ye teşekkür ediyoruz.

Bu konuyla ilgili olarak sorularınızı alalım, bu konuyu bitirelim, ondan sonra ikinci noktaya mı geçelim, yoksa tebliğleri art arda dinleyip öyle mi yapalım? Sorulara şöyle bir bakacağım, eğer sorular azsa hemen soruları almakta fayda görüyorum, yoksa adil olması için soruları daha sonraya bırakacağım.

Buyurun Ali Bey.

**Prof. Dr. A. Ali KOÇ (Akdeniz Üniversitesi İktisat Bölümü Öğretim Üyesi)-** Öncelikle arkadaşları kutluyorum; çok değerli, güzel bir çalışma yapmışlar.

Ben tarım iktisatçısıyım ve tarımcıyım. Yakın tarihte pirinçle ilgilendim. “Avrupa Birliği’ne Üyeliğin Türk Tarım Sektörüne Etkilerinin Ürün Bazında Analizi” başlıklı bir TÜBİTAK projesi tamamladım. Proje kapsamında hazırladığım, 24 ürünü kapsayan 16 raporun bir tanesi pirinç. İkincisi; 2007 yılında pirinç fiyatları dünya fiyatlarına oranla aşırı yükseldiğinde Dünya gazetesine pirinçle ilgili bir yazı gönderdim. Ayrıca TÜBİTAK projesi kapsamında pirinç piyasasıyla ilgili bir kısmi denge modeli oluşturduğum için, pirinçle ilgili her türlü politikayı, verileri ve diğer detayları yakından takip etme fırsatı buldum. En son söylediğiniz, Amerika Tarım Bakanlığının yaptığı gelecek 10 yıllık projeksiyonlara benzer projeksiyonu ilk olarak 2000 yılında Tarım Bakanlığı için hazırladım ve birkaç yılda bir güncelliyorum.

Burada arkadaşların dikkatini bir konuya çekeceğim. “Maddala”nın Ekonometri Kitabını okumuşlardır. Kitapta bir ekonometrist için şöyle tavsiyede bulunur: Bir, üzerinde çalışacağınız sektörü iyi tanıyın, iki, veri sürecine hâkim olun (o verileri kim nasıl topladı, verilerde ne tür hatalar olabilir?) üç, üzerinde çalıştığınız sektörü tanıyın ve son olarak da modelleme ile ilgili deneyim sahibi olun” der. Tabii, arkadaşlar zaman serisi analizleri ve sonuçların anlamlılık testleri açısından çok iyi deneyime sahip. Ama, oradaki modelin yapısına baktığımızda, incelenen dönem çok hassas bir dönem. Çünkü 2004 yılında Hükümet, Dünya Ticaret Örgütü kurallarını ihlal edecek şekilde bir ithalat rejimi uyguladı. Zaten içeride fiyatlar yükselmışti, dünya fiyatlarına göre belli bir yüksek dönemden geçiyor idi; bir de, son yıllarda Toprak Mahsulleri Ofisi minimum stokla sezonu

kapatıyordu. Normalde pirinç tüm dünyada “bayağı” bir maldır; Türkiye’de gelir talep esnekliği biraz yüksektir ama, talebi fiyata tepkisizdir. Böyle bir ürünün arzı arttığı zaman fiyat nasıl düşer veya arzı azaldığı zaman fiyat nasıl yükselir; temel iktisat öğrencileri çok iyi bilir. Bir defa, böyle bir ürüne sahibiz ve sezonun sonunda Toprak Mahsulleri Ofisinin elinde hiçbir stok yok.

Dolayısıyla, uzun dönemli bakarsanız, Türkiye pirinci dünya fiyatlarıyla paralellik arz ediyor. Son birkaç yılı dikkate almazsak, 600-650 bin tonluk talebin yüzde 50’den daha fazlası hep ithalatla karşılanıyor; son birkaç yıl ithalatın düşük olması dış ticaret rejimi değişikliğinden kaynaklandı. O da şimdi tekrar eski düzeyine dönüyor.

Buradan şuraya gelmek istiyorum: Bir defa böyle bir olay var; yani Türkiye’de o kısa dönemdeki fiyat, dünyadaki fiyat artışından çok daha fazla arttı. Dünyada 200 dolardan 400’e giderken, bizde 2.5-3 kat arttı; bir defa buraya dikkat etmek lazım. Burada, Toprak Mahsulleri Ofisi daha önceki yıllarda hep sezona 30-50 ton arasında stokla girerken, 2007 yılı sezon sonunda elinde 8 ton stok vardı; spekülörler bunu o dönemde çok iyi değerlendirdiler ve fiyatlar geçici olarak ciddi şekilde yükseldi.

Ekonometrik modeli kurarken pirincin kalitesine dikkat etmek lazım; pirinç kalite açısından homojen bir ürün değil, Amerikan pirinciyle Thai pirinci ve Mısır pirinci aynı değil. Dolayısıyla, bu modelin, bu çalışmanın daha da detaylandırılmasına ihtiyaç var.

Türkiye’de tek bir firma piyasanın yüzde 50’den fazlasına hâkim, 3 firma ise yüzde 70’inden fazlasına hâkim. Fiyat grafiğine yıllık ve uzun dönemli bakarsak, bu piyasada, pazarın fiyatlandığına yönelik ipuçları var. Biz de bunu çalışmayı düşündük ama, fırsat olmadı. Bu çalışmayı detaylandırmayı düşünürseniz teknik bilgilerle birlikte sizinle çalışmaya gönüllüyüm. Kutluyorum. Teşekkür ederim.

**Oturum Başkanı-** Çok teşekkür ederiz.

Ali Bey, bu piyasalarda stokun önemine işaret etti. Hakikaten stok çok önemli. Buğday piyasasında da hemen hemen aynı durum var. Dünya piyasalarında stok düştüğü anda fiyat alıp başını gidiyor. Sadece Türkiye için değil, dünya seviyesinde da stoklara bakmak lazım diye düşünüyorum. Dünyada ne oldu bilmiyorum. Çok teşekkür ederiz. Efendim, başka soru, yorum... Daha vaktimiz var. Buyurun.

**Sinan ÇÖRÜŞ (Rekabet Kurumu Uzman Yardımcısı)**- Bu modele baktığım zaman ana fikir olarak ben şöyle bir şey görüyorum (eğer yanılıyorsam beni düzeltin): Tüketici fiyatlarındaki değişmeyi, üretici fiyatlarındaki değişimin ötesinde ne kadar açıklayabiliriz? Çünkü modelin içerisine üretici fiyat endeksinde de koymuşsunuz. Ben öyle yorumluyorum. Burada neden bir “Reparameterization” a gitmediğinizi merak ettim. Modeli, ABD, Tayland ve Mısır’daki fiyat değişikliklerini, tüketici fiyat endeksi ve üretici fiyat endeksi arasındaki farkı açıklayacak şekilde neden kurmadınız; benim ilgimi o çekti. Öyle bir durumda belki bu Amerikan ve Tayland fiyatları önündeki değişkenlerin işaretlerinin değişme olasılığı var gibi geldi bana. Böyle bir şeyi niye seçmediğinizi soracaktım. Sunumunuz için çok teşekkür ederim.

**Oturum Başkanı**- Başka efendim... Sorular bitti mi, başka yok mu efendim? Efendim, bu vesileyle hemen şunu söyleyeyim: Bu veri vermeme hadisesi çok vahim bir hadise. Maalesef Devlet İstatistik Enstitüsü bunu yapıyor. “Madem bu verileri vermeyeceksiniz, o zaman neden topluyorsunuz” diye de bir soru sormak lazım. Bize şöyle açıklama yapıyorlar: “Efendim, biz Genelkuruma bile vermiyoruz, size hiç vermeyiz” Rekabet Kurumu Kanununda da, “her türlü kamu kurumundan her türlü veriyi alır” diye bir madde var; o zaman, bunun ne anlama geldiğini yorumlamak lazım. En büyük engellerden birisi bu. Bunun aşılması için, yani bu verilerin toplanması imkânını yaratmak için sanıyorum şu anda Sanayi ve Ticaret Bakanlığı bir çaba sarf ediyor. Burada daha da garip bir durum var. Hangi alanlarda veriyi alamıyoruz? Tekelleşmenin en yüksek düzeyde olduğu alanlarda; yani 1, 2, 3, 4 tane firma varsa veri vermiyor. Eski bir rakam olsa bile ithalat-ihracat rakamını, üretim rakamını elde edemiyorsun. O bakımdan, arkadaşlarımızın yaptığı şey de ilginç bir olay; dışarıdan buluyorsun. Bu bana şunu hatırlatmıştı: Öğrenciliğim sırasında yabancı sermaye üzerine bir seminer yapacaktım, bizim Sanayi ve Ticaret Bakanlığına gittim, yabancı sermaye üzerine verileri istiyorum dedim, “bunlar yasak, veremeyiz” dediler. O sırada tesadüfen İsviçre’ye gittim. İsviçre’de bütün veriler hazır. Oradaki insanlar ona ulaşıyorlardı, ama biz ulaşamıyorduk. Garip bir şey. Şimdi siz bu sorulara lütfen cevap verin.

**Yrd. Doç. Dr. Andım Oben BALCE**- Öncelikle Ali Hocama cevap vereyim. Bir kere sektörde uzman olmak gerekiyor; biz onu peşinen kabul ediyoruz. Bu çalışmada Rekabet Kurulunun kararına tamamen paralel gitmeye çalıştık; dolayısıyla, başka şeylere bakacak pek vaktimiz yoktu. Amacımız, ekonomik/istatistiksel testlerin bir uygulamayla gösterilmesiydi.

**Prof. Dr. A. Ali KOÇ-** Çok iyi bir çalışma, fakat çalışma geliştirmeli.

**Yrd. Doç. Dr. Andım Oben BALCE-** Tabii, sizinle muhakkak kontak kuracağız.

**Prof. Dr. A. Ali KOÇ-** Mesela borsada, kalitelerine göre, çeşitlerine göre çok ayrı fiyatlar var. Perakende fiyatları almayın, o fiyatlarla Amerika'yı, kalite açısından karşılayan pirinci almak gerekir. Mesela "Osmancık" ve ABD'den ithal edilen pirinçle aynı pirinç değil; fiyatları da çok farklı.

**Yrd. Doç. Dr. Andım Oben BALCE-** Onların farkındayız; hep gördük.

**Prof. Dr. A. Ali KOÇ-** O dönemde, ithal pirincin fiyatı arttığında bazı yerli pirinçlerin fiyatı hiç artmadı. Bu detaylara da bakılması gerekir.

**Yrd. Doç. Dr. Andım Oben BALCE-** Onların hepsini gördük. Eğer onlara da girseydik uzun dönemli bir çalışma... Ayrıca, Sayın Hocam, sizin çalışmalarınıza internette denk gelemedik. Her türlü bilgiye demek ki kolayca ulaşamıyoruz. Tabii, TÜBİTAK projesi dediniz; demek ki, oralara da bakmak gerekiyordu. Katkınız için teşekkür ederim.

**Oturum Başkanı-** Tabii, aslında bu olay çok karmaşık. Mesela bir de ikame mallar var. Makarnayla pirinç arasında bir ikame imkânı var. Makarna üreticileri diyorlar ki, "makarna talebini en fazla etkileyen şey pirinç fiyatıdır, pirinç fiyatı düştüğü zaman biz makarnacılar makarna satamıyoruz, Türk milleti pirinç seviyor, ama pirinç fiyatı yükseldiği zaman makarna piyasası çok iyi gidiyor." Mesela belki bunu da test etmek lazım. Dediğiniz gibi bütün boyutlarıyla analiz yapmak açısından o sektörü tanımak çok önemli.

**Prof. Dr. A. Ali KOÇ-** ...perakende fiyatla toptan fiyat ilişkisi zaten birbir gider. Bu tür piyasalarda ya sabit marj vardır, ya oransal marj vardır, yada kombine marj vardır. Yani aracılar belli bir marjla çalışırlar... Bu çalışmayı geliştirmenizi tavsiye ediyorum.

**Oturum Başkanı-** Ama konumuz pirinç değil, değil mi?

**Yrd. Doç. Dr. Andım Oben BALCE-** Tabii.

**Oturum Başkanı-** Konu sonuçta adli iktisat olduğu için bu bir örnek olay olarak değerlendiriliyor.

**Prof. Dr. A. Ali KOÇ-** Yapılan eleştiriler ışığında çalışma revize edilirse sonuçlar değişir.

**Yrd. Doç. Dr. Andım Oben BALCE-** Tabii ki, farklı değişkenlere, göstergelere baktığınız zaman sonuçlar değişir, başka boyutlara da gidilebilir.

Arkadaşın sorusuna gelince de, oradaki endeks fiyatları değil, sepetlerin içindeki pirince ilişkin fiyatlar. O sunumun bir yerinde karışmış, “ÜFE” gözüküyor; acaba onu mu sormak istediniz?

**Sinan ÇÖRÜŞ (Rekabet Kurumu Uzman Yardımcısı)-** Yok, onu sormak istemedim. Sormak istediğim şu: İki fiyat serisi genel anlamıyla paralel gideceğinden, farklarını açıklamaya çalışmak daha anlamlı olmaz mıydı?

**Bir Katılımcı-** Paralel gidiyorsa zaten -Hocamın da dediği gibi, belli bir marj var, tabii o da, o piyasayla ilgili bizim bilmediğimiz, gerçi toptanla perakende arasında galiba öyle gidiyor- o zaman biri gereksiz oluyor; ona katılıyorum. Bu katkı oldu. Sizin eleştiriye de katılıyorum yani ikisi paralel gidiyorsa birisi bizim için yeterlidir. Onu da düzeltiriz.

**Yrd. Doç. Dr. Andım Oben BALCE-** Biz aslında toptanı değil de gümrükteki fiyatını, -Türkiye’ye girdiği anda sanırım gümrükte beyan ediliyor- ko-yacaktık, o dönemde eksik olduğu için onu koymayıp ÜFE’deki fiyatları aldık. Aslında, gümrükte beyan edilen fiyatları alsak belki daha değişik bir sonuca da tabii ki gidebilecektik. Ama, ilk baştaki asıl amacımız oydu. 2005 yılına kadar hem miktarı, hem de gümrükteki dış ticaret verilerini elde etmiştik ama, 2005’ten sonrası yoktu. Asıl amacımız oydu, ama ancak bununla yetinebildik. Katkınız için teşekkür ederiz.

**Bir Katılımcı-** Hocam, demek ki, adli iktisat daha yeni başlıyor, geliştikçe sorunlar da hâllolacak herhâlde.

**Yrd. Doç. Dr. Andım Oben BALCE-** Tabii. Bu sempozyumun amacı da, bir şekilde bir başlangıç yapmak. Bizim de asıl amacımız, istatistik/ekonometrik yöntemlerin bir şekilde kullanılmasını, kullanmayı teşvik etmek, önermek.

**Oturum Başkanı-** Ben de bir soru soracağım. Tabii, “adli iktisat” yeni bir yaklaşım ama “ekonomi” ve “hukuk” denilen bir alan çoktan beri açık; galiba tebliğinizde siz de buna kısaca değiniyorsunuz. Ekonomi ve hukuk ile bu ad altında yapılan eğitim ve yazılan çizilenler ile adli iktisat arasındaki ilişki nedir? Adli iktisat biraz daha bunun bir özel dalı gibi mi oluyor, yoksa ondan tamamen



farklı bir şey mi? Bana büyük paralellikler var gibi geliyor, adli iktisat biraz daha dar bir alan gibi geliyor. Bunun açıklığa kavuşturulmasında yarar var diye düşünüyorum. Türkiye’de ekonomi ve hukuk artık bazı üniversitelerde ders olarak okutulmaya başlandı. Mesela bir üniversite hem ekonomiyi, hukuku okutup hem de adli iktisat okutabilir mi; insanın aklına böyle bir soru geliyor.

**Yrd. Doç. Dr. Andım Oben BALCE-** “Adli iktisat”, bir terim. Buna, sorgulayıcı gözle bakan iktisatçı ya da iktisat diyebiliriz; hukuktaki delil toplamayı, onu değerlendirmeyi dikkate alan bir yaklaşım, bakış açışı. Aynı şeyi ekonometri için de söyleyebiliyoruz. “Ekonometri”, istatistik, matematik ve iktisadın kesiştiği yer. “Adli iktisat” da, hukukla iktisadın kesişimi olduğunu söyleyebiliriz.

**Oturum Başkanı-** Ekonomi ve hukuk, analitik hukuk olarak tanımlanıyor. Diyelim ki, eğer mutlaka bir fark tanımlayacaksak, analitik hukuk ile adli iktisat arasında nasıl bir fark var?

**Yrd. Doç. Dr. Andım Oben BALCE-** Analitik hukuk...

**Oturum Başkanı-** Yani, ekonomi ve hukukun etkinliğini sorgulayan bir dal olarak. Mesela ekonomi ve hukuk, “cezaların caydırıcı olabilmesi için yakalanma oranının ve mahkûm edilme oranının hesaba katılması lazım” diyor. Bu da, hukukun daha etkin olarak işlemesi yani adalet yerine etkinlik kriterini de uygulamaya çalışıyor. Adli iktisat burada biraz daha farklı bir yaklaşım getiriyor ama bu farkın çok netleştirilmesi lazım diye düşünüyorum.

**Yrd. Doç. Dr. Andım Oben BALCE-** Onu biz tam da yakalayamadık ama tabii, önsözümüze dayalı söyleyebiliyoruz.

**Bir Katılımcı-** Hocam, adli iktisat şu anlamda: Daha objektif kriterler getirdiği için, mahkemeye gittiğinizde inandırıcılığınız, ikna ediciliğiniz, delil olma kalitesi daha yüksek oluyor. O anlamda iktisattan, hukuktan ayrılıyor, çünkü işin içine iktisadi boyut, ekonometrik modeller filan da giriyor. Daha teknik.

**Oturum Başkanı-** Yani, “delil olarak önplana çıkıyor” diyorsunuz.

Bu oturumu böylece kapıyoruz. Gerçekten arkadaşlarımız çok önemli katkılar yaptılar. Soru mu var? Buyurun.

**Zeynep MADAN (Rekabet Kurumu Uzmanı)-** Hocam, katkılarınız için teşekkür ederim. Sadece merak ettiğim için soruyorum; galiba Sinan arkadaşım da onu kastetti, ÜFE’yle TÜFE arasındaki farkı irdelemek isteseydik hangi ik-

tisadi araçları kullanmamızı tavsiye edersiniz? Bu Case benim oldukça faydalı oldu. 3'üncü Daire gıda sektörü üzerine çalışıyoruz. Bağışlayın, makalenizi tam okumadım, belki burada da onu ifade ettiniz ama, ÜFE'yle TÜFE arasındaki fark nereden kaynaklanıyor? Bu önemli. Onu göstermeye çalışsak hangi iktisadi analizleri kullanırdık; rekabet ihlali mi, yoksa spekülasyon unsurları mı? ÜFE'yle TÜFE bağlamında, "rekabet ihlali var mı yok mu"yu nasıl gösterebilirdik?

**Bir Katılımcı-** ÜFE'yle TÜFE arasındaki fark neyi gösteriyor? Toptancılarla perakendeciler ya da MİGROS arasındaki fark. Dolayısıyla, eğer o arada bir açılma olursa o MİGROS'tan kaynaklanıyor. Bu olayda bizim asıl ilgilendiğimiz mesele, bu üç büyük toptancı değil mi? Dolayısıyla, o fark bu analiz açısından bir şey göstermez; ama MİGROS hakkında bir şeye gideceksek, tabii o zaman aradaki farka bakılabilir.

**Zeynep MADAN (Rekabet Kurumu Uzmanı)-** Onun için soruyorum zaten. İster istemez olasılığı da düşünürüm.

**Bir Katılımcı (Devamla)-** O da, toptancılardan çıkan fiyat yine hep aynı trendle giderken birden perakende ara da çok açılmışsa, onlar iş birliği yapıyor olabilir; böyle bir şey çıkar. Toptan fiyatında hiçbir şey yok, yurtdışı fiyatı yok, toptan da zaten beraber gidebilir ama, stoka filan bakmak lazım. Diğerlerinde hiçbir şey yokken sadece perakende fiyatında bir sıçrama olmuşsa, onu toptancı yapmıyor; toptancıya, "bunu sen yaptın" diye bir şey diyemeyiz. O, nihai satıcının yapabileceği bir şey. Teşekkür ederim.

**Oturum Başkanı-** Efendim çok teşekkür ederiz. Öyle anlaşılıyor ki, iktisat ve hukuk alanında daha ziyade iktisatçılar dans edecekler, adli hukukta da daha ziyade istatistikçi ve ekonometristler dans edilecekler. Başka talep yoksa bu seansı kapatıyoruz.

**Oturum Başkanı-** Oturumun bu bölümünde yarışmada ikinci olan "Gıda Perakende Sektöründe Tekel Gücünün Belirlenmesi" konulu tebliği gündeme getireceğiz.

Bu tebliğin yazarları:

\* Sayın Araştırma Görevlisi Gülden Bölük

\* Sayın Profesör Doktor Ali Koç

Efendim, sizleri de buraya davet ediyorum; buyurun.

Araştırma Görevlisi Gülden Bölük, 1998 yılında Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İktisat Bölümünde Lisans eğitimini tamamladı.

2002 yılında Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalında Yüksek Lisans derecesini aldı. Yüksek Lisans tez başlığı, “Firma Birleşmeleri ve Bölgesel Ekonomik Entegrasyon: Avrupa Birliği-Türkiye Örneği” idi. 2004-2008 döneminde, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İktisat Anabilim Dalından Doktora Eğitimine hâlen devam etmektedir. Doktora, tez aşamasındadır. Tezini de, “Enerji Piyasalarında Gelişmeler ve Türkiye Elektrik Piyasasında Serbestleşmenin Etkileri” konusunda yapmaktadır. Doktora tez çalışmalarının yanı sıra; “Tarladan Sofraya İzlenebilirlik, “7. Çerçeve Avrupa Birliği projesi” ve Akdeniz Üniversitesi Ekonomik Araştırmalar Merkezinin, “Dünya ve Türkiye Biyoenerji Piyasalarındaki Gelişmelerin ve Potansiyel Değişikliklerin Türk Tarım ve Hayvancılık Sektörleri Üzerindeki Etkilerinin Modellenmesi ve Türkiye İçin Biyoenerji Politika Alternatiflerinin Oluşturulması” TÜBİTAK projesinde asistan olarak çalışmaktadır. Bu uzun bir proje; çok güzel. Akademik çalışmalarını da vermiş ama artık işi o kadar uzatmayalım Gülden Hanım.

Yine bu tebliğin çalışmasında katkısı olan Sayın Ali Koç Hocamız, 1987 yılında Çukurova Üniversitesi Ziraat Fakültesi Tarım Ekonomisi Bölümünden mezun oldu. 1990 yılında Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsünden ve 1992’de Akdeniz Ülkeleri İleri Tarım Araştırmaları Merkezinden İspanya Zaragoza’da master dereceleri aldı. 1995’te Çukurova Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Tarım Ekonomisi Anabilim Dalından Doktora derecesini aldı. 1989-1999 yıllarında Çukurova Üniversitesi ve 2000-2001 yılında Atılım ve Başkent üniversitelerinde yarı zamanlı Öğretim Üyesi olarak görev yaptı. 1997-1999 yıllarında ABD’de Iowa Eyalet Üniversitesinde Uluslararası Gıda Politikaları Araştırma Enstitüsünde Ziyaretçi Araştırmacı olarak çalışmalar yaptı. 1991-2000 yılları arasında, Dünya Bankası Destekli Tarımsal Araştırma projesi kapsamında kurulan Tarımsal Ekonomi Araştırma Enstitüsünde (Tarım ve Köyişleri Bakanlığı) ve 2001-2003 yılları arasında, Sosyal Riski Azaltma projesinde-Dünya Bankası projesinde (Başbakanlık Sosyal Yardımlaşma ve Dayanışma Genel Müdürlüğü), Danışman olarak çalıştı. 2003 yılından itibaren Akdeniz Üniversitesi İktisat Bölümünde Öğretim Üyesi olarak görev yapmaktadır. İlgi alanları: Mikro ekonomi, endüstri iktisadı, tarım politikaları, tarımsal pazarlama, uluslararası tarım ve gıda, ticaret politikaları, perakende ticaret ve gıda sektöründe tedarik kanalları, sosyal politikalar, yoksulluk analizleri, mikro finans ve biyoenerji ekonomisi. Hocam, benimkinden uzun bir listesi olan var mı diye merak ediyordum; maşallah sizinki iyi.

Gülden Hanım söz sizde; buyurun.

# GIDA PERAKENDE SEKTÖRÜNDE TEKEL GÜCÜNÜN BELİRLENMESİ

Gülden BÖLÜK<sup>1</sup>, A.Ali KOÇ<sup>2</sup>,

## GİRİŞ

Geçen yirmi yıllık dönemde perakendeciliğin küreselleşmesi süreciyle birlikte gelişmekte olan ülkelerde perakende ticaret, tedarik kanalları ve perakende tedarikçi ilişkileri alanlarında önemli değişimler söz konusudur. Bu değişimde hem talep hem de arz yönlü önemli faktörler etkili olmuştur (Reardon vd., 2005, s.47). Talep tarafındaki belirleyici unsurların başında kişi başına harcanabilir gelirin artması, ekonomik krizler<sup>3</sup>, şehirleşme, kadının daha fazla ev dışında işgücüne katılması ve yaşam tarzının değişmesi gibi faktörler sayılabilir. Trail (2006:168), 43 ülkeyi kapsayan ampirik çalışmasında, süpermarketlerin gıda perakende payının kişi başına gelir, şehirleşme, kadının işgücüne katılımı ve dışa açıklık oranı<sup>4</sup>ile pozitif ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Yine 1990'larda buzdolabı sahipliğinin artması, günlük yapılan alışverişlerin haftalık hatta aylık yapılabilmesi, araba sahipliğinin ve toplu taşıma araçlarının artması ile taşımanın daha kolay yapılabilmesi bu dönüşümü hızlandırmıştır (Reardon vd., 2004, s.47-48; Gaiha ve Thapa, 2007; s.5-6, Koç vd., 2008).

Perakendecilik sektörünün yeniden yapılanmasında arz yönlü belirleyicilerin başında doğrudan yabancı sermaye yatırımları gelmektedir. Perakendecilik hizmetleri 1990'ların öncesinde daha çok yerli girişimciler tarafından yapılırken son zamanlarda sermayenin serbestleşmesine bağlı olarak yabancı sermaye bu sektöre giriş yapmıştır ve hızla büyümektedir. Özellikle gelişmiş ülkelerin yurtiçi piyasalarında yaşanan yoğun rekabet ve pazarın doymunlaşması-ABD, Avrupa ve Japonya- şirketleri kâr marjı yüksek gelişmekte olan pazarlara yönlendirmiş, ge-

<sup>1</sup> Araştırma Görevlisi, Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat ABD.

<sup>2</sup> Öğretim Üyesi, Prof.Dr., Akdeniz Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İktisat Bölümü.

<sup>3</sup>1929 Ekonomik Buhranı döneminde, ABD'de %25 oranında iş olanakları azalmış, tam zamanlı yerine kısmi zamanlı çalışma koşulları yaygınlaşmış ve bireylerin kişi başına gelirleri yarıya düşmüştür. Aynı dönemde gıda marketlerinin satışları %35 azalmıştır. Satışları artırmak amaçlı maliyetlerin çok az üzerinde gıda satışlarının yapılabildiği süpermarketler 1930'larda oldukça yaygınlaşmıştır. Örneğin ABD'de King Kulen'in "Dünya'nın en büyük fiyat kırıcı" gıda perakende firması olarak reklamı yapılmıştır (German ve Leed, 1997, s.4-5).

<sup>4</sup> Dış ticaret hacminin milli gelire oranı.

lişmekte olan ülkelerin Dünya Ticaret Örgütü'ne üyelikleri ve yabancı sermayeyi özendirici yasal düzenlemeleri de bu gelişmeyi hızlandırmıştır. Örneğin Carrefour Arjantin'de Fransa'ya göre üç kez daha fazla net kâr marjı ile çalışmaktadır (Reardon vd., 2003, s.1140-1141, Gaiha ve Thapa, 2007, s.6-7). Gelişmekte olan ülkelerin Dünya Ticaret Örgütü'ne katılmaları sonrasında perakende sektöründe yabancı sermaye yatırımları katlanarak artmıştır (Gaiha ve Thapa, 2007, s.8). Arz tarafındaki diğer bir faktör de kayıt dışı ekonomi ile mücadele için süpermarket ve hipermarketlere sağlanan teşviklerdir (Koç v.d., 2008). Tüm bu gelişmeler ile birlikte perakende sektörde tedarik zinciri giderek merkezileşmiş, tüketicilerin alış veriş alışkanlığı bu büyük perakendecilerin lehine değişmiş ve sonuçta geleneksel perakendecilerin sayısı azalmıştır (Gaiha ve Thapa, 2007,s.8, Dobson, 2003, s.111).

Sektörün değer zincirinde üretim, işleme ve dağıtım kanalları söz konusu faktörlerin etkisiyle geleneksel yapısını kaybetmiş ve yerel piyasalar merkezileşmiş piyasalara dönüşmüştür. (Reardon ve Swinnen, 2003, s.2). Tüm bu gelişmelerin sonucunda perakende sektörde yoğunlaşma oranları önemli artış göstermiştir. Örneğin Latin Amerika ülkelerinin çoğunda en büyük beş zincir firma süpermarket sektörünün %65'ine sahiptir. Bu oran ABD'de %40, Fransa'da ise %72'dir (Reardon vd., 2004, s.1143). Ancak giderek artan yoğunlaşma oranları perakendeciler ile toptancılar arasında alıcı-satıcı ilişkilerinde pazarlık gücünü perakendeciler lehine (pazar hakimiyeti) değiştirmiş ve tedarikçilerin kâr marjını daraltmıştır. Bunun yanı sıra büyük zincir marketlerde düşük maliyet nedeniyle düşük fiyatlarla ürün satışları, kalitenin ve çeşitliliğin artmasından dolayı, geleneksel küçük ölçekli perakende firmalarının kapanmalarına neden olmuştur (Reardon ve Swinnen, 2003, s.8, Reardon vd., 2004, s.1142). Bu durum bir taraftan tüketicileri düşük fiyatlar nedeniyle memnun ederken, diğer taraftan farklı formatlar ile küçük kasabalara ve kırsal bölgelere dahi giren dev çok uluslu zincir ve/veya ulusal firmalar küçük ölçekli işletmelerin kapanmalarına neden olmaktadır (Reardon ve Swinnon, 2003, s.8-9, Gaiha ve Thapa, 2007, s.9).

Bu çalışmada, yazın taraması ışığında, her geçen gün daha fazla konsolide duruma gelen perakende sektörün önemli bir bölümünü (%60 civarı) oluşturan gıda perakendeciliğindeki yapısal değişim tekel gücü kapsamında ele alınmakta, tekel gücünün belirlenmesi için kullanılan yöntemler sunulmaktadır. Bu kapsamda gıda perakende sektöründe tekel gücünün belirlenmesine ilişkin yöntemler, ampirik ve nitel olarak ikiye ayrılmış ve ampirik yöntemler de kullanılan teknikler 3 alt başlık altında ele alınmıştır. Birinci bölümde perakende sektördeki

gelişmeler hem ulusal hem de küresel boyutta ele alınmakta, perakende sektördeki yoğunlaşma artışlarının tedarikçiler ve tüketiciler üzerindeki etkileri alıcı (veya tekel) gücü kapsamında irdelenmektedir. Gıda perakende sektöründe pazar gücünü kullanımı açısından Arjantin, Güney Afrika, İngiltere ve Fransa'dan örnekler verilmektedir. İkinci bölümde gıda perakende sektöründe tekel gücünün belirlenmesine ilişkin yöntemler ampirik ve nitel yöntem başlıkları altında ele alınmaktadır. Son bölümde ise sonuç ve önerilere yer verilmektedir.

## **1. KÜRESEL VE ULUSAL GIDA PERAKENDE PİYASALARDA GELİŞMELER**

Küresel düzeyde perakende sektörünün 2006 yılı satışları 13 trilyon ABD \$'ı olarak gerçekleşmiştir. Dünya'da perakende ticaretle uğraşan ilk en büyük 250 firmanın toplam satışı 2006 yılında 3,25 trilyon ABD \$'na ulaşmıştır ve bir önceki yıla göre %8 artış göstermiştir. İlk 10 firmanın 250 perakende firmanın satışı içerisindeki payı giderek artmaktadır. İlk 10 firmanın payı 2004 yılında %28,8 ve 2005 yılında % 29,4 iken 2006 yılında %30,1'e ulaşmıştır (Deloitte, 2008, s.2-7). Dünya'da perakende ticaretle uğraşan ilk 250 firmanın %60'ı esas faaliyet olarak gıda perakende ticareti yapmaktadır. Bunlardan en büyük 10 firmanın 9 tanesi gıda perakende işi ile uğraşmaktadır (Deloitte, 2006, s.2-10). En büyük perakendeci firmaların toplam perakende ticaretteki pazar payları Amerika, Almanya, Fransa, İngiltere, Diğer Avrupa, Japonya ve Kanada'da sırasıyla %45.5, %10.9, %9.6, %8.2, %10.9, %6.7, %2.8'dir (Deloitte, 2008, s.2-7).

Küresel olarak ilk en büyük 10 perakende şirketinin yoğunlaşma oranı istikrarlı bir şekilde artmaktadır. Yoğunlaşma oranı artışı özellikle gıda dağıtım zincirinde çok belirgindir. Norveç, İsviçre, Avustralya, Kanada, Finlandiya ve İsveç'te ilk en büyük üç perakendeci firma gıda ticaretinin en az %60'ını gerçekleştirmektedir (Boylaud ve Nicoletti, 2001, s.258). Perakende sektöründeki konsolidasyonlar ve yoğunlaşma oranlarının artışı toptan satış piyasasında rekabetin kapsamını etkilemiş ve dolayısıyla üreticilerin karşılaştıkları koşullar değişmiştir. Bu değişim tedarikçilerin kâr marjlarını azaltmış, alıcı-satıcı ilişkisinde büyük perakende şirketlerinin pazarlık gücünü artırmıştır (Farina, 2006, s.7, Reardon vd., 2004, s.1141). Perakende sektörde firmaların yoğunlaşma oranlarındaki artışlar temel olarak birleşme ve satın alma faaliyetlerinden kaynaklanmaktadır. Örneğin Kanada'da ilaç perakendecisi Jean Coutu Grubu, 2004'de 1,549 şubeye sahip J.C.Penney'i satın almıştır. Yine İngiltere merkezli süpermarket zinciri Wm.Morrison, Safeway PLC.'yi 2004'de satın alarak 2 kattan daha fazla büyümüştür (Deloitte, 2006, s.11).

Benzer şekilde gıda perakende sektöründe de yoğunlaşma oranları artmaktadır. Fransa’da ilk en büyük 8 firma gıda perakende satışlarının %90’nı kontrol etmektedir. Bu oranlar ilk en büyük üç firma için Hollanda’da %60, İsveç ve Finlandiya’da ise %80’dir (Duponcel, 2006, s.4-6). Gıda satışlarındaki penatasyon artışına paralel olarak gıda alt gruplarında da (örneğin yaş-sebze meyve sektöründe) perakende firmaların pazar payı yükselmekte ve süpermarket ve geleneksel perakende sektör arasındaki fiyat farkı azalmaktadır (özellikle domates patates vb. ürünlerde) (Dries vd., 2004;Reardon vd., 2004).

**Tablo 1: İlk En Büyük Beş Perakendeci Firmanın Gıda Perakende ve Sebze-Meyve Satışlarındaki Payları, %**

Ülke	Gıda Perakende Payı	Sebze-Meyve Payı
Almanya	%79	% 77
İspanya	%60*	% 30
Fransa	%72**	%50
İngiltere	%88	% 75
İtalya	%54	% 34
Hollanda	%79.2	% 74
İzlanda	%79***	% 86
Çin	%48	% 11
Portekiz	%70	% 28
Brezilya	%75	%50
ABD	%40	% 28

\*İlk 4 firma pazar payı, \*\* İlk 8 firma pazar payı, DEFRA 2003 rakamı, \*\*\* İlk 3 firma Pazar payı  
Kaynak: Duponcel, 2006, s.4, Trail, 2006, s.166-167, DEFRA, 2003.

Büyük perakendecilerin sebze ve meyve satışlarındaki payı 1995’ten bu yana artmaktadır. Tablo 1’den görüldüğü üzere, İtalya’da bu oran %18’den %34’e, Fransa’da %60’dan %75’e, İngiltere’de %50’den %75’e ve Almanya’da %25’den %40’a ulaşmıştır. Avrupa genelinde ilk en büyük 5 firmanın yaş sebze-meyve satışlarındaki payı 1991 yılında %16 civarında iken, 2005 yılında %40’a ulaşmıştır (Duponcel, 2006, s.4-6).

Sektördeki birleşme ve satın alma faaliyetlerinin hızlanması ve yoğunlaşma oranlarının artması, büyük süpermarket zincirlerinin küçük perakendeciler ve tedarikçiler üzerinde piyasa güçlerini kullanmalarına ve sonuç olarak küçük üreticiler (tarım dahil) ve firmaların piyasadan dışlanmalarına neden olmakta-

dır (Chavez, 2002, s.512; Weatherspoon ve Reardon, 2005, s.334). Özellikle Arjantin, İngiltere ve Fransa'nın perakende sektördeki deneyimleri teknelci gücün kullanımına ilişkin önemli kanıtlar sunmaktadır. Örneğin Arjantin'de çok uluslu firmaların perakende sektöre girmesinden önce perakende ticarete geleneksel alışveriş merkezleri hakimdi. Genelde yurtiçi sermayeli aile şirketleri faaliyette bulunmaktaydı (Gutman, 2002, s.410). Arjantin'de 1990'lı yıllarda küresel ve bölgesel perakende firmaların yatırımları hızla artmıştır. Bu dönemde (1990-2000) büyük firmaların market sayısında 1,000 civarında artış olmuştur. Bu küresel perakendeciler piyasada daha önce kurulmuş olan yerel firmalardan pazar payı alabilmek için yıkıcı bir rekabet politikası uygulamışlardır. Küresel ve bölgesel büyük perakendecilerin yıkıcı rekabet sürecinde kullandıkları en önemli araçlardan biri, tedarikçi firmalar ile yaptıkları müzakereler olmuştur. Ancak müzakere kısa süre sonra süper marketlerin tek taraflı olarak taleplerini küçük ve orta ölçekli tedarikçilere zorla kabullendirmeye dönüşmüştür ve adil olmayan tek taraflı uygulamalar söz konusu olmuştur<sup>4</sup>.

Küçük ve orta ölçekli perakende firmalarının şikayeti üzerine, gıda ve içecek satışlarının %50'sini temsil eden Arjantin Süpermarketler Odası (CAS) ve Gıda İçecek Üreticileri Birliği (COPAL) sektörde rekabetçi olmayan uygulamaların çözümlenmesi ve siyasilerin önerdiği sıkı regülasyonları önlemek için "İyi Ticari Uygulama Kuralını (Best Practice Code-BPC)" kullanma konusunda anlaşmışlardır. Uygulama sonrasında (2000-2008) rekabette iyileşmeler sağlanmıştır<sup>5</sup> (RIMISP, 2007). Güney Afrika'da da 2000-2003 döneminde perakende gıda fiyatları büyük oranda artmıştır. Bu fiyat artışlarının gıda arz zincirinde perakende aşamadaki yoğunlaşma oranları artışı ve tekel gücünün varlığı olduğuna ilişkin bulgular vardır. Cutts ve Kriesten (2006), beş gıda ürününün (taze süt, uzun ömürlü süt, mısır, yemeklik yağ, ekmek) 2000-2003 dönemine ait aylık verilerle yaptıkları çalışmalarında, bu ürünlerin tedarik zincirindeki fiyat dönüşümlerinin asimetrik olduğunu ve bunun perakendecilerin tekel gücünün göstergesi olan piyasa aksaklıklarından kaynaklandığı sonucuna varmışlardır.

<sup>5</sup>Başlıca adil olmayan tek taraflı uygulamalar şunlardır: i)Uzun ve tahmin edilemeyen ödeme dönemleri (en az 15 günlük gecikmeler ve 180 güne kadar uzayan ödemeler), ii)Yüksek promosyon ücretleri (her promosyon için maliyetin %10 ile %25'ini bulan ücretler), iii) Tedarikçi firmanın listeden aniden çıkarılması (5-10 günün altında bilgilendirme), iv)Yazılı olmayan veya gerçekleşmemiş ürün iadeleri için %5-15'e varan bedel kesintileri, v)Yıllık anlaşmalarda tek taraflı olarak %5-10'luk fiyat indirimleri (RIMISP, 2007).

<sup>6</sup>Daha detaylı bilgi için bkz., ([http://www.rimisp.org/proyectos/codigo.php?documento=best\\_commercial\\_practice.pdf](http://www.rimisp.org/proyectos/codigo.php?documento=best_commercial_practice.pdf)).



Son yıllarda birçok Avrupa Birliği ülkesinde perakende sektörde yoğunlaşma oranları artmış ve özellikle gıda perakende sektöründe monopol gücünün kullanılıp kullanılmadığına ilişkin endişeler gündeme gelmiştir. Örneğin İsveç ve Danimarka'da ilk en büyük 5 firma toplam bakkaliye satışlarının %70'nden fazlasına sahiptir. AB-15 ortalaması %50 civarındadır. İngiltere'de ilk en büyük beş büyük firmanın (Tesco, Sainsbury, Asda, Safeway ve Somerfield) yoğunlaşma oranı %63 olup, AB ülkeleri içerisinde dördüncü sırada yer almaktadır. Tesco, Sainsbury ile birlikte gıda perakende sektörünün %30'undan fazlasına sahiptir. Yani her üç pound'luk harcamanın biri'ini bu şirketler elde etmektedir (Lloyd ve Morgan, 2007, s.23). Tesco en yakın rakibinin piyasa payını ikiye katlamaktadır ve özellikle Tesco'nun tedarikçiler üzerinde perakende gücünü kullandığına dair genel bir fikir birliği oluşmuştur (Burt ve Sparks, 2003, s.237). Fransa'da perakende sektör diğer sektörler göre oldukça konsantre duruma gelmiştir CR4<sup>6</sup> %65-70 ve HHI indeksi 2000 civarındadır. En büyük beş firmanın bakkaliye ve günlük tüketim mallarındaki (groceries and daily goods) yoğunlaşma oranı 1993'de %47.5 iken bu oran 1999'da 67.2'ye ulaşmıştır (Dobson vd., 2001, s.261). Domates piyasası ile ilgili yapılan bir araştırma ile (Djelloul vd.,2007:4-14), Fransa'da perakende sektörde tekel gücünün büyük firmalar tarafından toptan tedarikçilere (üreticiler, kooperatifler) karşı kullanıldığı belirlenmiştir.

Planet Retail tarafından yayınlanan verilere göre Türkiye'de perakende sektörün (gıda ve gıda dışı) cirosu 2006 yılında 136,9 milyar ABD doları olarak gerçekleşmiştir. Sektörün cirosunun 2010 yılına kadar 199 milyar ABD dolarına ulaşması beklenmektedir. Türkiye'de perakende sektörde geleneksel perakendenin payı %50 civarlarına gerilemiştir. Genel olarak perakende sektörde en büyük payı, toplam satışların % 52.8'ini (72.3 milyar ABD \$) oluşturan, gıda perakendeciliği oluşturmaktadır (PWC ve AMPD, 2007, s.5). Süpermarket zincirlerinin gıda perakende satışlarındaki payı 2007'de %47'ye ulaşmıştır (AC Nielsen, 2007). Ayrıca 2005-2007 döneminde yaşanan birleşme/devralmalar, organize perakende sektörünün kendi içinde önemli bir değişim geçirmeye başladığını göstermektedir. Yoğunlaşmanın önümüzdeki dönemde de devam edeceği tahmin edilmektedir (Koç vd., 2008, Codron vd., 2004, s.591). Yaşanan bu dönüşüm ve yoğunlaşmalar beraberinde çeşitli rekabet sorunlarını da gündeme getirmekte-

---

6 CR4 (İlk Dört Firma)ve Herfindahl-Hirschman indeksi-HHI piyasada yoğunlaşma oranlarının göstergesi olarak kullanılan iki önemli indekstir. CR4; ilk dört firmanın satışlarının toplam piyasa satışlarına oranıdır. HHI ise, n sayıdaki firmanın pazar paylarının karelerinin toplamıdır. İndeks değerlerinin yüksek olması yüksek yoğunlaşma oranlarını ifade etmektedir (Taylor, 1998).

dir. Bu sorunlar hem perakendeciler ile tüketiciler arasındaki perakende pazarına hem de perakendeciler ile üreticiler arasındaki tedarik (alım) pazarına yöneliktir (Erdoğan, 2005, s.27). Geleneksel kanaldan zincir perakendeye doğru dönüşüm söz konusudur. Bu dönüşüm süreci içinde geleneksel kesimi oluşturan bakkallar yerlerini organize perakendecilere bırakmaktadır. AC Nielsen verilerine (2005 ve 2007 değerlendirmeleri) göre sektördeki hiper, zincir ve süpermarket sayısı 1998’de 2.135 iken, 2007 yılında 7.221’e yükselmiş; aynı süre içerisinde bakkal sayısı 155 bin civarından 113 bine gerilemiştir.

2005 yılına kadar geçen sürede devralmalar, yoğunlaşmaya yol açmayan yeni girişler veya özelleştirmeler yoluyla gerçekleşen, bir başka deyişle sadece mülkiyet değişikliklerine yol açan, piyasa yapısına herhangi bir etkisi olmayan işlemlerdi<sup>7</sup>. 2005 yılındaki devralmalar önceki yıllardan farklı olarak organize perakendenin kendi içinde de önemli yoğunlaşmaya yol açmıştır. 2005 yılında önce CarrefourSA Gima’yı devralarak sektörün lideri olmuş, hemen ardından Migros Tansaş’ı devralarak liderliği geri almıştır. Yılın sonlarında İstanbul’da faaliyet gösteren bölgesel zincir konumunda olan Kiler Ankara’da faaliyet gösteren Canerler’i devralarak ulusal zincir olma yolunda büyük adım atmıştır (Erdoğan, 2005,s.30; Koç vd., 2008). Türkiye’deki modern perakende pazarı esas olarak dört yerli zincir ve üç çok uluslu firma tarafından paylaşılmaktadır. Göze çarpan yerli şirketler Migros<sup>8</sup> (Migros, Şok, Tansaş ve Makro markaları altında hipermarket, süpermarket ve indirim formatlarında faaliyet göstermektedir), Yimpaş, Kiler ve büyük indirim marketleri işletmecisi olan BİM’dir. Migros ve Carrefour grupları indirim mağazalarından<sup>9</sup> hipermarketlere kadar olan tüm formatlarda faaliyet göstermekte ve bu yönleriyle diğer rakiplerinden farklılaşmaktadır. Ayrıca bu gruplar son devralmalarla birlikte marka güçlerini de arttırmışlardır. Türkiye’de en büyük 5 zincir perakende firmanın (Metro, Tesco, CarrefourSA, Migros Türk ve BİM ) gıda perakendeciliğindeki toplam piyasa payı %40 civarındadır (Koç vd., 2008, s.2). Büyük perakendecilerin basına yaptıkları büyüme hedeflerine yönelik açıklamalar dikkate alındığında perakende sektörde konsoli-

<sup>7</sup> Örneğin 2003 yılında İngiliz perakende şirketi Tesco İzmir merkezli Kipa’yı devralarak Türkiye pazarına giriş yapması yoğunlaşmaya yol açmayan bir devralmadır (Erdoğan, 2005, s.30).

<sup>8</sup> Migros’un %50,8 hissesi Londra merkezli fon şirketi olan BC Partners’a satılmıştır (www.milliyet.com.tr, 15/2/2008).

<sup>9</sup> İndirim mağazaları yüksek indirim mağazaları (hard discounter) ve düşük indirim mağazaları (soft discounter) olarak iki kategoriye ayrılmaktadır. Yüksek indirim mağazaları perakendeci markasının ciro içindeki payının çok yüksek olması, çok düşük fiyat politikasının uygulanması ve ürün çeşidinin oldukça sınırlı olması yönleriyle düşük indirim mağazalarından ayrılmaktadır. Türkiye’de bu formatı uygulayan zincir sadece BİM’dir.

dasyon ve yoğunlaşma oranlarının gelecek yıllarda önemli derecede artması beklenmektedir.

Türkiye’de perakende firmalar aleyhine 1998-2003 döneminde Rekabet Kurumu’na 23 şikayet söz konusu olmuştur. Bu şikayetlerin çoğunluğu maliyet altında satış ve ayrımcı uygulamalar kapsamındadır (Çelen vd., 2005,37-38). Rekabet Kurulu tüm maliyet altı satış suçlamalarını reddetmiştir. Bakkallar Fedarasyonu Odasının tedarikçilerin büyük perakende firmalara daha uygun koşullarda mal sattıkları konusundaki Kurul’a şikayetleri kapsam dışı bırakılmıştır. Sektörde iki önemli perakende firma Migros (pazar payı %14,1, 2005 rakamları) ve Tanşas (pazar payı, %8)’in birleşmesine Rekabet Kurulu “*hakim durumun yaratılması veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesi ve böylece rekabetin önemli ölçüde azaltılması söz konusu olmadığı*” gerekçesiyle izin vermiştir. Rekabet Kurulu’na yansıyan bir dava da Frito Lay ile Kar gıda arasındaki tekel gücünün kötüye kullanılması şeklindeki davadır<sup>10</sup>. Rekabet Kurulu Frito Lay’ın tekel gücünü kötüye kullanmadığını oyçokluğu ile karara bağlamıştır. Çelen vd.(2005)’nin, 51 perakendeci ve 79 tedarikçi firma ile yaptıkları anket çalışmasından ulaştıkları sonuçlara göre sektörde perakende firmalar tarafından fiyat esnekleştirme, liste ücretleri, raf ücretleri vb. uygulamalar kullanılmaktadır. Kovacı (2007)’nin gıda imalatçısı firmalarla marketler arasındaki tedarik ilişkilerini araştıran anket çalışmasında, perakende sektör firmalarının hakim güçlerini kullandıkları yönünde bulgulara ulaşılmıştır. Çalışmada büyük market zincirlerinin sürekli olarak daha iyi koşullar talep etmeleri nedeniyle gıda imalat sanayi firmaları üzerinde aşırı baskı (fiyat ve kalite açısından) uyguladıkları ve koşulsuz ürün iadesi yaparak firmalar için ürün kayıplarına neden oldukları belirlenmiştir. Ayrıca büyük zincir marketlerin sözleşmeler yoluyla kendi markalarıyla ürün sipariş etmeleri ve bunun sonucunda imalat sanayi firmalarının markalaşmakta güçlük yaşadıkları gibi şikayetlerin olduğu saptanmıştır. Bunlara ilave olarak sıra büyük market zincirlerinin kendilerinden hizmet, raf, katılım, reklâm, anons bedeli ve benzer uygulamalar altında ücret talep ettiklerini ve bu durumun firmaların (KOBİ) kârlılığını ve sermaye biriktirmelerini engellediğini ifade etmişlerdir (Kovacı, 2007, s.104). Türkiye’de organize perakendeciliğin gelişmesi ile birlikte 2000’li yılların ortasında büyük zincir marketleri de kapsayan mağazaları regüle etmeye yönelik bir girişim olmuştur. Bu kapsamda 2006 yılında ***Büyük Mağazalar Kanun Tasarısı***

---

<sup>10</sup> Karar Sayısı 04-32/377-95, Aynı dava Danıştay’dan geri dönmüş, tekrar Rekabet Kurulu tarafından değerlendirilmiş ve oy çokluğu ile hakim durumun kötüye kullanılmadığı sonucuna varılmıştır (Rekabet Kurumu, www.rekabet.org.tr)

taslağı ilgili kurumların görüşü alındıktan sonra Başbakan'a sunulmuştur<sup>11</sup>. Esnaf örgütleri bu tasarının hemen yasalaşmaması nedeniyle taleplerini yüksek sesle dile getirmeye başlamışlardır.

## **2. GIDA PERAKENDE SEKTÖRÜNDE TEKEL GÜCÜNÜN BELİRLENMESİ**

Büyük süpermarket zincirlerinin hızlı yükselişi sonucunda, yoğunlaşma oranları artmakta ve tekel gücü ortaya çıkmaktadır. Tüketiciye yakın(downstream)<sup>12</sup> aşamada, tüketiciler düşük rekabet nedeniyle daha yüksek fiyatlarla karşılaşırken, üreticiye yakın(upstream) aşamada tedarikçiler ise fiyat kıran ve standartlar empoze eden “alıcı gücü” ile karşılaşmaktadırlar. Sektördeki tekel gücünü belirlemeye ilişkin çalışmalar ampirik (nicel) ve nitel yaklaşım başlıkları altında incelenebilir. Tam ekonometrik modeller ve zaman serileri ampirik yaklaşım içerisinde yer alırken, nitel yaklaşım Rekabet Komisyonunun İngiltere’de zincir süper marketlerin tekel gücüne ilişkin çalışmaları sonucu belirledikleri ve tüm süpermarketlere genişletilebilecek, tekel gücünün varlığının göstergesi olarak kabul edilen uygulamaların varlığının tespit edilmesidir.

### **2.1. Ampirik Yöntemler**

Gıda tedarik zincirinde tekel gücünün belirlenmesine ilişkin ampirik çalışmalar genel olarak üç başlık altında incelenebilir:

### **2.1. Structure-Conduct-Performance (SCP; Yapı-Davranış-Performans) Yaklaşımı**

SCP Yaklaşımı Bain (1951) tarafından geliştirilmiştir. SCP Modeli, endüstriyel organizasyon modeli çerçevesinde ele alınmaktadır ve tekel gücünün incelenmesi amacıyla araçlar sunmaktadır. Bu yaklaşım endüstride yer alan firmaların davranışını belirleyen piyasa yapısı ve organizasyonu üzerine odaklanmaktadır. Burada piyasa yapısı dolaylı olarak piyasanın performansını etkilemektedir (Scherer, 1996, s.3-4). Bu yaklaşımda test edilebilir hipotez, yoğunlaşmış piyasalarda ortalama karın, daha az yoğunlaşmış piyasalara göre yüksek olmasıdır (Digal ve Esfahani, 2002:562).SCP yaklaşımına en bilinen örnek Marion (1979) ‘ın gıda perakende ticaretine ilişkin çalışması olup, ABD’de anti-tröst davalarında kulla-

<sup>11</sup> Yasa tasarısı için bkz. <http://www.sanayi.gov.tr/webedit/gozlem.aspx?sayfaNo=2799>

<sup>12</sup> Üretim zincirinde nihai tüketiciye en uzak (üreticiye yakın) olan aşama upstream, tüketiciye yakın olan aşama downstream piyasa olarak adlandırılmaktadır. Toptancılar veya işyeciler ise genellikle midstream olarak adlandırılmaktadır (Pepal vd., 1999, s.434).

nılmıştır. Bu çalışmada ABD’de 17 büyük gıda zincirinin bakkaliye ürünleri fiyatları incelenmiş çalışmada hem net karın hem de fiyatların yoğunlaşma oranları ve firmaların pazar payları ile pozitif yönde ilişkili olduğunu bulunmuştur. Kar oranları ile yoğunlaşma değişkeni arasındaki ilişki regresyon yöntemiyle ortaya konmuş (yatay kesit verileri) ve yüksek yoğunlaşma oranları ile yüksek kar ilişkisi tekel gücünün varlığı şeklinde yorumlanmıştır. Rekabet otoriteleri özellikle sektörde birleşme faaliyetleri için minimum yoğunlaşma oranları belirlemektedirler. İlk dört firma yoğunlaşma oranının %75 ve üzeri ya da birleşen firmaların pazar payı %40’ı aşarsa sektörde daha detaylı incelemeler yapılmaktadır (Griffith, 2000, s.338). Bu eşik yoğunlaşma değerleri bazen ülkeden ülkeye, hatta aynı ülkede dönemden döneme farklılık gösterebilmektedir (Türkkan, 2001:223). Örneğin Rogers ve Sexton (1996:1144), dört firma konsantrasyon oranı için minimum kriter değerini gıda ve tarımsal sektörlerde %50 ileri sürmektedirler. Bu konsantrasyon oranları ayrıca sektördeki birleşme ve satın alma faaliyetlerine rekabet otoritelerinin izin verilmesi kararında önemli bir göstergedir<sup>13</sup>.

## 2.2 Yeni Ampirik Endüstriyel Organizasyon (New Empirical Industrial Organization-NEIO ) Yöntemi

NEIO yöntemi, endüstrideki firmanın davranışı ve stratejik rekasiyonları gibi konulara odaklanmaktadır. NEIO modelleri tekel gücünün kaynaklarını tanımlamadığı için rekabet politikaları uygulamalarına pratikte katkıları yoktur (Digal ve Esfahani, 2002, s.563). NEIO kapsamındaki çalışmalar, belirli bir endüstri içerisinde firmanın performansına odaklanmaktadır. NEIO çalışmalarında standart olarak kabul edilen “Fiyat = Marjinal Maliyet” şeklindeki eşitlikten sapsalara izin verilmektedir. Bu kapsamdaki çalışmalar (ABD ve Kanada) imalat ve perakende satış aşamalarında kar marjları oranlarının %5 ila %90 arasında değiştiğini, yüksek fiyat-maliyet marjının önemli nedeninin anti-rekabetçi davranışlar yani tekel gücü olduğu şeklinde yorumlanmaktadır (Griffith, 2002, 345-346).

NEIO modelleri üç alt başlık altında incelenmektedir:

- i) **Yoğunlaşma-Fiyat Modeli:**Gıda perakende endüstrisinde tekel gücünü incelenmesinde kullanılan başka bir model yoğunlaşma-fiyat modelidir. Bu yöntem endüstri yapısını karşılaştırmalı statik modeller çerçevesinde

<sup>13</sup> ABD’de Federal Ticaret Komisyonu (FTC), birleşme kararları için hazırladığı rehberde, eğer birleşme HHI indeksini 50 artıyorsa (birleşme öncesi HHI 1800’ün üzerinde iken) ve 100 artıyorsa (birleşme öncesi HHI 1000-1800 arasında iken) birleşmelere izin vermemektedir (Taylor, 1998, s.441).

incelemekte ve konsantrasyon oranı, arz ve talep değişkenlerinin fiyatı nasıl etkilediğini belirlemektedir. Marjlar ve yoğunlaşma arasındaki ilişki araştırılmakta ve tekel gücü nedeniyle yoğunlaşmış endüstrilerde marjların yüksek olduğu kabulü sorgulanmaktadır (Digal ve Esfahani, 2002, s.566). Demsetz (1973), tekel gücünün artan yoğunlaşma oranlarından kaynaklanabileceğini ve bu durumda fiyatlar ve mark-up'ın yüksek olacağını ifade etmektedir. Collins ve Preston (2001), ABD'de 1947-1958 döneminde 32 gıda imalatçısı firma için yaptıkları çalışmada, yoğunlaşma oranı ile fiyat-maliyet marjı<sup>14</sup> arasında pozitif ilişki bulmuşlardır. Söz konusu bu yüksek marjın tekelci yapıyı ima ettiğini ifade etmişlerdir. Cotterill (1986), piyasa yapısı ile fiyat seviyesi arasındaki ilişkiyi Vermont'da 35 gıda perakende firması üzerinde incelemiş ve yüksek konsantrasyon oranı ile yüksek fiyat seviyeleri arasında pozitif ilişki bulmuştur. Djelloull vd.(2008), Fransa'da 2000-2006 dönemine ait haftalık veriler kullanarak yaptıkları çalışmalarında, domates için perakendecilerin tedarikçilere karşı tekel gücü uygulamalarına ilişkin bulgular elde etmişlerdir.

- ii) **Konjonktürel Değişme Modeli:** Yoğunlaşma-fiyat modeli toplam sektöre odaklanırken, sektörde net ürün kategorilerinde tekel gücü sorununu göz ardı etmektedir. Oysa konjonktürel değişme modellerinin uygulamaları endüstrideki spesifik ürünlere odaklanmaktadır. Örneğin Richards vd. (1996), limon için tekel gücünü araştırmışlardır. Tahmin edilen konjonktüre bağlı arz ve talebin esneklikleri marjın hesaplanmasında kullanılmış ve limonun hem alım hem de satışı aşamasında tekel gücünün uygulandığı sonucu elde edilmiştir. Yine Muth ve Wohlgenant (1999), ABD'de 1966-1995 dönemine ait zaman serseri verileri kullanarak yaptıkları çalışmada, sığır eti imalat sanayinin besicilere karşı alıcı gücü kullandığını bulmuşlardır.
- iii) **Pazarlama Modeli:** Pazarlama modeli, bir ürünün perakende satış fiyatının imalat ve perakende seviyedeki rekabetin derecesi ile yani pazarlama zincirindeki tedarikçi-alıcı (sanayi ve perakendeci) arasında pazarlık süreci ile belirlendiğini tartışmaktadır. Eğer imalatçı firmaların pazarlık güçleri (bir anlamda tekel gücünü ifade etmektedir) daha üstünse, yüksek toptan fiyatlar dikte edebilmekte, perakende firmanın pazarlık gücü daha üstün ise daha düşük toptan fiyatlar uygulayabilmektedir. Bu bağlamda tedarik-

---

<sup>14</sup>Fiyat-maliyet marjı burada ortalama fiyat ve ortalama maliyet arasındaki fark olarak tanımlanmaktadır (Collins ve Preston, 2001, s.228).

çilerden perakendecilere doğru bir tekel gücü değişimi söz konusu olmuştur. Bu çerçevede söz konusu tekel gücü değişiminde perakende sektördeki yoğunlaşma oranı artışlarının etkili olduğu kabul edilmektedir (Dugal ve Esfahani, 2002, s.570). Ailawadi vd.(1995) ve Lal ve Narasimhan (1996), artan konsantrasyon oranlarının yanı sıra tekel gücü olgusunun gıda perakendeciliğinde büyük reklam bütçeleri, marka bağımlılığının kırılması, yüksek fiyat ve promosyon harcamalarındaki artışların da tekel gücünün gıda perakende sektörüne kaymasının göstergeleri olduğunu ifade etmektedirler. Gıda pazarlama zincirinde tekel gücüne ilişkin yapılmış bazı çalışmalar Tablo 2’de verilmiştir:

**Tablo 2: Gıda Pazarlama Zincirinde Tekel Gücüne İlişkin Çalışmalar**

<i><b>Çalışmayı Yapan</b></i>	<i><b>Kullanılan Veriler ve Yöntem</b></i>	<i><b>Elde Edilen Bulgular</b></i>
Marion (1979)-SCP Modeli	ABD, 17 gıda zincirini kapsayan 1970-73 dönemine ait veriler, çoklu regresyon	Yoğunlaşmış piyasalarda fiyatlar ve firmaların karı daha yüksektir. Yapı ile performans arasında güçlü bir ilişki vardır.
Demsetz (1973), (NEIO-yoğunlaşma-fiyat)	Yatay kesit verileri, 1963 yılı, ABD, Regresyon	Yüksek konsantrasyon oranlarında firmalar için yüksek getiri oranı söz konusudur.
Collins ve Preston (2001),(NEIO-yoğunlaşma-fiyat)	ABD, 32 gıda imalatçısı firmayı kapsayan 1947-1958 dönemine ait veriler, Çoklu Regresyon, EKK	Yoğunlaşma oranı ile fiyat-maliyet marjları arasında pozitif ilişkinin varlığı teyit edilmektedir.
Cotterill, (1986), (NEIO-yoğunlaşma-fiyat)	Vermont’da 18 farklı yerleşim yerinde 35 firmayı kapsayan, 1981 yılına ait yatay kesit verileri, Çoklu Regresyon, EKK	Yüksek konsantrasyon söz konusu olduğu durumda yüksek fiyatlar uygulanmaktadır.
Djelloull vd. (2008),(NEIO-yoğunlaşma-fiyat)	Fransa’da 2000-2006 yıllarına ait haftalık zaman serisi verileri, NEIO yapısal Model (Rekabetçi Endüstri), Genel Momentler Yöntemi (GMM)	Domates tedarikçileri üzerinde perakende firmaların tekel gücü kullanılmaktadır ve tahmin edilen fiyat mark-up’ı 0-0,13 Avro/kg arasında değişmektedir.
Richards vd. (1996) (NEIO-konjonktürel değişme)	Chicago, Atlanta, Los Angeles, New York, her bölge için 1984-1993 dönemine ait aylık veriler, Görünürde İlişkisiz Regresyon	Tekel gücü söz konusu olduğu zaman fiyat marjları artmaktadır ve tekel gücü söz konusudur. Limon ürününün hem alım aşamasında hem de satışında tekel gücü kullanılmaktadır.

Muth ve Wohlgenant (1999) (NEIO-konjonktürel değişme)	ABD, 1966-1995 dönemine ait zaman serisi verileri, 3 Aşamalı EKK ile kar fonk. tahmini	Et sanayi işletmeleri besicilere karşı tekel gücü kullanmaktadır.
Goodwin ve Holt (1999) (Fiyat Asimetrisi-Zaman Serisi)	Eşik Vektör Hata Düzeltme Modelleri, 1981-1998 dönemine ait haftalık veriler.	Toptan satış ve çiftlik seviyelerinde fiyat şoklarına tepki açısından asimetri söz konusudur, tekel gücü var.
Weber ve Anders (2007) (Fiyat Asimetrisi-Zaman Serisi)	Almanya, 24 ürün, 1995-2000 yıllarına ait aylık verileri, Maksimum Olabilirlik Tahmini	Fiyat katılığı var, tekel gücü söz konusu.
Pick vd. (1990), (Fiyat Asimetrisi-Zaman Serisi)	California-Arizona, 1985-1987 dönemi, 23 haftalık veri, VAR modeli	Fiyat asimetrisi ve piyasa aksaklıkları söz konusudur.
Serra ve Goodwin (2003), (Fiyat Asimetrisi-Zaman Serisi)	İspanya süt sektörü, 1994-2000 dönemine ait aylık veriler, Eşik Vektör Hata Düzeltme Modelleri	Asimetrik fiyat dönüşümü ve tekel gücü var.
Cutts ve Kissten, (2006), (Fiyat Asimetrisi-Zaman Serisi)	Güney Afrika, 5 gıda ürününe (taze süt, uzun ömürlü süt, ekmeğe, mısır, yemeklik yağ) ait 2000-2003 dönemin aylık verileri, Vektör Hata Düzeltme Modelleri	Söz konusu ürünlerin fiyat dönüşümü asimetrik ve gıda perakende sektöründe tekel gücü var.
Schroeder ve Azam (1991) (Eşbütünleşme-Zaman Serisi)	ABD, 1972-88 dönemine ait haftalık veriler, Maksimum Olabilirlik Tahmini	Et işleyicileri ve besiciler arasındaki fiyatlar, daha önceki dönemlere göre daha rekabetçidir.
Reed ve Clark (1998) (Eşbütünleşme-Zaman Serisi)	ABD'de 7 gıda ürününe ilişkin zaman serisi, SUR-Görünürde İlişkiz Regresyon	Fiyat serileri arasında eşbütünleşme ve aksak rekabet koşulları söz konusudur.
Goodwin ve Schoroeder (1990), (Eşbütünleşme-Zaman Serisi)	ABD'de 1980-1987 dönemine ait, dana etine ait haftalık veriler, EKK Tahmini	Bazı bölgelerdeki fiyatlar eşbütünleşik değildir, bu aksak rekabet koşullarını göstermektedir.
Jumah (2000), (Eşbütünleşme-Zaman Serisi)	Avusturya, 1971-1994 dönemine ait 3'er aylık zaman serisi verileri, Johansen Eşbütünleşme Yöntemi Maksimum Olabilirlik Tahmini	Domuz ve tavuk eti perakende firmalarının uzun dönemde fiyatları pazar payları ile pozitif yönde ilişkilidir ve sektörde tekel gücünün varlığına ilişkin bulgular vardır.



### 2.3. Zaman Serisi Modelleri

Zaman serisi modelleri NEIO modellerine benzetmekle birlikte, piyasanın sapmasını tanımlayarak farklılaşmaktadır. Zaman serisi modelleri tarım ekonomisi literatüründe perakende sektörde tekel gücünün belirlenmesi araştırmalarında yoğun olarak kullanılmaktadır. Zaman serisi modelleri de kendi içinde “fiyat asimetrisi”, “eşbütünleşme” ve “fiyat düzleştirme –ortalama (price levelling-averaging)” şeklinde ayrılmaktadır.

- i) **Fiyat Asimetrisi Modelleri;** Bu model girdi fiyat artışlarının, fiyat indirimlerine oranla daha hızlı ve büyük oranda tüketicilere yansıdığı görüşüne dayanmaktadır. Fiyat asimetrisi, girdi fiyatlarındaki artış ve azalışların tedarik zinciri boyunca dönüşümünün farklılaşmasıdır. Başka bir ifadeyle, daha düşük ya da daha yüksek tedarik fiyatlarının eşit şekilde satış fiyatlarına yansıtılıp, yansıtılmadığıdır (Digal ve Esfahani, 2002). Eğer çıktının fiyatı girdi fiyatındaki artışlara (azalışlara göre) daha hızlı ve tamamen tepki veriyorsa pozitif fiyat asimetrisi<sup>15</sup> söz konusudur ve toplumsal refahı azaltan tekel gücünün varlığının göstergesidir (Meyer ve von Cramon-Taubadel, 2004, s.583). Bu modellerde çiftlik-perakende ya da toptan satış-perakende fiyatları şeklinde iki çift arasında nedensellik testleri yapılmaktadır (Digal ve Esfahani, 2002, s.572). Örneğin Goodwin ve Holt (1999), ABD’de fiyat değişimlerinin nedensellik yönünü ve fiyat artışları ile azalışlarının tepkilerinin simetrik olup olmadığı araştırmıştır. Araştırmacılar 1981-1998 dönemine ait haftalık veriler kullanılarak yaptıkları tahmin sonucunda perakende dana eti piyasasında asimetric fiyat tepkilerinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Yine bu yaklaşımın görüşlerini destekler şekilde, çiftlik fiyatlarının genellikle toptan satış ve perakende piyasalardaki şoklara tepkisiz, ancak perakende fiyatların çiftlik seviyesindeki şoklara tepkili olduğunu belirlemişlerdir (Goodwin ve Holt, 1999, s.636). Asimetric fiyat, fiyat katılığı olgusu ile de yakından ilişkili bir terimdir. Nitekim Weber ve Anders (2007), Almanya’da perakende sektörde 1995-2001 dönemine ait haftalık verilerle yaptıkları analiz ile, 24 ürün grubunda fiyat katılığı olduğunu, piyasadaki değişimlere bağlı olarak söz konusu bu ürünlerinin fiyatlarının kolay değişmediğini bunun nedeninin de yüksek konsantrasyondan kaynaklanan tekel gücü olduğunu bulmuşlardır. Pick vd. (1990), Arizona’da 1985-1987 dönemine ait dört farklı perakende piyasada taze

<sup>15</sup> Çıktı fiyatları girdi fiyatı azalışlarına (girdi fiyatı artışlarına göre) tam ve daha hızlı bir şekilde tepki vermesi Negatif Fiyat Asimetrisi olarak adlandırılmaktadır ve toplumsal refah açısından tüketicilerin lehine bir durumdur (Meyer ve von Cramon-Taubadel, 2004, s.583).

limon ve portakalın fiyat ve marjlarının haftalık analizlerini yapmışlardır. Araştırmacılar pazarlama marjlarının oldukça yüksek olduğunu ve fiyat dönüşümündeki asimetrinin aksak rekabet koşullarından kaynaklığı sonucuna varmışlardır. Yine Serra ve Goodwin (2003), 1994-2000 dönemine ait aylık verilerle yaptıkları çalışmada, İspanya’da süt sektöründe asimetrik fiyat dönüşümü olduğunu ve bunun sektördeki tekel gücünün önemli bir göstergesi olduğunu bulmuşlardır.

**ii) Eşbütünleşme Modelleri (Cointegration);** Eşbütünleşme modellerinin temelinde, eğer bir piyasa rekabetçi ise uzun dönemde fiyatların birlikte hareket ettiği yani eşbütünleşik olduğu mantığı vardır. Fiyat asimetrisinin belirlenmesi için genel olarak Vektör Hata Düzeltme Modelleri (VECM) kullanılmaktadır (Digal ve Esfahani, 2002, s.572). Schroeder ve Azam (1991), bu yöntemi sadece çiftlik ve piyasa gibi iki zincir piyasa arasında değil, iki farklı bölgedeki perakende firmalar arasındaki fiyatları incelemek için de kullanmışlardır. Burada asimetrik fiyat dönüşümünün tekel gücünün bir göstergesi olduğu, rekabetçi baskıların olmadığı durumda üretici ve perakende fiyatların ayarlanmasının oldukça yavaş olduğu hipotezi kabul edilmektedir. Bu durum da dikey tekel gücünü ifade etmektedir. Reed ve Clark (1998), ABD’de 7 gıda ürününün perakende ve çiftlik fiyat eşiklerinin her piyasa için aksak rekabet koşullarını sağladıklarını bulmuşlardır (Reed ve Clark, 1998, s.1142). Yine Goodwin ve Schoroeder (1990), 1980-1987 dönemi haftalık veriler kullanarak ABD’de sığır eti piyasalarına ilişkin yaptıkları çalışmada bazı bölgesel piyasalarda fiyatların tamamen eş bütünleşik olmadığını ve bunun piyasaların etkinsizliği ile ilgili olduğunu ortaya koymuşlardır. Jumah (2000), Avusturya’da 1973-1994 dönemine ait veriler kullanarak, domuz ve tavuk eti perakendecilerinin uzun dönem fiyatlama stratejisini inceleyen çalışmasında, fiyatların belirlenmesinin perakende firmanın pazar payı ile pozitif yönde ilişkili olduğunu belirlemiştir.

**iii) Fiyat Düzleştirme-Ortalama Modelleri;** buradaki temel mantık toptan satış/çiftlik seviyelerinde fiyat değişkenliğinin derecelerinin oldukça oynak olduğunu, fakat perakende seviyede ise fiyat oynaklığının oldukça düşük olduğudur. Bu olgu “perakendecilerin fiyat düzeltmesi ya da ortalaması şeklinde adlandırılmaktadır. Perakendeciler fiyatları tekel gücü nedeniyle düzeltmekte-ortalamaktadırlar (Digal ve Esfahani, 2002, s.575). Bu yöntem, tekel gücünün bir göstergesi olarak kar maksimizasyonu yapan ve perakende sektörde aksak rekabet koşullarındaki bir perakendecinin kar maksimizasyonundan türetilmektedir (Digal ve Esfahani, 2002, s.576).

## 2.2. Nitel Yöntem

İngiltere’de Rekabet Komisyonu(Competition Commission-CC) ve Adil Ticaret Ofisi (Office of Fair Trading-OFT), perakende sektörde artan yoğunlaşma ve birleşme faaliyetleri sonucunda sektörü detaylı olarak inceleme altına almıştır. Gıda perakende sektöründeki araştırmaların sonucunda belirlenen rekabeti kısıtlayıcı uygulamalar (Tablo 3) tekel piyasanın önemli göstergeleri olarak kabul edilmiştir. Bu uygulamaların diğer perakende sektörlerine de uygulanabileceği raporda (CC, 2000) belirtilmiş ve OFT (2005) küçük süpermarketlerin şikayetleri ve tekel gücü uygulamalarından korunmalarına ilişkin “Süpermarket Kod Uygulamaları-Supermarkets Code for Practice” oluşturulmuştur.

İngiltere’de perakende sektör üzerine çalışmalar özellikle dört büyük süpermarket üzerine odaklanmaktadır, çünkü bu süpermarket zincirlerinin her biri piyasanın %10’dan fazlasını kontrol etmektedir. İlk beş firma ise piyasanın %75’ini kontrol etmektedir. Tesco’nun büyüme gelişimi ulusal seviyede yoğunlaşma oranlarını oldukça fazla arttırmaktadır. Tesco pazar payını 2002’de %25’e, 2005’de %30 çıkarmıştır ve şu an Tesco en yakın rakibinin pazar payını ikiye katlamaktadır<sup>16</sup>. Özellikle Morrison’un Safeway’i satın almasından sonra İngiltere perakende sektörü hem ilk üç hem de ilk beş firma yoğunlaşma oranı açısından AB’nin en yüksek ülkesi durumuna gelmiştir. Özellikle bu birleşme faaliyetleri ve yoğunlaşma oranı artışları sektörde maliyet altında satışları şiddetlendirmiştir. Bu da sektördeki küçük firmaların piyasadan dışlanmalarına neden olmuş ve rekabet olumsuz etkilenmiştir. Bu tekel gücünün yanı sıra büyük süpermarket zincirlerinin tedarikçiler üzerinde de alıcı gücü (buyer power) uyguladıklarına ilişkin endişeleri artmıştır. Büyük süpermarketler tedarikçilerden bazı özel koşul ve şartların yanı sıra, fiyat indirimleri de talep etmektedirler. Örneğin, en büyük 11 süpermarket firmasının uyguladıkları fiyat seviyelerine bakıldığında en düşük fiyatı, en yüksek piyasa payına sahip olan Tesco’nun elde ettiği belirlenmiştir. Diğer yandan diğer en büyük ilk beş büyük süpermarket zincirinin küçüklere göre %7 daha düşük fiyatla alım gerçekleştirdikleri hesaplanmıştır (OFT, 2006).

Rekabet Komisyonunu 18 ay süren çalışması sonucunda perakende sektörün oldukça anti-rekabetçi olduğu belirlenmiş ve piyasa gelişimi şu an rekabet otoritesi tarafından dikkatle izlenmektedir (Lloyd and Morgan, 2007:24). Rekabet Komisyonu 52 alt başlıkta bu anti rekabetçi uygulamaları listelemiş, bunların

<sup>16</sup> Asda’nın Pazar payı %16.5, Sainsbury %15.9, Morrison %11.3, 2005 rakamlarıyla (OFT, 2006, s.13).

32'sinin süpermarket zincirleri tarafından fiilen uygulandığını ve 27'sinin de toplumsal refah açısından olumsuz etkileri olduğunu belirlemiştir.

Rekabet Komisyonun söz konusu “alıcı gücü” ve “tekel gücü” ne ilişkin belirlediği gösterge niteliğindeki uygulamalar Tablo 3’de listelenmiştir:

**Tablo 3: Rekabet Komisyonu’nun Alıcı Gücü ve Tekel Gücü Göstergeleri**

<i>Alıcı Gücü-Buyer Power</i>	<i>Tekel Gücü</i>
1) Tedarikçilerden stok ya da rafta ürünün sergilenmesi için ödeme ya da tedarikçi listesinde bulunmaları için önkoşul olarak ödeme talebi	* İlk 4 Firma Pazar payının %60-70’in üzerinde olması,
2) Tedarikçilerden ürünlerinin diğer ürünler arasında daha iyi bir pozisyonda yerleştirilmesi için ödeme talep etme (daha göz önünde)	* İlk 4 firma içerisinde en büyük firmanın toplam satışların %25-30’nu elde etmesi,
3) Tedarikçilerden ürünlerinin daha geniş alanda dağıtılarak sergilenmesi daha iyi koşullar talep etme,	* İndirim ya da ucuzluk mağazası başlığı altında maliyetin altında satışlarının yoğunluğunun artması,
9) Tedarikçilerden yıl içerisinde ürünlerinin ileri çıkarılması için (promoted) finansal katkı talep edilmesi,	* Büyük süpermarketlerin fiyatlarının bölgesel olarak oldukça farklılaşması (Örneğin düşük rekabet olan bölgelerde yüksek fiyat uygulaması, şiddetli rekabet ortamında maliyetin de altında fiyatlama (price flexing),
10) Anlaşılan fiyata satıştan sonra uyulmaması ve geliş güzel indirimler yapmaya tedarikçilerin zorlanması	*Bölgesel olarak küçük gıda perakendecilerinin sektörden dışlanmalarında artışların olması (maliyet dezavantajı nedeniyle sektörden dışlanmaya “waterbed effect” denmektedir,
11) Önceden üzerinde anlaşılmış fiyat üzerinden, ürün satışı sonrasında fiyat indirimi talep edilmesi,	* Bölgesel olarak fiyat farklılaştırma faaliyetlerinin maliyet artışları ya da azalışları ile ilgili olmaması,
13) Üründen beklenenin altında kar elde edilmesi durumunda telafisinin talep edilmesi,	* İlk 4 firma içerisinde her firmanın en az %8’lik pazar payına sahip olması.
14) Perakende satışlarda rekabet nedeniyle daha düşük fiyat uygulamaları döneminde buna tedarikçinin de uymasını zorlanma ve destek talebi,	
16) Ürün israfı-ziyanı için tedarikçilerden ödeme talep edilmesi,	
17) Tedarikçilerden satılmayan ürünleri geri almalarının talep edilmesi,	
19) Perakendecilerin yeni ya da olası tedarikçileri ziyareti, reklam tasarım çalışmaları ya da paketleme dizaynları, tüketici panelleri, pazar araştırmaları ya da şirketin ya da çalışanlara ikramlar gibi maliyetlere tedarikçilerin katkıda bulunmaya zorlanması,	
21) Süpermarketlerin öngörü hataları ya da sipariş değişmelerinden kaynaklanan maliyetlerin tedarikçilerin telafi etmelerini zorlama,	
22) Ürün bilgilendirmeleri hakkındaki (ürün hatası olmayan) için tüketici şikayetlerinden kaynaklanan vergi ya da cezaların tedarikçilerin ödemeye zorlanması,	

<i>Alıcı Gücü-Buyer Power</i>	<i>Tekel Gücü</i>
<p>23) Süpermarket zincirlerinin restorasyon ya da yeni mağaza açması durumundaki maliyetlerine tedarikçilerin katılmaya zorlanması,</p> <p>24) Tedarikçilerin maliyetlerini arttırıcı bir takım tedarik zinciri uygulama değişikliklerine gitmek</p> <p>25) Tedarikçilere kararlaştırılan sözleşme dönemleri dışında gecikmeli ödemeler yapmak,</p> <p>26) Kabul ettiğiniz kredi dönemi boyunca tedarikçiler arasında ayrımcılık yapmak,</p> <p>27) Tedarikçilerden daha önceden karar verilmiş bir ürüne ilişkin 3 günden az bir süre içinde farklı özellikler ve miktarlar talep etmek (herhangi bir kayıp için telafi olmaksızın)</p> <p>32) Tedarikçileri dizayn şirketleri, paketleme ve etiketleme firmalarından mal ve hizmet satın almaya zorlama,</p> <p>38) Tedarikçileri artan bir sipariş söz konusu olduğunda daha önce kararlaştırılmış olan toptan satış fiyatı devam ettirmeye zorlama,</p> <p>39) Perakendecinin sonradan oldukça yüksek perakende fiyatlardan satacağı malları aşırı sipariş ederek, mal teslimatı için promosyon fiyatı ödeme,</p> <p>40) Deniz aşırı tedarikçilerden satın alınan malları (tüketilebilir nitelikte olanları), İngiltere orijinli olarak satmak,</p> <p>45) Tedarikçileri “bir alana bir bedava” gibi promosyonların maliyetini karşılamaya zorlama,</p> <p>46) Anlaşmaların dışında tedarikçilerden bir takım promosyonların maliyetlerini finanse etmeye zorlama,</p> <p>47) Başlangıçta anlaşma sağlanmış olan toptan satış fiyatından pazarlama maliyetlerinin desteklenmesi amacıyla tedarikçileri sürekli indirim yapmaya zorlama,</p> <p>48) Yürütülen bir promosyon kampanyasından beklenen hedefe ulaşılamazsa, tedarikçileri finansal destek sağlamaya zorlama,</p> <p>49) Satışlar beklentileri karşılamazsa, tedarikçileri özel paketleme maliyetlerini karşılamaya zorlama,</p> <p>50) Tedarikçileri barkod değişimleri ya da indirim işaretlerinin maliyetlerini karşılamaya zorlama,</p> <p>51) Tedarikçileri hayır kurumlarının bir organizasyonlarına doğrudan katılım ya da finansal yardım şeklinde katılmaya zorlama,</p> <p>52) Tedarikçileri spesifik promosyonlara ve reklam kampanyalarının maliyetlerini ödemeye zorlama (CC, 2000:141-143).</p>	

Kaynak: Competition Commission, 2000;141-143, OFT, 2006, s.12-13.

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Son 20-30 yıllık dönemde perakende sektörün küreselleşmesi sektörde yoğunlaşma düzeyini yükseltmiştir. Yoğunlaşma oranlarının artması perakende sektörün büyük çoğunluğunu teşkil eden gıda perakende sektöründe tekel gücünün uygulandığına dair endişeleri gündeme getirmiştir. Konuya ilişkin hem akademik çevrenin hem de rekabet otoritelerinin ilgi ve araştırmaları yoğunlaşmıştır. Yapılan çalışmalar göstermektedir ki, gıda tedarik zincirinde tekel gücü imalat aşamasından perakende satış aşamasına kaymıştır. Tekel gücünün belirlenmesine ilişkin çeşitli ampirik çalışmalar yapılırken, rekabet otoriteleri de tekel gücünün varlığına ilişkin bir takım uygulamaları belirleme ve yasalarla engelleme çabalarına girmişlerdir. Bu alanda İngiltere’de Rekabet Komisyonu’nun 2000 yılında yaptığı çalışma diğer ülkelerde de uygulanabilecek iyi bir örnek teşkil etmektedir. Ampirik yöntemlerin çeşitli avantajları ve dezavantajları söz konusu olabilir. Örneğin SCP’nin ve her ne kadar uygulaması basit olsa da zaman serisi modellerinin mikro ekonomik temellerden yoksun olduğu, NEIO modellerinin ise tekel gücünün kaynakları hakkında bilgi vermediği ifade edilmektedir (Digal ve Esfahani, 2002, s.597). Bu nedenle ampirik ve nitel yöntemlerin birlikte uygulanması tekel gücünün tesbiti ve kaynaklarına ilişkin daha detaylı bilgi sunabilir.

Türkiye’de 1990 yıllardan itibaren perakende sektörde önemli gelişmeler ve değişimler söz konusudur. Özellikle zincir marketlerin pazar payında ve format olarak hipermarket ile indirim mağazalarının sayısının da hızlı bir şekilde arttığı görülmektedir. Bakkal sayısında ise azalma söz konusudur, 1998 yılında 155 bin olan bakkal sayısı 2007 yılında 113 bine düşmüştür. Geleneksel kanaldan organize zincir perakendeye doğru bir dönüşüm söz konusudur. Perakende pazarı esas olarak beş firma paylaşmaktadır: Metro, Tesco, CarrefourSa, Migros Türk ve BİM’in gıda perakende piyasa payı 2007 yılı itibari ile %40 civarındadır ve her geçen yıl büyümektedir. Yine gıda imalatçıları üzerinde büyük perakende şirketlerin bir takım pazar hâkimiyeti uygulamalarının olduğuna dair bulgular vardır. Perakende sektördeki yoğunlaşma oranı artışlarının sebep olduğu sonuçlar, gerek rekabet otoriteleri gerekse politika yapıcılar için önemli bilgilerdir. Yapılan yazın taraması ile Türkiye’de perakende sektörde yoğunlaşmanın artmasının sektörde rekabet, ekonomik refah ve işgücü piyasası üzerindeki etkilerinin çok boyutlu olarak araştırılmasına ihtiyaç olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

## KAYNAKÇA

AC Nielsen,( 2007),AC Nielsen Değerlendirme Sunumu

Ailawadi K.L., Borin N., Farris P.W., (1995), “Market Power and Performance: A Cross-Industry Analysis of Manufacturer and Retailers”, *Journal of Retailing*, Vol.71, pp.211-48.

Boylaud O. ve Nicoletti G., (2001), Regulatory Reform in Retailing Distribution, OECD Economic Studies, No:32, [www.oecd.org/dataoecd/30/52/2732142.pdf](http://www.oecd.org/dataoecd/30/52/2732142.pdf).

Burt S.L. ve Sparks L., (2003), “Power and Competition in the UK Retail Grocery Market”, *British Journal of Management*, Vol.14, pp.237-254.

Chavez M., (2002), “The Transformation of Mexican Retailing with NAFTA”, *Development Policy Review*, 20(4), pp.503-513.

Codron J.M., Bouhsina Z., Fort F., Coudel E. ve Puech A.,(2004), “Supermarkets in Low-income Mediterranean Countries:Impacts on Horticulture Systems”, *Development Policy Review*, 22(5), pp.587-602.

Collins N.R.0 ve Preston L.E.,(2001), “Concentration and Price-Cost Margins in The Food Manufacturing Industries”, *Journal of Industrial Economics*, Vol.14, pp.226-242.

Competition Commission, (2000), Supermarkets: A Report on The Supply of Groceries From Multiple Stores in The United Kingdom, (3 Volumes), Cm 4842, HMSO, London.

Cotterill R.W.(1986), “Market Power in the Retail Food Industry: Evidence From Vermont”, *Review of Economics and Statistics*, Vol.68, No:3, pp.379-86.

Cutts M. ve Kirsten J., (2006), “Asymmetric Price Transmission and Market Concentration: An Investigation into Four South African Agro-Food Industries”, *South African Journal of Economics*, Vol.74:2, pp.323-333.

Çelen A., Erdoğan T. ve Taymaz E., (2005), Fast Moving Consumer Goods Competitive Conditions and Policies, TEPAV/EPRI, Matsa Basımevi, Ankara.

DELOITTE, (2008), 2008 Global Powers of Retailing, ([www.deloitte.com](http://www.deloitte.com)).

DELOITTE,( 2006), 2006 Global Powers of Retailing, ([www.deloitte.com](http://www.deloitte.com)).

Demsetz H., (1973), "Industry Structure, Market Rivalry, and Public Policy", *Journal of Law and Economics*, Vol.16, pp.1-10.

Digal L.N. ve Esfahani F.Z.A, (2002), "Market Power Analysis in The Retail Food Industry: A Survey of Methods", *The Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, Vol.46, No.4, pp.559-584.

Djelloul M.H., Requillart V., Simioni M.,(2007), Imperfect competition in the fresh tomato industry, 107th EAAE Seminar "Modeling of Agricultural and Rural Development Policies". Sevilla, Spain, January 29th -February 1st, 2008.

Dobson P.W., Clarke R., Davies S. and Waterson M., (2001), "Buyer Power and its Impact on Competition in the Food Retail Distribution Sector of the European Union", *Journal of Industry, Competition and Trade*, 1(3), pp.247-281.

Dobson P.W., Waterson M. ve Davies S.W.,(2003), The Patterns and Implications of Increasing Concentration in European Food Retailing, *Journal of Agricultural Economics*, Vol.54, No:1, pp.111-125.

Dries L., Reardon T. ve Swinnen F.M., (2004), The Rapid Rise of Supermarkets in Central and Eastern Europe:Implications for the Agrifood Sector and Rural Development, *Development Policy Review*, 22(5), pp.525-556.

Duponcel M., (2006), Role and Importance of Producer Organisations in the Fruit and Vegetable Sector of the EU, European Commission, [www.ec.europa.eu/agriculture/capreform/fruitveg/producer.pdf](http://www.ec.europa.eu/agriculture/capreform/fruitveg/producer.pdf), erişim tarihi 1/2/2008.

Erdoğan T., (2005) "Organize Perakende Sektörünün Ekonomik Dinamikleri: Rekabet Politikası Açısından Değerlendirme", *Rekabet Dergisi*, Sayı: 30, s. 27-63.

Farina E.M.M.Q., (2003), The Latin American Perspective on The Impacts of The Global Food Economy: The Case of Brazil, Conference on Changing Dimension of the Food Economy: Exploring the Policy Issues, 6-7 February 2003, The Hague, Netherland.

Gaiha R. ve Thapa G., (2007), Supermarkets, smallholders and livelihood prospects in selected Asian countries, Occasional Papers, International Fund for Agricultural Developments (IFAD), [www.ifad.org/operations/projects/regions/pi/paper/4.pdf](http://www.ifad.org/operations/projects/regions/pi/paper/4.pdf).



German G.A. and Leed T.W., (1992), **Food Merchandising: Principles and Practices**, Fourth Ed., Chain Store Publishing Corp., A Subsidiary of Lebharr-Friedman Inc., New York.

Goodwin B.K ve Schoroeder T.C.,(1990), “Cointegration Tests and Spatial Price Linkages in Regional Cattle Markets”, NCR-134 Conference on Applied Commodity Price Analysis, Forecasting, and Market Risk Management, Chicago, IL, [www.farmdoc.uiuc.edu/nccc134](http://www.farmdoc.uiuc.edu/nccc134).

Goodwin B.K. ve Holt M.T.(1999), “Price Transmission and Asymmetric Adjustment in The U.S. Beef Sector”, *Journal of American Agricultural Economics*, Vol.81, pp.630-637.

Griffith G., (2000), Competition in the Food Marketing Chain, *Australian Journal of Agricultural and Resource Economics*, Vol.44, No:3, pp.333-367.

Gutman G.E., (2002), Impact of the Rapid Rise of Supermarkets on Dairy Products Systems in Argantina”, *Development Policy Review*, 20(4), pp.409-427.

Jumah A., (2000), The Long Run, Market Power and Retail Pricing, Institute for Advanced Studies, Vienna, Economics Series, No.78, [www.ihs.ac.at/publications/eco/es-78.pdf](http://www.ihs.ac.at/publications/eco/es-78.pdf).

Koç A.A., Codron J.M., Tekelioğlu Y., Lemeillevr S. ve Tozanlı S., (2007), Restructuring of Agrifood Chains in Turkey, Turkey National and Local Meso-study (Modules 1 and 2 of C1) Report, [www.akdenizarastirma.com/regoverningdokumanlar/sunumlar\\_raporlar\\_bilimsel\\_dokumanlar/turkiye\\_meso\\_report.pdf](http://www.akdenizarastirma.com/regoverningdokumanlar/sunumlar_raporlar_bilimsel_dokumanlar/turkiye_meso_report.pdf), erişim tarihi 10/7/2008.

Kovacı S., (2007), Gıda Perakende Sektöründe Yoğunlaşmanın Gıda Sanayi Firmalarına (KOBİ'lere) Etkileri: Yeni Kurumsal İktisat Yaklaşımı, Akdeniz Üniversitesi, SBE, İktisat ABD, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Antalya.

Lal R.ve Narasimhan C.,(1996), “The Inverse Relationship Between Manufacturer and Retail Margins: A Theory”, *Marketing Science*, Vol.15, pp.132-151.

Lloyd T. ve Morgan W., (2007), “Market Power in UK Food Retailing”, *EuroChoices* 6(3), pp.22-29.

Marion B.W., Mueller W.F., Cotteril R.W., Geitman F.E. ve J.R.Scmelzer, (1979), “The Price and Performance of Leading Food Chains”, *American Journal of Agricultural Economics*, Vol.59, pp.420-33.

Meyer, J. and von Cramon-Taubadel, S. v. (2004), "Asymmetric price transmission: A Survey", *Journal of Agricultural Economics*, 55(3):pp.581-611.

Muth M.K. ve Wohlgenant M.K.(1999), "A Test for Market Power Using Marginal Input and Output Prices With Application to The U.S. Beef Processing Industry", *American Journal of Agricultural Economics*, Vol.81, pp.638-643.

OFT, Office of Fair Trading (2005), Supermarkets: The Code of Conduct and Other Competition Issues, OFT 783.

Pepall R., Richards D. J., Norman G., (1999). *Industrial Organization: Contemporary Theory and Practice*, Sout-Western College Publishing (an International Thomas Publishing Company).

Pick D.H., Karrenbrock J. ve Carman H.F., (1990), "Price Asymmetry and Marketing Margin Behaviour: An Example for California-Arizona Citrus", *Agribusiness*, Vol.6, No.1, pp.75-84.

PWC ve AMPD,(2007),Türk Perakende Sektörünün Değişimi ve Ekonomi Üzerinde Etkileri.

Reardon T., Timmer C.P., Berdegue J.A., (2005), Supermarket Expansion in Latin America, New Directions in Global Food Markets, AIB-794, Economic Research Service, USDA.

Reardon T., Timmer C.P.,Barret B.C.,Berdegue J.,(2003),"The Rise of Supermarkets in Africa and Latin America", *American Journal of Agricultural Economics*, Vol.5, pp.1140-1146.

Reed A.J.ve Clark J.S., (1998), "The Transmission of Trends in Retail Food and Farm Prices", *Journal of American Agricultural Review*, Vol.80, No.5, pp.1139-1143.

Richards T.J., Kagan A., Mischen P. Ve Richard Adu-asamoah,(1996), "Marketing Order Suspensions and Fresh Lemon Retail-FOB Margins", *Journal of Agricultural and Applied Economics*, Vol.28, No.2, pp.263-277.

Rogers R.T.ve Sexton R.J.,(1996), "Assessing the Importance of Oligopsony Power in Agricultural Products", *Australian Journal of Agricultural Economics*, Vol.80, pp.1139-43.

- Scherer F.M., (1996), **Industry Structure, Strategy, and Public Policy**, Harper-Collins College Publishers, New York.
- Schroeder J. ve Azam A. (1991), "Marketing Margins, Market Power and Price Uncertainty", *American Agricultural Economics*, Vol.73, pp.990-99.
- Serra T.ve Goodwin B.K.,(2003), "Price Transmission and Asymmetric Adjustment in The Spanish Dairy Sector", *Applied Aconomics*, Vol.35, pp.1889-1899.
- Taylor J.B.,(1998), **Economics**, Houghton Mifflin Company, 2.Ed. New York.
- Trail W.B., (2006), "The Rapid Rise of Supermarkets?", *Development Policy Review*, 24(2), pp.163-174.
- Türkkan E., **Rekabet Teorisi ve Endüstri İktisadı**, (2001), Turhan Kitabevi, Ankara.
- Weatherspoon D.D. ve Reardon T., (2003), "The Rise of Supermarkets in Africa:Implications for Agrifood Systems and the Rural Poor", *Development Policy Review*, 21(3), pp.333-355.
- Weber S.A.ve Anders S.M., (2007), "Price Rigidity and Market Power in German Retailing", *Managerial and Decision Economics*, Vol.28, pp.737-749.

## SORU VE CEVAPLAR

---

**Oturum Başkanı-** Bu sunum için sevgili Gülden Bölük'e çok teşekkür ediyoruz. Efendim, şimdi soruları alalım. Ondan sonra kahve arası vereceğim. Buyurun.

**Yüksel Kaya (Rekabet Kurumu Uzmanı)-** Bu sununuza çok hızlı bir şekilde bakma imkânı buldum. Orada, bu büyük mağazalara ilişkin bir kanun tasarısı vardı; bu Kurumumuza da gelmişti ve birkaç kez görüş verildi. Kurum görüşünde çok kabaca şöyle bir şey ileri sürülmüştü: “Rekabet Kanununda hâkim durumun kötüye kullanılmasıyla ilgili bir hüküm var, dolayısıyla, eğer bir zincir mağaza hâkim durumdaysa ve hâkim durumunu kötüye kullanıyorsa ya da alım gücünü kötüye kullanıyorsa bu madde kullanılabilir, ama hâkim durum aşamasına gelmeyen pazar gücüne ilişkin olarak herhangi bir düzenleme yapılmasına gerek yoktur.” Siz buna ne ölçüde katılıyorsunuz? Hâkim durumda olmasa da, pazar gücüne sahip bir zincir markete karşı bir düzenleme yapılmasına nasıl bakıyorsunuz? Teşekkürler.

**Prof. Dr. A. Ali KOÇ-** İzin verirseniz yanıt vermek istiyorum.

**Oturum Başkanı-** Buyurun Ali Bey. Anladığım kadarıyla “hâkim güç olması koşulu var, hâkim güç olmasa dahi eğer bir pazar gücü varsa bir monopolcüyü biz buna mahkûm edecek miyiz” diye bir soru var.

**Prof. Dr. A. Ali KOÇ-** Yoğunlaşma oranlarına bakmamız gerekiyor. Amerika'nın veya Amerika'nın, gelişmiş ülkelerin 50-100 yılda aldığı mesafeyi şimdi, gelişmekte olan ülkeler son 10 veya 20 yılda alıyorlar.

Avrupa'da birkaç ülkede yoğunlaşma oranları çok düşük. Bir defa, Amerika'da en büyük 5 firmanın pazar payı yüzde 30 civarında. Dünyanın en kapitalist ülkesi. İtalya'da da düşük. Eski kentler olduğu için, kent merkezlerinde 400 metre karenin üzerindeki mağazaların açılmasıyla ilgili Belediye kanunlarında sıkı kurallar var. Almanya'da kooperatif modeli, küçük market modeli yaygın olduğu için, orada da yüzde 40-45 civarında. Bunun ötesinde, bu tür regülasyonu yapmamış ülkelerde 4-5 firma ticareti ciddi şekilde ele geçirdiler. Birinci aşamada, tüketici açısından fiyatlar ve çeşitlilik orta ölçekli bir market zinciriyle sağlanabilir.

Türkiye'nin de marketçilik geleneği çok uzun yıllara dayanır. Biz bu süreci 1950'lerden bu tarafa inceledik. Zaten kendi trendinde geliyordu. 1990'lı yıllardan itibaren yabancı sermayeye verilen teşvikler veya ekonomik krizler veya kayıt dışı ekonomiyle mücadele başlıkları altındaki teşvikler bu süreci hızlandırdı. Bakın, şimdi Çin'de regülasyon var; Çin izin vermiyor. Hindistan'da Vandalizm oldu; yerli market zinciri bile yağmalandı. Hindistan izin vermiyor. Hindistan'daki tarım nüfusu kadar nüfus geleneksel perakende sektöründe nüfus istihdam ediliyor; bu kadar sosyal boyutu olan bir sektör. Ben kabaca söyledim; Türkiye'de sadece semt pazarlarında 2.5 milyon insan istihdam ediliyor.

Başka bir örnek vereyim. Polonya'da 2007 yılının Ağustos ayında bir yasa geçti. İş Gücü Yasasında bir tadilat yaptılar. Orada şöyle bir madde geçirdiler: “Milli tatil günlerinde, elzem olmayan hiçbir koşulda işçi çalıştırılmaz (mesela itfaiye hizmetleri, sağlık hizmetleri veya ekmek gibi temel gıdaların dışında.) Dolayısıyla, “çalıştırırsanız, bunun ücretleri, izinleri iki katına çıkartılır” gibi yaptırımlar olduğu için orada küçük esnaf 11 gün nefes aldı. Küçük esnafa yılda 11 gün, -milli günleri varmış- avantaj getirildi. Avrupa'da da, -bulunan arkadaşlarımız vardır- hiçbir pazar günü hiçbir alışveriş merkezi, büyük mağaza ve süpermarket açık değildir.

Tabii, demokrasiyi sürdürmek için orta sınıfın güçlendirilmesi, yaşatılması gerekiyorsa ve küçük esnaf da bunun önemli bir payıysa, bence burada, konunun sosyal boyutlarını da düşünerek, bir regülasyona ihtiyaç var; benim şahsi görüşüm o. Teşekkür ediyorum.

Yalnız, bir ilave daha yapmak istiyorum. Bir defa, bu çalışmayı biz bu sempozyum için geliştirmedik; aslında, TÜBİTAK'a bir proje önermek için bu çalışmayı geliştiriyor idik, bu sempozyum gündeme geldiği için bu literatür özeti kısmını burada değerlendirmek istedik. Bizim orta ve uzun vadedeki esas amacımız, İngiltere'deki Rekabet Otoritesinin geliştirdiği 52 kriteri, “ankete” dayalı bir araştırmayla, gıda imalat sanayini tedarikçi olarak alıp, bu ihlallerin olup olmadığını ortaya koymak. Yakın bir zamanda başka bir araştırma vesilesiyle Batı Anadolu'yu dolaştım. Yaklaşık 10-15 gün önce Afyon'daydım, Cumhuriyet Sucukları'nda spontane konuşurken, “en büyük fiyat indirimini kime yapıyorsunuz” diye bir soru sordum. “Tabii ki MİGROS'a yapıyoruz, en fazla sayı onların” dedi. Kriterlerden bir tanesi o; perakendedeki en büyük firma en büyük indirimi alabiliyor. “Yeni açılan mağazaları kim finanse ediyor, krediyle mi yapıyorlar, dışarıdan para mı getiriyorlar” diye sorduğumda, “tabii ki, onu da biz finanse ediyoruz” dediler. Tüm tedarikçilerinden 5000 avrodan 20 bin avroya kadar pa-

ra alıyorlarmış. Yeni bir mağaza açtıkları zaman yine tedarikçilerden finansman sağlıyorlar. Ben 10-15 firmada kendim bizzat gözlemlerim. Daha önce master yapan arkadaşımız da, tez çalışması vesilesiyle Batı Akdeniz Bölgesinde 15 civarında firmayla görüştü; orada da bu ihlallerin olduğunu gördük.

Biz bunu bir TÜBİTAK projesi hâline getirebilirsek, bir destek alabilirsek, “böyle bir çalışma Rekabet Kurumu açısından da önemlidir” diye sizden de destek alırsak bunu daha genişletmeyi, geliştirmeyi düşünüyoruz. Teşekkür ederim.

**Prof. Dr. A. Ali KOÇ-** Arjantin örneğinin daha büyük (15 sayfalık), metni var; ben size göndereyim. Arjantin’de yaşanan olaylardan çıkaracağımız dersler var. İlk başlarda, gelişen rekabet tüketiciye sosyal bir boyut kazandırıyor, yani hafta sonlarını, tatilini geçireceği, gezeceği bir ortam sunuyor, fiyat avantajı, taksitli satışlar sunuyor; ama belli bir noktada, piyasada yoğunlaşma arttıktan sonra bu hem alıcı üzerinde monopson gücü olarak, hem de tüketici üzerinde (fiyattaki katılık olarak), ciddi şekilde kullanılıyor. Kısa vadede toplumun lehine gibi gördüğümüz şey, rekabet olmazsa uzun dönemde tüketicinin refahının aleyhine oluyor. Piyasada neyi ölçüyoruz? Yoğunlaşmayı. Bunu söyleyemeyiz; 5 zincirin piyasayı ele geçirmesini rekabet olarak göremeyiz. Dikkat edin, bunların çoğu, iller 1 milyon nüfusun altındaysa, birbirlerinin olduğu yerlere gelmiyorlar, 500 bin nüfusun altındaysa hiç gelmiyorlar.

**Oturum Başkanı-** Çok teşekkür ediyoruz. İsmail Hakkı Bey buyurun.

**İsmail Hakkı KARAKELLE (Rekabet Kurulu Üyesi)-** Teşekkür ediyorum Sayın Başkan. Tebliğ sahiplerine de ayrı ayrı teşekkür ediyorum.

Son noktayla ilgili Ali Hoca’nın söylediklerine dair tereddütlerim var, kayıtlara geçmesi için söylüyorum. Düşüncelerinize saygı duyuyorum ama o “orta direk korunması” ya da “sosyal gerekçeler” çok tartışmaya açık konular. “Her apartmanın altında bir bakkal” devrinin kapanacağını görüyorum, bir rekabetçi olarak değil, yurttaş olarak da görüyorum ve aralarına dâhil olmaya çalıştığımız dünya bakımından da bu öyle gözüküyor. Sadece tereddüdümü dile getirmek için söyledim; o tartışma bu saatte altından çıkılabilecek bir şey değil, çok uzun zaman alır.

Sizlere bir soru yöneltmek istiyorum. Yazılı metninizde de vardı, Gülden Hanım da sunuşunda söyledi; önümüzdeki dönemde Türkiye’de yoğunlaşmaların artacağını söylediniz. Siz, gıda açısından ilk 5’in yüzde 40’larda olduğunu söylediniz. Ondan tam emin değilim. Biz “hızlı tüketim malları” diye kullanıyoruz, sadece “gıda” değil. O zaman o oran oldukça aşağıya düşebilir.

Sizinle paralel düşünüyorum, yoğunlaşma önümüzdeki dönemde artacak. Daha önemlisi şu: Türkiye çapında pazar payının ne olduğu alım gücü bakımından önemli, ama işin bir başka cephesi olan yerel pazarlarda daha farklı manzaralar önümüze çıkıyor. Bir örnekten gidersem anlatmak istediklerim daha iyi anlaşılır. Bir büyük aktör, Egede yaygın olan bir küçük aktörü devralıyordu. Devralınanın toplamda 98 civarında mağazası vardı. Bizim incelememizin sonucunda, bu 98 mağazadan yine aklımda kaldığı kadarıyla 94'ünün devralınısında bir sorun görmüyoruz. Geriye kalan 4 mağaza için yine alım pazarı bakımından bir sorun görmüyoruz. Ancak yerel düzeyde sorunlar görüldü. İlgili Pazar bazen bir kentin bir bölümü hatta bazen bir semti olabiliyor. Biliyorsunuz, Toplulukta, İlgili Pazar'ın arabayla 20 dakikada gidilebilecek bir bölge olarak ele alındığı dosyalar var. Biz rekabetçiler coğrafi pazarı, bir şehir değil, bir semt olarak bile ele alabiliyoruz. Ege sahilindeki bu 4 kasabada devralma, bazılarında tekel oluyordu, bazılarında yoğunlaşma yüzde 90'a çıkıyordu. Ayrıntıları geçiyorum. İdareden hazırlanan raporda, “94 mağazayı alsın, bu 4'üne müsaade edilmesin, almasın” denildi. Aradan zaman geçtiği için bu rakamları yanlış hatırlıyor olabilirim; önemli değil. Bu “4” ya da “5” de olabilir. Tarkan daha iyi bilir; dosyanın raportörüydü. Kurul, İdarenin bu görüşüne maalesef iştirak etmedi. “Maalesef” diyorum, çünkü Kurulun kararına o yönüyle katılmıyorum. Bence İdarenin söylediği doğruydu, yani devralana o 4 mağazanın devrine izin verilmemeliydi, çünkü bu, ilçelerde bir tekelleşmeye gidiliyordu. Tabii, biz bunu söylediğimiz zaman “böyle şey olur mu kardeşim, devralan 98 mağazayı, bu zinciri bir bütün olarak alıyor, bunun 94'ünü alıp da 4'ünü nasıl almayacak” şeklinde itirazlar geldi. Bunun yöntemleri var ve başta İngiltere olmak üzere bunun uygulaması var; “şunları alırsınız, şunları alamazsınız” diyebiliyorlar.

Özetle bu konudaki değerlendirmelerinizi, düşüncelerinizi öğrenmek istiyorum. Şimdiden teşekkür ediyorum.

**Oturum Başkanı-** Buyurun Ali Bey.

**Prof. Dr. A. Ali KOÇ-** Dikkat ederseniz, biz öncelikle, bu sektörün çok çeşitli yönlerden araştırılması gerekir dedik. Bir izleme-değerlendirme sisteminin kurulması gerekiyor. Ben bununla ilgili Sanayi ve Ticaret Bakanlığı Müsteşarıyla görüştim. Bir veri talebi için TÜİK'le görüşmeleri için kendilerine bir de format verdik ama, bize dönmediler. Hatta iki kez girişimde bulunduk. Rekabet Otoritesi olarak sizin de belki bir girişimde bulunmanız veya birlikte tekrar girişimlerde bulunmak etkili olabilir. Dolayısıyla, bizim il düzeyinde veya bölgesel düzeyde yoğunlaşmaları ölçebilecek bir veri kaynağımız olmadı. Belki ACNielsen'in ve-

rilerinden hareket edilebilir. Dünyada bu konuda çok çalışan “Tom Reardon”le tartışırken o şunu söyledi: “Genellikle hızlı tüketim mallarıyla toplam gıda arasında çok yakın bir paralellik var, bu firmaların hızlı tüketim mallarındaki pazar payları yüzde 40’sa, gıdadaki pazar payları da üç aşağı beş yukarı odur.” Elinde rakamlar da var. Dolayısıyla, biz oradaki “yüzde 40” yargısına oradan ulaştık.

Rekabete nasıl çimento sektöründe bölgesel düzeyde dikkat etmek gerekiyorsa, gıda perakende sektörde de bu durum ciddi şekilde geçerli. Rekabete çok lokal düzeyde, bölgesel düzeyde bakmak lazım. Onun için, bir izleme-değerlendirme sistemine ihtiyaç var.

Sizin söylediğiniz yargıya katılıyorum; yani zincirlere, birleşmelere izin verilirken ve rekabet izlenirken, bu şekilde de izlenmesi gerekir diye düşünüyorum.

**Oturum Başkanı-** Bu cevabın birinci soruyla da ilgisi var. İlgili pazar tanımı bazen ilden de daha küçük düzeyde düşünmemizi gerektirebiliyor. Zaten o, hâkim güce sahip olmuyor gibi görünme olayı ilgili pazarın tanımıyla ilgili bir şey.

**Prof. Dr. A. Ali KOÇ-**Türkiye’de kırsal nüfusumuz hâlâ çok fazla. Bu marketler kırsala da çok gitmiyorlar.

**Bir Katılımcı-** Hocam, yüzde 40 düşük değil, yüzde 40 yüksek.

**Prof. Dr. A. Ali KOÇ-** Yani, yüzde 70-80’e göre. Biz kentsel kesimi baz alırsak aslında 60’ları filan geçmiştirdi diye tahmin ediyorum.

**Oturum Başkanı-** Çok teşekkür ediyorum.

**Oturum Başkanı-** II. Oturum’un son bölümünde, “3. Nesil Hizmetlere İlişkin Rekabet Politikası Analizi” konusunda bir tebliğ sunulacak.

Tebliğ sunucularımız Sayın Müberra Güngör Hanım ve Sayın Ayhan Tözer Bey. Efendim, kendilerini buraya davet ediyorum.

Önce Müberra Güngör Hanımın özgeçmişi hakkında kısa bilgi vereceğim. 1998-2000 arasında Boston University School of Management’te “Financial Concentration” konusunda MBA yapmış. 1993-1998 yılları arasında Orta Doğu Teknik Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümünde eğitim görmüş. Nisan 2008’den beri Telekomünikasyon Kurumunda Sektörel Araştırma



ve Stratejiler Dairesi Başkanı; Temmuz 2005 - Nisan 2008 arasında Telekomünikasyon Kurumunda Sektörel Rekabet ve Tüketici Hakları Dairesi Başkanı olarak görev yapmış; 2001-2005 tarihleri arasında Telekomünikasyon Kurumunda Sektörel Araştırma ve Stratejiler Dairesi Başkanlığı ve Tarife Dairesi Başkanlığında Telekomünikasyon Uzmanı olarak çalışmış; 1994-2001 arasında Hazine Müsteşarlığı Yabancı Sermaye Genel Müdürlüğünde Hazine Uzmanı olarak çalışmış. Hazineye işe başlamış. Bu güzel bir özgeçmiş.

Şimdi, bu tebliğe katkıda bulunan ikinci arkadaşımız Ayhan Tözer'in biyografisi hakkında kısa bilgi vereceğim. 1994-2001 yılları arasında Hazine Uzmanlığı yapmış. 2001'den bu yana Telekomünikasyon Dairesinde Telekomünikasyon Uzmanı olarak çalışıyor. Lisans eğitimini ODTÜ İktisatta tamamlamış. Yüksek Lisansını üç boyutlu olarak yapmış. London School of Economics'te Financial konusunda Yüksek Lisansı var. O yetmemiş, Gazi Üniversitesi İktisat bölümünde Yüksek Lisans yapmış. O da yetmemiş, ODTÜ Bilim ve Teknoloji Politikaları Bölümünde tekrar bir Yüksek Lisans yapmış. Şu anda da ODTÜ Bilim ve Teknoloji Politikaları Bölümünde Doktora öğrencisi olarak görev yapıyor.

Buyurun Müberra Hanım.

# TÜRKİYE GSM VE DİĞER ÜLKE 3. NESİL DENEYİMLERİ İŞİĞİNDA 3. NESİL HİZMETLERE İLİŞKİN REKABET POLİTİKASI ANALİZİ

Müberra Güngör, Ayhan Tözer<sup>1</sup>

*Telekomünikasyon Kurumu*

## ÖZET

İletişim sektörü, son yıllarda teknolojik yenilikler ve yeni hizmetlere artan taleple birlikte hızlı bir gelişim göstermektedir. Kuşkusuz cep telefonlarının topluma getirmiş olduğu en büyük rahatlık sabit bir noktaya bağımlı olma zorunluluğunu ortadan kaldıran “mobilite” avantajıdır. Bu gelişmeye bağılı olarak 2004 yılında dünya genelinde mobil abone sayısı 1 milyar sınırını aşmış ve 2008 itibariyle 2 milyara doğru ilerlemektedir. Frekans spektrumunun daha etkin kullanılabilmesini sağlayan yeni teknolojilerin gelişimi ve internet ve veri uygulamalarına olan talebin artmasıyla yeni nesil mobil iletişim teknolojileri ortaya çıkmaya başlamıştır. 2000 yılından itibaren AB-15 ülkelerinin tamamı ve dünya genelinde bir çok ülkede üçüncü nesil mobil hizmetler için lisanslar verilmeye başlanmıştır. Öte yandan, Türkiye’de benzer bir lisanslama süreci 2007 yılı içinde gerçekleştirilmiş, fakat ihale aşamasında yeterince rekabet oluşmadığından ihale iptal edilmiştir. Bununla birlikte, Telekomünikasyon Kurumu tarafından yakın bir gelecekte yeni bir lisanslama sürecinin başlatılması beklenmektedir. Bu çerçevede makalenin amacı; mobil teknolojilere ilişkin genel bir bakış açısı ortaya koymak ve özellikle Türkiye GSM piyasası tecrübesi başta olmak üzere AB’ye üye ülkelerin düzenleyici perspektif ve deneyimlerini inceleyerek rekabet politikasını analiz etmektir.

Bu çalışma kapsamında öncelikle mobil iletişim teknolojilerinin gelişimi ve 3.Nesil hizmetlere ilişkin standartlar konusuna değinilmiş ve tahsis yöntemleri etkinlik, maliyet gibi hususlar boyutunda incelenmiştir. Müteakiben Türkiye’de mobil iletişim teknolojilerinin gelişim süreci değerlendirilerek, diğer ülke tecrübeleri ışığında, üçüncü nesil mobil telekom hizmetlerinde lisanslama prosedürü (lisans bedeli, kapsama alanı vb.) ve bu süreçte önem arz ettiği düşünülen konular değerlendirilmiştir. Bu çerçevede 2008 yılında yapılması planlanan yeni ihalede, altyapı yatırımlarının istenilen ölçüde gerçekleştirilebilmesi açısından diğer ülke

<sup>1</sup> Bu yazıda ifade edilen görüşler yazarlara ait olup, hiçbir suretle Telekomünikasyon Kurumunun görüşleri şeklinde yansıtılamaz.

örneklerine göre daha düşük lisans bedelleri belirlenmesinin ve özellikle ülkemiz araştırma ve geliştirme yeteneklerinin artırılmasıyla ilgili politikanın önemine değinilmiştir. Bunun yanı sıra ülkemiz GSM piyasasında yaşanan rekabet problemleri ışığında- özellikle lisanslama süreci ele alınarak- rekabet politikasının etkinliğinin artırılması açısından gerekli öncül (*ex-ante*) düzenlemelerin lisanslamayla birlikte hayata geçirilmesinin gerekliliği vurgulanmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** GSM, 3.Nesil Telekomünikasyon Hizmetleri, Rekabet Politikası, Düzenleme.

## GİRİŞ

Günümüz dünyasında, multimedya uygulamaları dahil her türlü verinin kablosuz genişbant üzerinden aktarılabilmesiyle mobil kullanıma olan talep gittikçe artmaktadır. Mobil kullanıma olan bağımlılık arttıkça da bu şebekeler üzerinden sunulan hizmetler hızla çeşitlendirilmekte ve mevcut veri aktarım hızları yetersiz kalabilmektedir. Bu kapsamda 2N ve 2,5N sistemlerinin sağladığı yetersiz aktarım hızları yeni bir kuşak olan ve görüntülü uygulamaları da destekleyen Üçüncü Nesil (3N) genişbant teknolojisinin geliştirilmesini gerekli kılmıştır. Ülkemizde halen kullanılmakta olan GSM standartlarındaki sistemler 9.6 ile 384 kbit/s arasındaki hızlarda bilgi aktarımına izin verirken, 3N teknolojisi ile, hareket halinde iken sesin yanısıra veri, resim, grafik ve benzeri bilgiler 2Mbit/s hıza varan yüksek hızlarda, başka bir deyişle genişbantta iletilebilmektedir. Bu kapsamda, 3G uygulamalarının sağlayacağı yüksek hızda bilgi akışının ülkelerine fayda sağlayacağını öngören pek çok ülkede 3N hizmetleri başlamış bulunmaktadır. 3N şebekeler üzerinden daha yüksek hızlarda veri aktarımının sağlanması; bankacılık, sağlık ve eğitim gibi pek çok sektörde yeni uygulamalarla birlikte iş imkanlarının artması sonucunu getirecektir. Ayrıca 3N hizmetlerle birlikte oluşacak yeni yazılım ve altyapı ekipmanı ihtiyacının da yurt içi telekomünikasyon ve yazılım sektörünün gelişmesine katkıda bulunacağı düşünülmektedir.

Bu çerçevede, çalışmanın ilk bölümünde mobil iletişim teknolojileri ve lisanslama yöntemleri ele alınmaktadır. İkinci bölümde ise AB üyesi ülkelerde 3N ile ilgili lisanslama yöntemleri üzerinde durulmaktadır. Üçüncü ve dördüncü bölümlerde ise ülkemiz GSM piyasasındaki durum ve 3N ile ilgili hususlar değerlendirilmektedir.

## 2. Mobil İletişim Teknolojileri

19. yüzyılın sonlarında elektromanyetik dalgaların telekomünikasyon aracı olarak kullanılmasıyla birlikte mobil telefonların doğuşu da gerçekleşmiş olmaktadır. İlk olarak tek hücreli analog araç telefonları 1940'lı yıllarda A.B.D'de, 1950'li yıllarda da Avrupa'da kullanılmaya başlanmıştır. Bunu takip eden bir gelişme olarak, 1970'li yılların sonlarına doğru hücreli analog mobil telefonlar kullanılmaya başlanmıştır. Bahsedilen sistemler 1G (1. nesil) analog teknolojiyi kullanmakta olup, kullanıcıların zamanla artan ses kalitesi, kapasite, kapsama alanı gibi ihtiyaçlarına cevap vermekte yetersiz kalmışlardır. Bu ihtiyaçlar doğrultusunda 2G (2. nesil) sayısal teknoloji oluşturulmuştur. Bugün kullanılmakta olan GSM standartlarındaki cep telefonları, "Code Division Multiple Access" (CDMA) ve "Personal Digital Communication" (PDC) 2G sayısal teknolojiyi kullanan sistemlere örnek teşkil etmektedir. Geliştirilmiş 2G teknolojileri, "High Speed Circuit Switched Data" (HSCSD), "General Packet Radio Service" (GPRS) ve "Enhanced Data Rates in a GSM Environment" (EDGE) olarak adlandırılmaktadır. Bu teknolojiler, 3G'ye doğru giden yolda son basamaklar olarak görülmüş ve topluca 2.5G teknolojisi olarak kabul edilmiştir.

3G/UMTS/IMT-2000 mobil telekomünikasyon teknolojisi, bu gelişmeleri takip eden bir sonraki büyük adımı teşkil etmektedir. 2G, 2.5G ve 3G analog 1G teknolojisinden tamamen farklı teknolojileri içermektedir. Ancak, 3G altyapılarının 2G altyapıları ile benzer yanları bulunmakta ve belirli bir geçiş dönemi boyunca 2G ve 3G ile benzer hizmetler sunulmaktadır. Esasen, 3G şebekelerinin geliştirilmesinde 2.5G, GSM, GPRS standartları dayanak teşkil etmiş ve buna bağlı olarak GSM işletmecilerinin GPRS teknolojisinin veya 3G arayüzlerinin kullanılması yoluyla 3G hizmetlerini verebilmeleri sağlanmıştır. [1]

Tablo 1'de mobil iletişim teknolojileri ve temel özelliklerini karşılaştırmalı bir şekilde sunulmaktadır.

**Tablo 1:** Mobil Teknolojileri Karşılaştırması

	1G	2G	2.5G	3G
<b>Sinyalleşme</b>	Analog	Sayısal	Sayısal	Sayısal
<b>Anahtarlama</b>	Devre	Devre	Paket	Paket
<b>Hizmetler</b>	Ses	+Mesajlaşma	+İnternet	+Çoklu Ortam
<b>Veri Hızı</b>	—	14 Kbps	144 Kbps	384 Kbps–2 Mbps

Kaynak: Weisman, C. (2002)

1N ve 2N sistemleri tarafından kullanılan spektrum ve data sıkıştırma teknikleri bir noktadan sonra multimedya hizmetlerine olan talebin de artmasıyla yetersiz kalmıştır. Özellikle video telefon hizmetlerinin gelecekte toplam trafiğin önemli bir miktarını oluşturacağı öngörüsüyle yeni teknolojilere olan ihtiyaç giderek artmaktadır. Bu projeksiyonlar ışığında standartları Uluslararası Telekomünikasyon Birliği (ITU) tarafından onaylanan 3. nesil şebekeler artan multimedya kullanım talebini karşılamak için dizayn edilmiş bulunmaktadır. Söz konusu şebeke mimarisi 144 kbps ile 2 mbps arasında data aktarımına imkan vermekte ve mobil dijital ses, paket anahtarlamalı data, video ve multimedya uygulamaları rahatlıkla kullanılabilir.

Mobil telefon teknolojileri Avrupa, ABD ve Japonya başta olmak üzere farklı gelişim trendleri sergilemiştir. Her sistem önce kendi analog standardında başlatılmış fakat daha sonra dijital sistemlere geçişle problemler artmaya başlamıştır. Bu nedenle ülkeler arasında ortak standartların sağlanması amacıyla 1980'lerin ortasında ITU bünyesinde IMT-2000 konseptinde 3. nesil mobil telefon sistemi çalışmalarına başlanmıştır. ITU koordinasyonunda yürütülen bu çalışma sonucunda 2000 yılında IMT- 2000 adında 3. nesil sistemlerin teknik detayları onaylanmış ve mobil sistemler arasında tam uyum sağlanmasıyla yaklaşık 200 mhz frekans seviyesinde çalışan sistemlerin test çalışmalarına başlanmıştır [2]. Günümüzde en fazla kullanılan 3. nesil standartları arasında WCDMA, CDMA2000 ve TD-CDMA teknolojileri yer almakta olup, bunların kullanıldığı bölgeler ve piyasa payları gibi hususlara ilişkin bilgi Tablo 2'de verilmektedir.

**Tablo 2:** 3. Nesil Standartları

	<b>WCDMA</b>	<b>CDMA2000</b>	<b>TD-CDMA</b>
<b>Hizmet Sunulan Bölge (Servis Sunucu)</b>	Dünya geneli (hemen hemen bütün ülkeler)	Hizmet Sunucuların büyük bölümü ABD ve Kore'de bulunmakta	China Mobile Çin'deki altyapıyı kuruyor.
<b>Mobil Ekipman Sunan Firmalar</b>	Nokia, Alcatel vb.	Motorola, Canada Nortel	Siemens
<b>Ticari Durum</b>	İlk sunum Japonya'da NTT DoCoMo tarafından	Kore'de yaygın bir şekilde kullanılmakta	Test aşamasında
<b>Piyasa Payı</b>	En büyük pay	İkinci büyük pay	Üçüncü büyük pay
<b>Kapsama Alanı</b>	Tam kapsama	Tam Kapsama	Bölgesel Kapsama

## 2.1. Lisanslama Yöntemleri

Telekomünikasyon piyasalarında hizmet kategorilerine göre bireysel lisanslar, genel izinler ve yetkilendirme gerektirmeyen hizmetler ayırımına gidilmektedir. Bunların arasında piyasaya giriş engeli olarak en kısıtlayıcı olan bireysel lisanslar spektrum ve numaralandırma gibi kıt kaynakların tahsisinde kullanılmaktadır. 3. nesil hizmetleri de içeren mobil telekomünikasyon hizmetleri de kıt kaynak olarak nitelendirilen spektrum kullanımını gerektirmekte ve kısıtlı olan bu kaynağın dağıtımını düzenleyici kurumlar tarafından lisanslama yöntemiyle yapılmaktadır. Düzenleyici kurum veya ilgili hükümet birimleri tarafından kullanılan başlıca lisanslama türleri güzellik yarışması (comparative hearings), ilk gelen alır (first come first served), çekiliş ve ihale yöntemleridir. [3]

### *Güzellik yarışması/karşılaştırma*

Güzellik yarışması, başvurular içinde kazananın veya kazananların karşılaştırmalı bir yarışma usulü ile seçilmesi anlamına gelmektedir. Bu seçim sırasında, başvuru sahiplerinin teknik ve finansal yetkinliği, kurulacak olan sistemin teknik özellikleri, öngörülen kapsama alanı ve şebeke yayılımına ilişkin takvim gibi kriterler kullanılabilir [4]. Bu yöntem, tahsisi yapan kurum açısından kriterlerin seçimi üzerinde farklılaştırma yaparak kamu politikaları doğrultusunda bir sonuç alınabilmesi için gerekli esnekliği de beraberinde getirmektedir. Teorik olarak güzellik yarışması toplum açısından spektrumu en iyi kullanacak başvuru sahibine tahsis yapılmasını sağlayabilmektedir. Ayrıca, bu yöntem spektrumun hizmet sağlayıcılara olan maliyetinin düşük seviyelerde ortaya çıkmasını ve dolayısıyla tüketicilere sunulan hizmetlerin daha düşük ücretlerle verilebilmesini de teşvik etmektedir. Öte yandan bu yöntemin en önemli dezavantajı da yukarıda ifade edilen esnekliğin bir sonucu olarak sürecin subjektif ve adil olmayan bir şekilde yürütülmesine ve ihtilaflara yol açabilme olasılığıdır. Özellikle başvuru sahiplerinin eşdeğer niteliklere sahip olduğu durumlarda ihtilaflar artabilmektedir. Ayrıca, güzellik yarışması prosedürü diğer alternatif tahsis yöntemlerine göre daha fazla zaman alan bir uygulamadır. [5]

Söz konusu yöntemin kullanımına ilişkin olarak, 1990'ların başlarında AB üyesi ülkeler ve Kanada'da mobil iletişim hizmetleri lisanslarına yönelik spektrum tahsisleri örnek olarak gösterilebilmektedir. Bununla birlikte 1994'ten itibaren gerek AB üyesi ülkeler gerekse Kanada Hükümeti söz konusu prosedürleri gözden geçirerek ihale yönteminin kullanımını benimsemişlerdir. Kanada Hükümeti güzellik yarışması yöntemine ilişkin olarak prosedürün zaman açısından

uzun sürdüğünü ancak hükümet politikası ve kriterlere uygunluk açısından en iyi yöntem olduğu değerlendirilmesini yapmıştır. Diğer taraftan başvuru sahipleri prosedürün subjektif olduğunu ve kullanılan “teklifin ekonomik uygulanabilirliği, telekomünikasyon endüstrisi üzerindeki etkileri ve pazar konsantrasyonu” gibi kriterlerin tartışmalı olduğunu öne sürmüştür. Söz konusu yöntem ABD’de mobil telefon lisansları için de kullanılmış ve taraflar projelerini FCC nezdinde mahkemelerde görülen duruşmalara benzer bir yöntemle savunmuş ve süreç bir yıldan daha fazla sürmüştür. Bu gecikmeler nedeni ile yöntem, başvuru sahipleri, hükümet ve nihai olarak toplum açısından olumsuzluklara yol açmıştır. [5]

#### *“İlk gelen alır” yöntemi*

“İlk gelen alır” yöntemi daha önceden belirlenen ve duyurulan bir zaman dilimi içinde başvuruların alınması ve spektrumun yapılan başvuruların sırasına göre tahsis edilmesi esasına dayanmaktadır. Söz konusu yöntem, mevcut spektrum miktarının talepten daha fazla olduğu durumlar için uygun bir alternatiftir. “İlk gelen alır” yöntemi AB üyesi ülkelerde özel kullanıma yönelik telsiz (örn. taksi sürücülere vb.) sistemlerine ilişkin spektrum tahsisi yapılması amacıyla kullanılmıştır [5]. Söz konusu yöntem hızlı ve düşük maliyetli bir süreç içinde gerçekleştirilebilmesi açısından avantajlı görülmektedir. [4]

#### *Çekiliş yöntemi*

Çekiliş yöntemi temel olarak spektrumun başvuru sahiplerine rastlantısal bir seçim ile tahsis edilmesi esasına dayanmaktadır. “İlk gelen alır” yöntemine benzer şekilde hızlı ve düşük maliyetli bir süreç olmakla birlikte spektrumun gerekli sistemi kurabilecek ve işletebilecek niteliklere sahip olmayan kişilere tahsis edilmesine yol açabilmektedir [4]. ABD’de güzellik yarışması yöntemine dayalı olarak yapılan tahsislerde görülen gecikmeler ve mobil lisanslarına ilişkin sürecin çok uzun sürmesi üzerine 1982 yılında ABD Kongresi daha hızlı ve ekonomik bir yöntem arayışına girmiş ve “çekiliş” yönteminin uygulanmasını benimsemiştir. 1980’li yıllarda hücresel (mobil) telefon lisanslarının tahsisinin hızla tamamlanmasında çekiliş yöntemi etkili olmuş ancak, spektrum kullanım hakkını elde edip ileride bunu rantta dönüştürmek niyetinde olan talep sahipleri nedeni ile başvurular artmış ve 400.000’e yaklaşmıştır. Söz konusu başvuru sahiplerinin bir çoğunun mobil telefon sistemini işletecek teknik uzmanlığa sahip olmadığı görülmüştür. Örneğin, RACDG ortaklığı adı altında başvuru yapan bir kuruluş, çekiliş sonucu spektrum kullanım hakkını elde etmiş ve daha sonra bu lisansını Southwestern Bell şirketine 41 milyon \$’a satmıştır. Söz konusu grubun teknik

yetersizliği nedeni ile ortaya çıkan verimsizlik, ikinci el pazarında lisansın yeniden satılması ile kompanse edilmiş olmakla birlikte sonuçta spektrumun kullanımında gecikmeler ve hükümetin spektrum tahsisinde gelir kaybına uğramasına yol açmıştır. [5]

### *İhale yöntemi*

İhale yöntemi, talep sahiplerinin kendi inisiyatifleri ile spektrum için ödeyecekleri miktarı belirlemesi esasına dayanmaktadır. İhale yöntemi ilk olarak Yeni Zelanda hkmeti tarafından 1990 yılında kullanılmış ve daha sonra ABD ve tüm dünyada kabul gören bir uygulama haline gelmiştir.

Spektrumun ihale yöntemi ile tahsis edilmesi düzenleyici kurumlar arasında oldukça yaygınlaşmış bir uygulamadır. Örneğin İngiltere’de ihale yöntemi üçüncü nesil mobil lisansları ve 28 GHz’de sunulan genişbant sabit telsiz erişim hizmetlerinin yetkilendirilmesinde kullanılmıştır. Ayrıca, analog TV ve ulusal radyo istasyonları için de yayıncılık otoriteleri tarafından ihaleler yapılmıştır. [6]

İhale yöntemi etkin bir biçimde tasarlanması ve uygulanması durumunda verimliliği artırarak politika hedeflerine ulaşmada önemli bir yöntem olarak kullanılabilir. İhale yönteminin en önemli avantajı, spektrumu en çok değer atfeden kişiye tahsis ediyor olmasıdır. Bu durum bir bakıma, toplam ekonomik refaha en çok katkı yapacak tarafın tespit edilmesini de sağlamaktadır [6]. Diğer tahsis yöntemlerinde, tahsisi yapan kurum düşük bir fiyat belirleyerek kamuya ait bir kaynağı ucuza vermemek veya yüksek bir fiyat belirleyerek kullanım hakkını alacak işletmecinin yatırımlarını yavaşlatmamak için bir şekilde spektrumun gerçek değerini bilmek durumundadır.

İhale yönteminde, yapılan bir fiyat teklifi, teklifi yapan tarafın lisansa atfettiği değerine yakın bir rakamı yansıtmaktadır. Esas itibariyle, yapılan teklif, atfedilen değerin bir miktar altındadır. Zira, teklif sahibi söz konusu spektrumun kullanımından kar elde etmeyi amaçlamaktadır. Buna karşın, ihale yönteminde yeterince katılımcı olması ve bu katılımcıların lisansın sunmuş olduğu imkanlardan tam anlamıyla bilgi sahibi olması durumunda ortaya çıkan ücret, spektrumun gerçek değerine çok yakın bir rakamı ortaya çıkarmaktadır. [5]

Bu bakımdan, ihale yöntemi yalnızca spektrumun kullanım hakkının satışından gelir elde etmek olarak değerlendirilecek bir yöntem değildir. Zira, güzellik yarışması yönteminin getirmiş olduğu avantajlara benzer şekilde, spektrumu en iyi kullanacak başvuru sahiplerinin belirlenmesini de sağlayabilmektedir.



Örneğin FCC bir işletmecinin yeni hizmetlere yönelik altyapıları kurup işletilebilme kabiliyetinin yüksek olmasının, spektrumun o işletmeci için daha değerli bir kaynak olması anlamına geleceğini ve bu nedenle spektrumun kullanım hakkı için en yüksek teklifi veren işletmecinin seçilmesi ile verimliliğin sağlanacağını varsaymaktadır. Bir başka deyişle, ihale yöntemi spektrumun toplam ekonomiye en fazla katkı sağlayacak işletmeciye verilmesini ve suni kısıtlamalar getirilmemesi durumunda spektrumun en iyi şekilde kullanılmasını da sağlayabilmektedir. [6] Ayrıca, ihale yöntemi şirketlerin spektrumunu çok düşük ücretlerle veya çekilişe dayalı olarak ücretsiz şekilde elde etmesi ve akabinde spektrum kullanım hakkının satışı yoluyla yüksek rant sağlanmasını da engellemektedir. Bu bakımdan, ihale yöntemi bu tür rantları kollayan şirketlerin elde edeceği karın devlet hazinesine aktarılması anlamını da taşımaktadır.

İhale yönteminin Yeni Zelanda'dan sonra ABD'de de başarılı olması ile birlikte, Avrupa ülkeleri de 3N için ihale yöntemini değerlendirme altına almışlardır. Sonuç olarak bazı ülkelerde güzellik yarışması yöntemi seçilmiş olmakla birlikte bir çok ülke ihale yöntemini benimsemiştir. İhalelerden elde edilen gelirler ülkelerin ekonomik büyüklüğü, nüfus ve düzenleyici koşullar gibi birçok faktöre bağlı olmakla birlikte ihale yöntemini benimseyen ülkelerde elde edilen gelirler (örn. Almanya: 46 milyar \$, İngiltere: 35 milyar \$, İtalya: 10 Milyar \$) güzellik yarışmasını tercih edenlerin gelirlerinden (örn. Fransa: 9 milyar \$, İspanya: 444 milyon \$) çok daha fazla olmuştur [7]. Ancak, ihale yönteminin avantajı olarak görülen yüksek gelir getirme unsuruna karşı geliştirilen argüman, spektrumun etkin bir biçimde tahsis edilmesi yerine, kamusal bir kaynağın kurumsal çıkarlara aktarılması, ödenen ücretin işletmeciler tarafından tüketicilerden toplanması ve ihale yönteminin nihai olarak tüketiciler üzerinde dolaylı bir vergi etkisi yaptığıdır. Ayrıca, ihale yöntemi spektrumun olması gerekenden daha yüksek ücretlerle tahsis edildiği, belirsizlik yarattığı ve pazarın gelişimini olumsuz etkilediği gerekçesiyle de eleştirilmektedir [8]. Zira ihalelerde ortaya çıkan yüksek lisans ücretleri, yeni hizmetlerin gelişimini yavaşlatmakta, şirketlerin finansal zorluklar içine girmesine ve sonuç olarak şirketlerin iflasına veya birleşme/devralma yoluyla pazar konsantrasyonuna yol açabilmektedir. Örneğin, AB'de 2000 yılında yapılan ilk 3N ihalelerinin üzerinden yedi yıl geçmesine karşın 2007 itibarıyla söz konusu hizmetten yararlanan kullanıcı sayısı 55 milyondur. Ayrıca, 3N pazarının %60'ı üç işletmecinin (Hutchison, Vodaphone and Telecom Italia) elindedir. [9]

Öte yandan, ihale yöntemi spektrum talebinin mevcut kaynaktan fazla olması durumunda açık ve objektif bir tahsis süreci işletilebilmesini de sağlamak-

tadır. Zira, karşılaştırmalı değerlendirmeler veya güzellik yarışması yöntemleri kaçınılmaz olarak bir derecede subjektif değerlendirme gerektirmektedir. Bu durum, spektrum kullanım hakkının toplam ekonomik refah için en iyi şekilde kullanacak işletmeciye verilir verilmediği hususunda bir çok tartışmayı da beraberinde getirebilmektedir [6]. Buna karşın, ihale yöntemi, talep sahipleri arasında kazananın kim olduğu ve ne kadar teklife bulunduğu şeffaf bir şekilde görüldüğü bir süreçtir [10]. Ayrıca, ihale yöntemi pazara yeni giren ve belirli bir geçmişi olmayan işletmeciler açısından da diğer yöntemlere göre daha avantajlı bir seçenektir. [11]

Söz konusu avantajlara karşın, ihale yöntemi spektrum kullanımı için en fazla ücret vermeye gönüllü tarafın kazanmasını garanti etmekle birlikte bu durum her zaman için spektrumun en iyi şekilde kullanacak işletmecinin ihaleyi kazanması anlamına gelmeyebilmektedir. Zira şirketlerin özel çıkarları ile sosyal çıkarlar bazı durumlarda örtüşmeyebilmektedir. Örneğin, bir frekans spektrumunun değeri piyasada yerleşik olan bir işletmeci ve yeni girecek olan işletmeci için farklılık gösterebilmektedir. Yerleşik işletmeci mevcut pazar payını korumak veya daha da artırmak amacıyla spektruma daha fazla ücret ödemeyi göze alabilmektedir. Bu bakımdan ihale yönteminin bu tür verimsizliklere yol açmasının önüne geçebilmek için düzenleyici kurumlar duruma özgü olarak işletmeciler üzerinde bir takım kısıtlamalar getirebilmektedir [10]. Ayrıca, ihale yönteminin yukarıda öngörülen verimliliğe ilişkin avantajları sürecin hangi şartlar altında yürütüldüğü ile de birebir ilişkilidir. Örneğin ihale sürecine ilişkin ilgili pazarın rekabet seviyesi ve ihale şartlarının verilecek olan spektrumun suni bir şekilde kısıtlanması (örneğin mevcut spektrumun el verdiğinden daha az işletmeciye tahsis yapılması vb.) verimliliği azaltan bir faktör olarak görülmektedir. Örneğin İngiltere ve Almanya’da 3N lisanslarının verilmesinde mevcut işletmecilerin haricinde sadece bir yeni lisans verilecek olması mobil hizmetler piyasasındaki mevcut işletmecileri bir açmaz içine sokmuştur. Söz konusu işletmecilerin lisans almak dışındaki tek alternatifi 3N piyasasını yeni bir işletmeciye bırakmak olarak ortaya çıkmış, bu nedenle ihale süreci oldukça rekabetçi bir duruma gelmiş ve spektrumun maliyeti yükselmiştir. Daha sonraki süreçte ise ödenen yüksek ücretler 3N hizmetlerinin yayılımını olumsuz etkilemiş ve lisans alan işletmeciler şebeke kapsamına ve yatırımlara ilişkin öngörülen şartları yerine getirememiştir.

İhale yönteminin tüm avantajlarına karşın getirmesi muhtemel verimsizliklerinin önüne geçebilmek için öngörülen en etkili yöntem daha önceleri ABD’de kullanılan ve Avrupa Komisyonu’nun 2002 Düzenleyici Çerçevesi içinde de yeri-

ni alan “spektrum ticaretidir” [12]. Spektrumun ikinci el pazarının oluşturulması, işletmecilerin elinde bulunan atıl spektrumun kullanıma geçirilmesi ve yeni hizmetler sunmak isteyen potansiyel işletmecilerin önünün açılmasını da sağlamaktadır. Söz konusu düzenleyici çerçevenin yürürlüğe girmesini müteakip AB üyesi ülkelerin büyük bir çoğunluğu frekans spektrumunun tahsisi ve ticaretine ilişkin esnek şartlar oluşturan düzenlemeleri yürürlüğe girmiştir. [6]

### **3. III. Nesle İlişkin AB Üyesi Ülkelerin Deneyimleri**

AB’de üye ülkelerin, harmonizasyon ve ülkeler arası uyumu sağlamak için, en az bir WCDMA lisansının verilmesine karar verilmiştir. Fakat bu noktada lisanslama yöntemi ile ilgili olarak herhangi bir sınırlamaya gidilmemiştir. Bu çerçevede üye ülkeler değişik yöntemleriyle WCDMA lisansları vermiş ve AB kapsamında 3. nesil mobil telekomünikasyon hizmetleri verilmeye başlanmıştır. [13]

#### **3.1. İngiltere**

İngiltere’de Nisan 2000 tarihinde yapılan ihaleyle 5 adet 3N şebekesi ticari uygulamaya başlamış durumdadır. Lisanslar açık artırma yöntemiyle verilmiştir. Söz konusu açık artırma sonucunda 22.47 milyar pound (35.4 milyar dolar) gelir elde edilmiştir. Her bir lisans için ödenen ücret ise 4-6 milyar pound arasında gerçekleşmiştir. Lisans alan dört operatör (Vodafone, BT, One2one, Orange) daha önce 2N şebekesi işletmeciliği yapmaktayken, TIW (Hutchison Whampoa- H3G) ilgili piyasaya ilk olarak 3N lisansı ile giriş yapmıştır. Piyasaya yeni giriş yapan TIW (H3G) firmasına daha fazla bantgenişliği verilerek, diğer yerleşik işletmecilere göre bir avantaj sağlanmıştır [14]. Bu politika tercihinin, rekabetin artırılması açısından yerleşik işletmeciler ve piyasaya yeni giriş yapanlar arasında lisanslama sürecinde bir farklılaştırma yapıldığının gösterilmesi açısından önem taşıdığı düşünülmektedir.

Lisanslar 20 yıl süreli olup, 2007 sonuna kadar toplam nüfusun %80’i için kapsama yükümlülüğü getirilmiştir [15]. Ayrıca 3N ve 2N sistemleri arasında roaming (dolaşım) zorunlu kılınmıştır. 2N hizmetleri piyasasında yerleşik durumdaki işletmecilere, ilgili piyasaya daha sonra giren işletmecilerle ulusal dolaşım yükümlülüğü getirilerek, rekabet şartları iyileştirilmeye çalışılmıştır. [16]

#### **3.2. Almanya**

Almanya’da 3N hizmetlerini vermek üzere 2000 yılında 6 tane 3N lisansı verilmiş ve her bir lisans için yaklaşık 8.4 milyar euro ödenmiştir. Ancak lisanslı

işletmecilerden ikisi ilgili piyasadan çekilerek, lisanslarını düzenleyici otoriteye geri iade etmiştir. 2003 yılında gerçekleştirilen iade işlemine gerekçe olarak telekomünikasyon sektöründe o günkü iktisadi nedenler dolayısıyla asgari kapsama alanı yükümlülüklerinin yerine getirilememesi ve ihale için ödenen çok yüksek bedelin, işletmecilerin finansal yapısını bozması gösterilmiştir.

Almanya’da da verilen lisansların süresi 20 yıl olup, açık artırma yöntemiyle verilmiştir. Halihazırda dört işletmeci ticari olarak 3N hizmeti vermektedir [17]. Operatörlere 2003 yılının sonuna kadar toplam nüfusun %25 ve 2005 sonuna kadar %50’sini kapsama yükümlülüğü getirilmiştir. [18]

### **3.3. Fransa**

Fransa’da 3N lisansları 2001 ve 2002 yıllarında güzellik yarışması yöntemi kullanılarak üç işletmeciye verilmiştir. Lisans başına belirlenen ücret ilk aşamada 5 milyar euro iken daha sonra 619 milyon euro ve yıllık cironun %1’i olarak belirlenmeye gidilmiştir. Ayrıca başlangıçta 15 yıl olan lisans süresi daha sonra 20 yıla çıkarılmıştır. Düzenleyici kurum ARCEP dördüncü işletmecinin mobil pazara girmesi için 2007 yılının Mart ayında ihaleye çıkmış ancak sadece Free Mobile 3N hizmeti vermek için başvuruda bulunmuştur. ARCEP 9 Ekim 2007 tarihinde Free Mobile’ın başvurusunu finansal kriterleri karşılayamadığı için reddetmiştir. [17]

3N lisansları için 2009 yılı sonuna kadar toplam nüfusun %98 lik bir kapsama alanı yükümlülüğü bulunmaktadır. 3N lisansına sahip 2N işletmecilere, 2N şebekesi olmayan 3N işletmecileriyle ulusal dolaşım anlaşması yapması yükümlülüğü getirilmiştir. Ancak dolaşım talep eden işletmecinin de belirli bir kapsama alanına sahip olması (ses hizmetlerinde toplam nüfusun %25’i) gerekmektedir. 3N ile 3N sistemleri arasındaki ulusal dolaşım anlaşmaları ise ticari müzakerelere bırakılmıştır. [17]

### **3.4. İspanya**

Lisansların verilmesinde güzellik yarışması yöntemi kullanılan İspanya’da dört adet 3N lisansı Mart 2000 tarihinde 20 yıl süreyle verilmiştir. (Cullen International SA-b,2008) Lisans ücreti olarak lisans başına 130 milyon euroluk ilk ödeme yapılmış ve enformasyon toplumu yatırımı ve 0,15% yıllık gelir payı adı altında yıllık ödemeler belirlenmiştir. Kapsama alanı yükümlülüğü konusunda Haziran 2004’e kadar nüfusun tamamının kapsanması istenmiş ancak aynı yıl içinde işletmecilerin lisansları revize edilmiş olup Telefónica Móviles ve Vodafone

ne için 2009 sonunda %95 nüfus kapsamı yükümlülüğü getirilmiştir. 2N şebekesine sahip 3N işletmecileri, 2N lisansı olmayan 3N işletmecilerine 3 yıllığına dolaşım sağlamakla yükümlüdür. Ancak, dolaşım talep eden 3N işletmecisinin şebekesi 250.000'den fazla nüfuslu şehirleri kapsamış olması ve 2N şebekesine sahip olan 3N işletmecisinin, 3N hizmetlerini sunmaya başlamış olması gerekmektedir. Ayrıca 3N işletmecilerin MVNO (sanal mobil operatör) işletmecilerine alt yapılarını kullandırma yükümlülüğü bulunmaktadır. [17]

### 3.5. İtalya

İtalya'da 3N hizmetlerini vermek üzere 2000 yılında 5 işletmeci yetkilendirilmiş ancak bir adet lisans düzenleyici otoriteye geri verilmiştir. Lisans süresi 2002 yılında 15 yıldan 20 yıla çıkarılmıştır. 2006 Eylül ayı itibarıyla 4 işletmeci ticari olarak 3N hizmeti sunmaktadır. Kapsama alanı yükümlülüğü olarak 30 Haziran 2004'e kadar bölgesel merkezler, 2006 sonuna kadar kırsal merkezler (Kapsama, %95 nüfus ve %30 coğrafi kapsama olarak tanımlanmaktadır) saptanmıştır. 2N altyapısına sahip bütün 3N işletmecileri, pazara yeni giren 3N işletmecilerine adil, ayırım gözetmeyen ve şeffaflık ilkeleri dahilinde bütün ulusal sınırlar içerisinde 30 ay süreyle ve yeni işletmecinin kapsamadığı illerde de 60 ay süreyle ulusal dolaşım sağlamakla yükümlüdür. 2N şebekesi işleten ve EPG'ye (Etkin Piyasa Gücü) sahip olduğu belirlenen 3N lisans sahipleri (TIM ve Vodafone gibi) yukarıda belirtilen şartlarda maliyet esaslı olarak 3N-2N ulusal dolaşımı sağlamakla yükümlüdür. 3N-2N dolaşımından yararlanabilmek için, yeni giren 3N işletmecilerinin, nüfusun en az %10'unu kapsayacak şekilde şebekelerini kurmuş olması gerekmektedir. Diğer ülke uygulamalarıyla paralel olarak 3N işletmecileri arasında dolaşım yükümlülüğü getirilmemiş ve bu konuda taraflara serbesti (ticari müzakere) tanınmıştır [17]. Ulusal dolaşım konusunda geçtiğimiz Nisan ayında 3 Italia ve Telecom Italia Mobile (TIM) arasındaki 3G/2G Ulusal Dolaşım (Roaming) anlaşmasının dört yıllık bir süre için uzatılmış olması ve söz konusu anlaşma kapsamında MVNO işletmecilerinin de ulusal dolaşım yapabilmesi önem arz etmektedir.

### 3.6. Genel Değerlendirme

Lisanslama yönteminde göze çarpan husus- lisans gelirlerinin ülkenin büyüklüğü, nüfusu, coğrafi özellikleri gibi hususların elde edilen gelir miktarında önem arz etmesine rağmen- ihale yönteminin güzellik yarışması yöntemine göre daha fazla gelir getirdiğidir [7]. Ülke bazında hangi yöntemlerin kullanıldığı ve elde edilen gelir miktarları Tablo.3'de verilmektedir.

lke uygulamalarına bakıldığında lisans sresinin genellikle 20 yıl olarak tespit edildiği, bazı ülkelerde ise 15 yıl olarak belirlendiği halde lisans sresinin sonradan 20 yıla kadar uzatıldığı anlaşılmaktadır. Kapsama alanı hususunda da AB boyutunda işletmecilere belirli yükümlülükler getirilmiş olup, hizmetin tüm ülke çapında yaygınlaştırılması aından, bu konunun önem taşıdığı değerlendirilmektedir.

Yukarıdaki lke örneklerinden de görüldüğü üzere, piyasaya yeni giriş yapan işletmecilerin belirli bir kapsama alanına ulaştıktan sonra 3N lisansına sahip mevcut 2N işletmecileri ile 3N-2N dolaşımının düzenleyici kurumlar tarafından genellikle zorunlu tutulduğu ve 3N-3N dolaşımı konusunun ise genellikle ticari müzakereler çerçevesinde yapılmasına izin verildiği görülmektedir. Diğer taraftan 3N işletmecilerine, MVNO (Sanal Mobil Şebeke Hizmeti) sunan işletmecilere Şebekelerini açmaları yönünde zorlayıcı düzenlemeler de getirilmektedir.

**Tablo.3: Yetkilendirmeler**

Ülke	Y. Yöntemi	Y.Tarihi	İşletmeci Sayısı <sup>1</sup>		İşletmeci Başına Ort. Yetkilendirme Ücreti (Milyon Avro)	Yetk. Süresi (Yıl)
			Mevcut İşletmeci	Yeni İşletmeci		
Avusturya <sup>2</sup>	Artırma	Kasım 2000	4	1	140	20
Belçika	Artırma	Mart 2001	3	-	150	20
Danimarka	Artırma	Eylül 2001	2	1	130	20
Finlandiya <sup>3</sup>	G.Yarışması	Mart 1999	3	-	-	20
Fransa <sup>4</sup>	G.Yarışması	Temmuz 2001	3	-	619	15+5
Almanya <sup>5</sup>	Artırma	Ağustos 2000	4	1	8400	20
Yunanistan	Artırma	Temmuz 2001	3	-	161	20
İrlanda <sup>6</sup>	G.Yarışması	Haziran 2002	2	1	80	20
İtalya <sup>7</sup>	Artırma	Ocak 2001	3	2	2400	15+5
Lüksemburg	G.Yarışması	Mayıs 2002	3	-	-	20
İngiltere	Artırma	Mayıs 2000	4	1	7000	20
İspanya <sup>8</sup>	G.Yarışması	Mart 2000	3	1	130	20
Hollanda	Artırma	Ağustos 2000	5	-	537	15
Portekiz <sup>9</sup>	G.Yarışması	Ekim 2000	3	-	100	15
İsveç <sup>10</sup>	G.Yarışması	Aralık 2000	2	1	0,11	15
İsviçre	Artırma	Ocak 2001	4	-	34	15
Bulgaristan	Artırma	Mayıs 2005	3	-	27	20
Romanya	Artırma	Kasım 2004	2	-	35	-
Çek Cmh.	Artırma	Aralık 2001	3	-	110	20
Hırvatistan	Artırma	Ekim 2004	3	-	25	20

Kaynak:Cullen Int, Candan M. ‘IMT-2000/UMTS Hizmet Ve Altyapılarına İlişkin Yetkilendirme Planına Esas Rapor’

<sup>1</sup> Commission of the European Communities, 11th Report, 2006, Brussels.

<sup>2</sup>Başlangıçta 6 işletmeci yetkilendirilmiş olmasına rağmen, 17 Aralık 2003’de Düzenleyici Kurum, Telefonica’nın 3N lisansının Mobilkom’a satışını onaylamıştır.

<sup>3</sup> 9 Haziran 2003 tarihinde, Telia Mobile Finland 3N Lisansı ile birlikte, Finnet Group’un sahibi olduğu Suomen 2G/DNA tarafından satın alınmıştır.

<sup>4</sup> Lisans süresi, başlangıçta 15 yıl iken, 2001 yılının Ekim ayında 20 yıla uzatılmıştır. Ayrıca İlk önce, Lisans başına bir defalık ücret 5 Milyar € iken 2001 Yılıının Ekim ayında bu rakam azaltılmış ve Lisans başına 619m € + yıllık cironun %1’i olarak belirlenmiştir.

<sup>5</sup> Başlangıçta 6 lisans verilmişken, 23 Aralık 2003 tarihinde Mobilcom 3N lisansını Düzenleyici <sup>6</sup> Bir Defalık İdari Ücret: 2.6m€, Bir Defalık Frekans Ücreti: A Tipi için 50.7m € ve B Tipi için 114.3m €, Yıllık Frekans Ücreti : 2.22m€.

<sup>7</sup> Lisans süresi başlangıçta 15 yıl olarak belirlenmişken, 2002’de 20 yıla uzatılmıştır. İşletmecilerden IPSE Haziran 2002’den sonra 3N faaliyetlerini durdurmuştur.

<sup>8</sup> Bir defalık ücret 130m€ ve Yıllık Ücretler 2001yılında lisans başına 210m € iken 2002 yılında lisans başına 35m€’a indirilmiş ve 2003 – 2007 yılları arasında yıllık ücretler %5 oranında her yıl artırılabilecektir. Lisans sahibinin istemesi halinde lisans süresi 10 yıl daha uzatılabilmektedir.

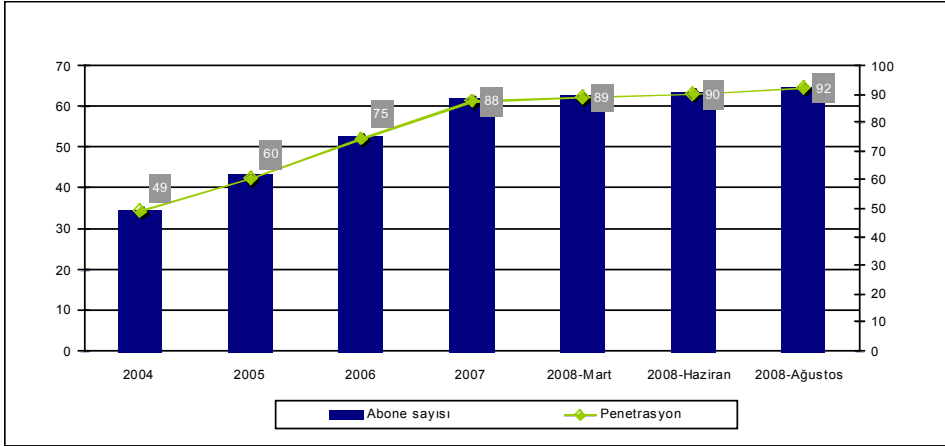
<sup>9</sup> Başlangıçta 4 lisans verilmesine rağmen ONI’nin kendi talebi üzerine 3N lisansı Ekonomi Bakanlığı tarafından 13 Ocak 2003’de iptal edilmiştir.

<sup>10</sup> 20 Aralık 2002 tarihinde Orange, lisans şartlarındaki ağırlıklardan ve pazar şartlarından dolayı İsveç 3N pazarından çekilme niyetinde olduğunu açıklamıştır. 26 Mayıs 2004 tarihinde Düzenleyici Kurum PTS, Orange’ın 3N lisansını Svenska UMTS-licens’a transferini engelleyen bir karar almıştır. Bu kararın gerekçesi rekabet temeline dayandırılmaktadır

## 4. Türkiye GSM Piyasası

### 4.1. Tarihsel Gelişim

Ülkemizde mobil telefon hizmetleri ilk olarak GSM 900 standardında Türk Telekom ile Turkcell ve Telsim arasında imzalanan gelir paylaşımı anlaşmaları kapsamında 1994 yılında başlamıştır. Müteakiben Ulaştırma Bakanlığı ile iki operatör 25 yıllık bir imtiyaz sözleşmesi imzalamış ve bu işletmecilere 27.04.1998 tarihinde GSM 900 lisansları verilmiştir. 27.10.2000 tarihinde Ulaştırma Bakanlığı ayrı bir ihaleye çıkmış ve İş-Tim/Aria ve Aycell operatörlerine GSM 1800 lisansları verilmiştir. Bu operatörler 2001 yılında hizmet vermeye başlamıştır. Söz konusu imtiyaz sözleşmeleri 2002 yılında Telekomünikasyon Kurumu ile operatörler arasında tekrar imzalanmıştır. İlgili piyasadaki diğer bir gelişme de Tasarruf Mevduatı Sigorta Fonu bünyesinde bulunan Telsim'in Vodafone şirketine 2005 yılında 4.5 milyar \$ karşılığında satışı olmuştur. Dünyadaki gelişme trendine paralel olarak 1994 yılında 80 bin olan abone sayısı 812 kat artarak Ağustos 2008 itibariyle 65 milyon seviyelerine ulaşmıştır (Şekil.1) Abone sayısındaki artış sonucunda, GSM penetrasyon oranı da 1996 da 1,1% den Ağustos 2008 itibariyle 92% oranına ulaşmıştır.



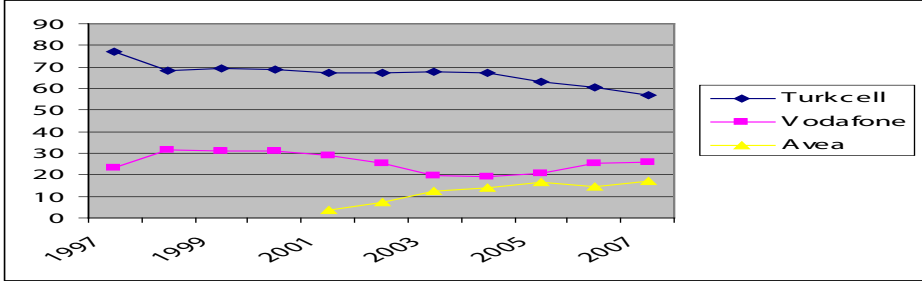
Şekil 1: GSM Abone Sayıları (Kaynak: TK, 2008)



## 4.2. Piyasa Analizi

Ülkemizde gerek Telekomünikasyon Kurumu gerekse Rekabet Kurumu tarafından yapılan piyasa analizlerinde mobil telekomünikasyon hizmetleri piyasası adında genel bir tanımlamaya gidilmiştir. Telekomünikasyon Kurumunun daha sonra yaptığı piyasa analizlerinde ise mobil çağrı başlatma ve çağrı sonlandırma piyasaları bazında bir ayrıma gittiği görülmektedir. Bu çalışma kapsamında da ilgili piyasadaki rekabet seviyesiyle ilgili genel bir değerlendirme yapmak adına, piyasa tanımı tüm mobil telekomünikasyon hizmetlerini kapsayacak şekilde yapılmıştır.

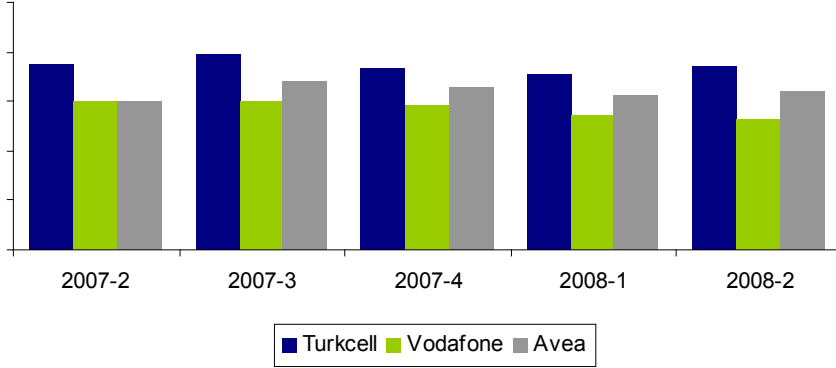
Piyasa analizlerinde ilgili piyasanın tanımından sonraki aşamada piyasa engellerinin değerlendirilmesiyle (lisans vb.) halihazırda faaliyet gösteren işletmecilerin pazar paylarının hesaplanması gelmektedir. Bu kapsamda işletmecilerin GSM Mobil Telekomünikasyon Hizmetleri Piyasasındaki yıllar itibarıyla sahip oldukları abone sayılarının kullanılması suretiyle piyasa paylarının belirlenmesinin önem taşıdığı görülmektedir.



**Şekil 2:** Mobile operator piyasa payları 1997-2007. (Kaynak: www.internethaber.com, www.hangioperatorcom, www.turkcell.com.tr, www.gedik.com.tr, operator's web sites)

Şekil 2 den görüldüğü gibi 2001 yılında diğer operatörün piyasaya girişine kadar, iki aktörlü yapıda Turkcell'in piyasa payı yaklaşık %70 ler seviyesinde gerçekleşmiştir. Burnham'a göre Türkiye'deki mobil telefon abone sayısındaki artışın temel sürükleyicisi Turkcell olmuştur. [19] Piyasaya sonradan giren Avea'nın piyasa payında bir artışla birlikte 2003 yılından sonra Turkcell'in payında az da olsa bir düşüş trendi gözlenmektedir. Diğer taraftan Telsim şebekesini alarak Vodafone ismiyle hizmet vermeye başlayan işletmecinin, daha önceden kaybedilen piyasa payı seviyelerine ulaştığı müşahede edilmektedir.

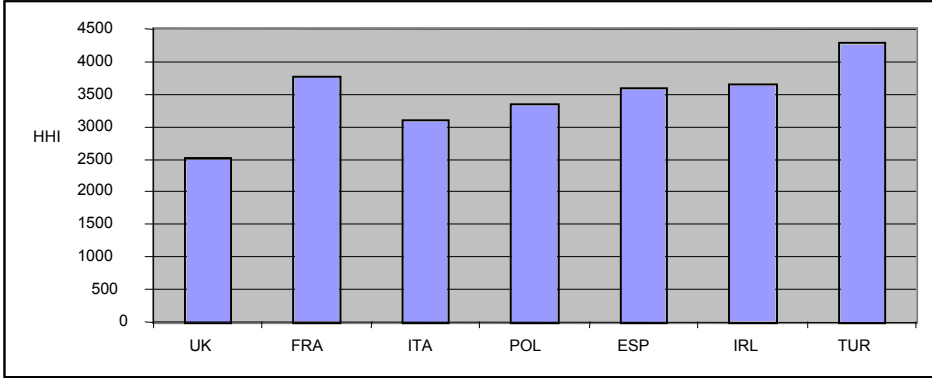
Piyasa payları dışında işletmecilerin abone başına elde ettikleri gelirden (ARPU) abone kitlesinin niteliğini göstermesi açısından kullanılmaktadır.



**Şekil:3.** ARPU Seviyeleri (Kaynak: Müberra Güngör tarafından yapılan CEBIT sunumu)

ARPU seviyesinde de Turkcell'in diğer işletmecilere göre önde olması, bu operatörün piyasa payı liderliğinin yanı sıra daha fazla harcama yapan abone kitlesine de sahip olduğunun göstergesi olarak kabul edilebilecektir.

Yukarıda kullanılan piyasa payları ve abone başı gelir miktarları ölçütlerinin Turkcell'in piyasada hakim konumda olduğunun kabulü açısından yeterli olduğu değerlendirilmektedir. Türkiye'de söz konusu operatörün %80 lerden başlayan piyasa payının %60 ların altına inmesi, bir ölçekte rekabetin geliştiğine işaret etmekteyse de, piyasa paylarının bir karine olarak kullanılabilmesi rekabet seviyesi açısından diğer AB üyesi ülkelere göre alınacak çok yol olduğunu göstermektedir. Örneğin Herfindahl-Hirschman İndeks (HHI)'ine göre Türkiye GSM piyasası en fazla piyasa yoğunluğunun olduğu pazar görünümünde bulunmaktadır.



**Şekil 4:** Herfindahl-Herschman İndeks Karşılaştırması (Kaynak: The Int. Communications Market, OFCOM 2007, www.internethaber.com, operator web siteleri)

### 4.3. Rekabet Seviyesini Etkileyen Hususlar

İlgili piyasada pazar payları arasındaki dengesizliğin çeşitli nedenleri bulunmakla birlikte, bunların başında lisanslama tarihlerindeki farklılıklar ve ulusal dolaşımın sağlanamamış olması gelmektedir.

#### 4.3.1. Piyasaya İlk Giriş Avantajı (Lisanslama)

Yukarıdaki bölümde belirtildiği gibi ilk GSM lisansları Turkcell ve Telsim operatörlerine verilmiş bunlardan Telsim'in abone kaydı bir süreliğine durdurulmuş ve bu da piyasaya ilk giren avantajını büyük ölçüde Turkcell'e bırakmıştır. Bu kapsamda Atiyas ve Doğan asimetrik piyasa yapısının en önemli nedenlerinden birinin piyasaya ilk giriş avantajı olduğunu vurgulamaktadır [20]. Bu noktada şebeke dışsallığı önemli bir rol oynamış ve Turkcell'in giderek artan oranda abone elde etmesi sonucunu getirmiştir. Aynı etki AB seviyesinde de gözlenmekte olup, Bijwaard, Janssen ve Maasland tarafından yapılan bir çalışmada da mobil telekomünikasyon piyasalarına ilk giren işletmecilerin özellikle piyasanın ilk oluşma safhalarında önemli ölçüde ilk giren avantajından yararlandığı ortaya konulmuştur. Piyasa gelişirken abone olarak kazanılan müşteri kitlesi daha sonra özellikle işletmeci değişikliğinin getireceği maliyet (switching cost) nedeniyle aynı işletmeciden hizmet almaya devam etmektedir. [21]

#### 4.3.2. Roaming (Ulusal Dolaşım)

Bir işletmeciye ait hizmetlerin, teknik uyumluluk şartları saklı kalmak üze-

re, diğ er bir işletmecinin m Ő Ő terilerine ait ekipmanlar Ő zerinden çalışmasına veya bir diğ er sisteme arabağlantısına imkan sağlayan sistemlerarası dolaşım olarak tanımlanan Ulusal dolaşım (roaming) pazara yeni giren işletmecilerin, n Ő fusun tamamına yakınına kapsamış işletmecilerin bulunduğ u bir ortamda faaliyetlerini s Ő rd Ő rebilmesi ve s Ő z konusu işletmecilerle rekabet edebilmesi bakımından faydaları genel kabul g Ő rm Ő ř bir uygulama olup işletmecilerin, n Ő fusun seyrek olduğ u b Ő lgeler başta olmak Ő zere Ő lke genelinde altyapı yatırımlarını tamamlayınca ya kadar Ő lke b Ő t Ő n Ő ne hizmet verebilir duruma gelmelerini sağlamak bakımından b Ő y Ő k Ő nem arz etmektedir.

Ő lkemiz boyutunda Ulusal dolaşım konusu, ilk kez İş-Tim A.ř. 'nin 2001 yılında Telsim A.ř. ve Turkcell A.ř. ile aralarında ulusal dolaşım anlaşması yapılmasına y Ő nelik olarak devam etmekte olan s Ő zleşme g Ő r Ő Ő melerinin ilgili işletmecilerin olumsuz tutumu nedeniyle yavaş y Ő r Ő d Ő ğ un Ő belirtmesi ve ulusal roaming anlaşmasının yapılmasını teminen, Telekom Ő nikasyon Kurumu (TK) tarafından gerekli m Ő dahalede bulunulması ve tarafların bir araya getirilerek konunun c Ő z Ő me kavuşturulmasını talep etmesi ile g Ő ndeme gelmiştir. Tarafların anlaşamaması Ő z erine TK tarafından “*GSM 900 ve GSM 1800 İşletmecileri Arasında Makul, Ekonomik Açıdan Oranlı ve Teknik Açıdan İmkan Dahilindeki Bir Ulusal Dolaşım Anlaşması İçin Telekom Ő nikasyon Kurumu Tarafından Belirlenen H Ő k Ő m ve şartlar*” taraflara iletilmiş ancak gerek Turkcell gerekse Telsim, Kurum tarafından belirlenen “H Ő k Ő m ve şartlar” dahilinde bir ulusal dolaşım anlaşmasını imzalamayı reddetmiş ve Karar aleyhine sırasıyla Ankara 4 Ő nc Ő ve 5 inci Asliye Hukuk Mahkemelerine başvurarak 12 Kasım 2001 ve 25 Kasım 2001 tarihlerinde ihtiyatı tedbir kararı ald ı rtm ı şlardır. Hukuki s Ő re 2002 yılında da devam etmiş ve TK tarafından yapılan d Ő zenlemelere gerek Turkcell ve gerekse Telsim uluslararası tahkim de dahil olmak itiraz yolunu seçmiştir [22]. S Ő re sonunda ulusal dolaşım anlaşması gerçekleşmemiş ve s Ő z konusu iki işletmecinin d Ő zenlemeyi geciktirme taktikleri başarılı olmuştur. Ő lkemiz Ő rneğ inden anlaşılacağ u Ő zere piyasayı oluşturan ve işletmecilerin temel hak ve y Ő k Ő ml Ő l Ő klerini g Ő ster en lisans s Ő zleşmeleri bu açıdan b Ő y Ő k Ő nem taşımaktadır. İşletmeciler lisans s Ő zlemlerindeki aığ u kullanarak daha sonra hem Ő nc Ő l (*ex-ante*) hem ard ı l (*ex-post*) d Ő zenlemelerin uygulamasını engelleyerek, piyasaya yeni giren işletmecilerin pazar payı oluşturma faaliyetlerini zorlaştırm ı şlardır.

#### **4.3.3. Numara Taşınabilirliğ i**

Abonelerin numara değ işikliğ i zorunluluğ u olmadan işletmecilerini, adreslerini veya aldıkları hizmetin t Ő r Ő n Ő değ iştirmeleri olarak tanımlanabilecek

Numara Taşınabilirliği hususundaki çalışmalara TK tarafından 2007 yılında başlanmıştır. Bu kapsamda Numara Taşınabilirliği Yönetmeliği Şubat 2007 de yürürlüğe girmiş bulunmaktadır. Söz konusu Yönetmeliğin yürürlüğe girmesini müteakip, taşınan numaralara ilişkin bilgileri tutacak ve numara taşıma sürecinde etkin rol oynayacak Merkezi Referans Veri Tabanı (MRVT) sistemi kurulmuştur. Bu Yönetmeliğin de yürütmesinin durdurulması ve iptali talebiyle Turkcell tarafından yargıya gidilmiş olup, işletmecinin bu talebi Danıştay tarafından reddedilmiştir (02.11.2007 tarih ve E.2007/4817 sayılı Karar) [23]

Yönetmelik uyarınca 9 Kasım 2008 tarihinde yürürlüğe girecek uygulamanın ilgili piyasada işletmeci değiştirme maliyetlerini azaltacağı ve işletmecilerin de tarife vb. hususlarda, abonelerini tutmak adına, daha fazla baskı altına gireceği değerlendirilmektedir. Nitekim daha önce süreci engellemeye çalışan lider operatörde daha sonra çeşitli reklam kampanyalarıyla bu uygulamadan azami fayda elde etmek için çalışmalara başlamıştır. Bu noktada belirtilmesinde fayda görülen husus, numara taşınabilirliği uygulamasının işletmeciler üzerinde aboneyi kaybetmemek için bir baskı yaratacağı olgusudur.

Türkiyedeki tüketici profili diğer ülkelere göre farklılık arz etmektedir. Ülkemiz tüketicilerinin yeni çıkan uygulamaları kullanma hevesi çok fazladır. Numara taşınabilirliği ilk başta tüketicilerin ilgisini çekecektir. Ancak tüketici eninde sonunda en avantajlı tarifeyi ve en kaliteli hizmeti veren işletmecide kalacaktır. Numara taşınabilirliğinin rekabete olumlu katkısının olacağı düşünülmekle birlikte tüm dengeleri değiştirmesi beklenmemektedir. Rekabette avantajlı olmak için işletmecinin iyi hizmet sunması, bunu da iyi fiyatla sunması gerekmektedir. Bunun yanında işletmecinin müşteri hizmetleri, pazarlama stratejileri gibi hususlarda dikkatli olması ve tüketicilerin gözündeki algılamasını olumlu hale getirmesi önem arz etmektedir.

Sonuç olarak numara taşınabilirliği uygulamasından kullanıcıların ve bu süreci iyi değerlendiren işletmecilerin karlı çıkacağı söylenebilir.

#### **4.3.4. Sanal Mobil Telekomünikasyon İşletmeciliği (MVNO)**

Sanal mobil şebeke hizmeti, işletmeci tarafından, adına tahsis edilmiş frekans bandı olmadan, kendi markası ile mobil telekomünikasyon hizmeti sunmak üzere yetkilendirilen şebeke işletmecilerinin altyapıları üzerinden abonelere mobil telefon ve katma değerli telekomünikasyon hizmetleri sunulmasına olan veren bir mobil telekomünikasyon hizmetidir. Ülkemizde bu hizmetin verilebilmesine

ilişkin ilk çalışmalar TK tarafından 2007 yılında başlatılmıştır [23]. Dönem içerisinde hizmetin yetkilendirilmesine yönelik taslak yönetmelik eki hazırlanmış olup, mobil pazarda hizmet vermek üzere yetkilendirilen tüm işletmecilerin tabi oldukları mali yükümlülükler arasındaki farklılıkların kaldırılmasına yönelik tedbirlerin alınmasından sonra söz konusu işletmecilerin yetkilendirilmesine ilişkin çalışmaların tamamlanması planlanmaktadır.

Sanal mobil şebeke hizmetinin mobil haberleşme pazarında hizmet çeşitliliğini artırmak suretiyle hizmete dayalı rekabetin gelişimi açısından pazara önemli katkıları olacağı değerlendirilmektedir. [24]

## **5. Türkiye’de III. Nesil Hizmetlere İlişkin Politikalar**

### **5.1. Mevcut Durum**

Dünyadaki gelişmeler doğrultusunda, ‘IMT-2000/UMTS Hizmetleri ve Altyapıları’ hazırlık çalışması Telekomünikasyon Kurumu’nun 2006 yılı İş Planına girmiştir. Çalışma kapsamında lisanslama metodolojisi (yöntemi) kamu kuruluşları, ilgili operatörler, özel sektör işletmecileri ve Kurum içi danışmanların görüşleri alarak belirlenmiştir. Söz konusu Yetkilendirme Planı 16.02.2007 tarih ve 26436 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Bu kapsamda yapılan ihalede yalnızca Turkcell tarafından 7.09.2007 de bir teklif (320 mil.€) yapılmıştır. Ancak ihale Telekomünikasyon Kurulu’nun 18.09.2007 tarihli Kararıyla ihalede rekabet şartlarının oluşmaması gerekçesiyle iptal edilmiştir. Söz konusu Kararda ihaleye tek bir isteklinin katılımı nedeniyle rekabet ve yarışma koşullarının oluşmadığı ifade edilerek, bir işletmecinin yetkilendirilmesi halinde mevcut durumda sektörde etkin ve verimli bir rekabet ortamının temini ve muhafazasının mümkün olamayacağı vurgusu yapılmaktadır. Ayrıca, Kararda, bu hizmetle ilgili olarak bundan sonra çıkılacak ihaleye yine sadece bir isteklinin katılması ve diğer işletmecilerin ihaleye katılmamak suretiyle bu hizmetin ülkemizde verilememesi ihtimali de göz önüne alınarak, bunların önüne geçilebilmesi için, yetkilendirme usulü ve şartları da dahil olmak üzere alınabilecek tedbirler ile bu şekilde muhtemel rekabet aksaklıklarına meydan verilmemesi amacıyla yapılması gerekenlerin belirlenmesi konusunda gerekli çalışma yapılmasına da karar verildiği belirtilmektedir. [25]

Avea ve Vodafone tarafından yapılan açıklamalarda ihaleye katılmama gerekçeleri olarak numara taşınabilirliği konusundaki düzenlemenin henüz hayata geçirilmemiş olması gösterilmiştir. Örneğin Avea’nın basın açıklamasında 3N

ihalesinin iptal kararının, başta tüketicilere seçme hakkı tanıyacak mobil numara taşınabilirliği olmak üzere, sektörde gerçek rekabet ortamını oluşturacak uygulamaların hayata geçirilmesini sağlayacağı ifade edilmektedir. [26]

Müteakiben hazırlanan yeni ihaleye ilişkin Yetkilendirme Planı 18.09.2008 tarih ve 27001 sayılı Resmi Gazete’de yayımlanarak yürürlüğe girmiştir. Konuyla ilgili ihale süreci ise TK tarafından 14.10.2008’de yapılan ihale ilanı ile başlamış bulunmaktadır. [27]

## **5.2. Yetkilendirme Planı Politika Analiz ve Değerlendirmesi**

Yetkilendirme planında yetkilendirmenin tanımı, kapsamı, operatör sayısı, yetkilendirme süresi, yetkilendirme yöntemi, olası yetkilendirme tarihi, ulusal dolaşım, tesis paylaşımı ve kapsama alanı hususlarına yer verilmiştir. [28]

AB boyutundaki uygulamaya bakıldığında üye ülkeler tarafından verilen 3N lisans sayısının 3 ile 6 arasında değiştiği görülmektedir. Ayrıca bazı ülkelerde yerleşik GSM işletmecileri yanında piyasaya yeni girmek isteyen işletmeci/lere de ayrı lisans alma hakkı verilmektedir. Söz konusu planda da yetkilendirilmesi planlanan işletmeci sayısı dört olarak belirlenmiştir. Ancak burada piyasaya yeni girecek ve yerleşik işletmeciler arasında bir ayrıma gidilmediği görülmektedir. Buradan zimni olarak üç yerleşik işletmeciye- talepleri olursa- lisans verileceği ve yeni bir işletmecinin piyasaya girebileceği anlaşılmaktadır.

Yetkilendirme yöntemi olarak ta şeffaflık, yoruma açık olmayan öznellikten uzak kriterleri barındırması ve fiyatın serbest piyasa koşullarında belirlenmesinin getirdiği iktisadi etkinlik gibi olumlu özellikleri nedeniyle daha verimli bir yöntem olan artırma yöntemi seçilmiş bulunmaktadır. Lisansların asgari değerleri ise KDV hariç olmak üzere A tipi (40 MHz) için 285 milyon euro, B tipi (35 MHz) için 250 milyon euro, C tipi (30 MHz) için 214 milyon euro ve D tipi (25 MHz) için 178 milyon euro olarak belirlenmiştir. Bu noktada rekabet politikası açısından ifade edilebilecek husus İngiltere’de yapılan ihalede gerçekleştirilen ve en fazla bantgenişliğinin piyasaya yeni girecek işletmeciye verilmesi gibi bir tercihe ise, yetkilendirme planında yer verilmemesidir. Diğer bir deyişle, tüm lisanslar artırma usulüyle, en fazla ödeyen işletmeciye verilecek ve bunda da sıralama en fazla bantgenişliği (A tipi, 40 mhz) sağlayan lisans tipinden başlayacaktır.

Bilindiği gibi özellikle AB üyesi ülkelerde ödenen yüksek lisans ücretleri operatörlerin finansal yapılarını bozmuş bu da söz konusu ülkelerde altyapı yatırımlarının istenen seviyelerde gerçekleşmemesi sonucunu getirmiştir. Konuya

bu açıdan bakıldığında lisans bedellerinin göreceli olarak düşük belirlenmesinin, uzun vadede şebeke yatırımlarının yapılması açısından faydalı olacağı mütalaa edilmektedir.

Lisanslama süresi konusunda ise AB üyesi ülkeleri ortalamasında olduğu gibi 20 yıllık bir süre tespit edilmiş olup, bu sürenin yatırımların geri dönüşü açısından yeterli olacağı düşünülmektedir. Ancak ülkemizde daha önce mobil telekomünikasyon şebekelerin kurulması ve işletilmesi için yapılan yetkilendirmelere bakıldığında, lisans sürelerinin 25 yıl olarak belirlendiği görülmektedir. Bu sürenin beş yıl azaltılmasının lisans değerini düşürmede rol oynadığı ve kamu otoritesinin yeni teknolojilerin gelişimini göz önüne alarak böyle bir süre belirlediği değerlendirilmektedir.

Yetkilendirme Planında diğer bir konuda kapsama alanı yükümlülükleriyle ilgilidir. Rekabet politikasının yanı sıra telekomünikasyon hizmetinin kamu hizmeti olma özelliği nedeniyle, TK'nın bu konuya özel önem verdiği müşahade edilmektedir. Nitekim Kurum Başkanı Sn. Acarer'de yaptığı açıklamalarda bu konuya özellikle değinmektedir. Örneğin 3N lisanslarına ilişkin bir röportajda Sn.Acarer tarafından kapsama alanı konusunda asıl sorunun nüfusun 500'ün altında olduğu yerler olduğu, buralarda yapılacak yatırımların kazançlı olmayabileceği ancak tüm işletmecilerin ülkeye karşı sorumlulukları olduğu vurgulanmaktadır [29]. Bu paralelde planda kapsama alanı konusu detaylı olarak ele alınmış ve ayrıca TK'nın talebi üzerine yılda iki yerleşim yerinin öncelikli olarak kapsama alanı içine alınacağı da hükme bağlanmıştır.

Ülkemiz GSM piyasası örneğinde ele alındığı üzere, ulusal dolaşım- piyasa oluşmadan önce- çözülmesi gereken bir husus olarak karşımıza çıkmaktadır. İlgili piyasada en önemli rekabet politikası araçlarından olan ulusal dolaşımın incelenen ülkelerde yeni gelen işletmecilerin belirli bir kapsama alanına ulaştıktan sonra 3N lisansına sahip mevcut 2N işletmecileri ile 3N-2N dolaşımının düzenleyici kurumlar tarafından genellikle zorunlu tutulduğu ve 3N-3N dolaşımı konusunun genellikle ticari müzakereler çerçevesinde yapılmasına izin verildiği görülmektedir. 3N-3N dolaşımında ise daha serbest bir yaklaşım benimsenmektedir. Ülkemiz kapsamında da faaliyet gösteren 2N işletmecilerinin 3N lisansı alması durumunda, bu işletmecilerin lisans şartlarına dolaşım yükümlülüğü getirilmektedir. Burada piyasaya yeni girecek işletmecinin belirli bir kapsama alanına ulaşması zorunluluğu getirilmemiş olup, bu uygulamanın rekabet politikası açısından etkinliği artıracığı değerlendirilmektedir. Diğer bir deyişle, eğer piyasaya yeni giriş yapan işletmeci olursa, pazar payı oluşturma sürecinin en kritik



başlangıç safhasında ulusal dolaşımdan faydalanarak tüm ülke çapında hizmet verebilecektir.

Yetkilendirme planının izleyen bölümlerinde altyapı kullanımı, telekomünikasyon altyapısının ve tesislerin paylaşımı gibi konular yer almaktadır. Yine diğer ülke uygulamalarına bakıldığında 3N işletmecilerine, genellikle yüksek lisans bedeli sebebiyle ya da herhangi bir sebeple pazarda olmayan ancak bu sektöre girmek isteyen Sanal Mobil Şebeke Hizmeti sunan işletmecilere şebekelerini açmaları yönünde zorlayıcı düzenlemeler olduğu görülmektedir. Alternatif hizmet sunucusu olarak tüketici tercihlerini artırıcı bir rol oynayacak bu tip işletmecilerin düzenlemeler kapsamında teşvik edilmesi önem taşımaktadır [30]. Bu çerçevede yetkilendirme planında bulunan ve altyapı taleplerinin karşılanmasını zorunlu tutan hükümlerin, rekabet politikası açısından faydalı olacağı düşünülmektedir.

Benzer şekilde, Bilgi Toplumu Stratejisi Eylem Planında (2006–2010) yer alan ‘kıt kaynakların etkin kullanımını sağlamak ve altyapı yatırım maliyetlerini azaltmak üzere, yeni nesil telekomünikasyon hizmetlerine ilişkin yetkilendirmeler, altyapı paylaşımını teşvik edecek şekilde düzenlenecektir’ ifadesi çerçevesinde planda altyapı ve tesis paylaşımı konusu da düzenlenmektedir [31]. Bu hususların yetkilendirme planı temelinde öncül düzenleme kapsamında ele alınması telekomünikasyon sektöründe piyasaya yeni girecek işletmecilerin pazara girişinin kolaylaştırılması, kaynakların etkin kullanımının sağlanması, yatırım ve hizmet maliyetlerinin en aza indirilmesi, rekabet ortamının teşvik edilmesi yanı sıra çevrenin korunması, kamu sağlığı ve güvenliğine yönelik tehlikelerin azaltılması açısından da katkı sağlayacaktır.

Diğer taraftan, özellikle ülkemiz GSM sektörünün ithal ağırlıklı altyapıya ihtiyaç duyması ve diğer ülkelerdeki yetersiz altyapı yatırımları gibi değerlendirmeler de bu plan kapsamında ele alınmıştır. Ülkemizin telekomünikasyon sektörü incelendiğinde, imalat ve ihracatın yok denecek kadar az olduğu, bununla birlikte, telekomünikasyon alanında Ülkemizde bir çok işletmeci faaliyet göstermesine rağmen, bu işletmecilerin hizmet sunumunda kullandıkları ürünler açısından ihtiyaçların tamamına yakınının ithalat yoluyla karşılanmaya çalışıldığı bilinmektedir [30]. Bu paralelde 3N mobil telekomünikasyon hizmetlerinin sunumuna yönelik yapılacak yetkilendirmelerde, yerli üretim, fikri mülkiyet haklarının ve Ar-Ge faaliyetlerinin desteklenmesinin elzem olduğu ve telekomünikasyon sektöründeki üretim ve ihracat bakımından gelişme sağlanmasının ülkenin geleceği açısından büyük önem taşıdığı değerlendirilmektedir. Bu nedenle söz konusu

yetkilendirmelerde yerli şirketlerin katılımına destek sağlanmasının veya yerli katkının artmasını teşvik edecek düzenlemeler yapılmasının önem arz ettiği düşünülmektedir. Bu çerçevede ülkemizdeki araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin (R&D) artırılması açısından, 3. nesil operatörlerinin altyapı teçhizatlarının en az 40% ını ilk yıl 200, ikinci yıl 300 ve üçüncü yıl 500 R&D mühendisi çalıştıran yurtiçi ekipman sağlayıcılardan ve 10% luk kısmının ise küçük ve orta ölçekli (SME) işletmelerden alınması şartı getirilmiştir. Söz konusu araştırma ve geliştirme sürecinin başlatılmasının iktisadi faydalarının yanı sıra ülkemiz açısından yeni nesil teknolojilere ilişkin bilgi birikimi ve tecrübenin artması sonucunu getirerek, 4N gibi yeni teknolojilere adaptasyon sürecini kolaylaştıracağı da düşünülmektedir.

## 6. Sonuç

Kamu yararının korunması açısından bir kıt kaynak niteliği taşıyan radyo spektrumunun etkin bir şekilde yönetimi önem taşımaktadır. Söz konusu spektrum frekansları tarihsel olarak ihale, çekiliş ve güzellik yarışması gibi yöntemlerle tahsis edilmektedir. Her bir yöntemin hız, şeffaflık, objektif olma kriterleri açısından avantaj ve dezavantajları bulunmaktadır. Özellikle mobil teknolojilerin ve buradan sunulan hizmetlerin çoğalması ve gelişmesiyle birlikte spektruma olan talepte artmaktadır. Günümüzde ihale yöntemi, ekonomik ve teknik etkinliği artırdığı için, spektrum tahsisinde en fazla kullanılan yöntem olarak karşımıza çıkmaktadır. Ancak bu nokta da düzenleyici kurumlar tarafından olası piyasa aksaklıklarının en aza indirilmesi açısından ihale dizaynı, zamanlama gibi hususlara önem verilmeli ve ikincil piyasalarda da spektrum ticaretine -tahsis etkinsizliğinin en aza indirilmesi adına- izin verilmelidir. Spektrum ihaleleri özellikle 2000 yılından itibaren üçüncü nesil mobil sistemlerin lisanslamasında dünya genelinde birçok ülkede yaygın olarak kullanılmıştır. Türkiye’de üçüncü nesil mobil telekom hizmetleri için 2007 yılında bir ihale yapılmış fakat rekabet koşullarının oluşmaması yüzünden bu ihale iptal edilmiştir. Yeni Yetkilendirme Planı ise Eylül 2008’de yürürlüğe girmiş olup, ihale süreci ise tekrar başlamıştır. Söz konusu ihalede belirlenen asgari ücretlerin seviyesinin gelecekte şebekeye yapılacak yatırımları yavaşlatmayacak şekilde düşük olarak belirlenmiş olmasının olumlu bir husus olduğu görülmektedir. Ayrıca yapılacak olan ihalede kanımızca vurgulanması gereken hususlar arasında ise özellikle ülkemiz araştırma ve geliştirme yeteneklerinin artırılmasına verilecek önem gelmektedir.

Ülkemiz GSM piyasasında görüldüğü gibi, lisanslama kapsamında açık olarak belirtilmeyen hususlar daha sonra işletmeciler tarafından kullanılmakta

ve rekabet politikası araçları etkin bir şekilde kullanılamamaktadır. Bu çerçevede özellikle ulusal dolaşım ve tesis, altyapı paylaşımı gibi hususlarla yerleşik işletmecilerin yükümlülüklerinin yetkilendirme planında detaylı şekilde belirtilmesinin etkinliği artırıcı olduğu müşahede edilmektedir.

Yetkilendirme planında yer alan hususların yanı sıra ülkemiz GSM hizmetleri piyasasında rekabet seviyesinin artırılması açısından rekabet politikası kapsamında yeni düzenlemelerin daha fazla vakit kaybetmeden hayata geçirilmesi büyük önem arz etmektedir. Bu kapsamda kısa vadede numara taşınabilirliği ve sanal mobil operatörlerle ilgili uygulamanın başlamasının fayda sağlayacağı düşünülmektedir. Kanımızca bu uygulamaların bir an önce başlatılarak, gerek öncül ve gerekse ardıl düzenlemeler kapsamında teşvik edilmesi ilgili piyasadaki rekabeti bir ölçüde artıracak ve ancak bu şekilde 3N hizmetlerin verilmesinde yaşanan gecikmenin maliyeti karşılanabilecektir.

## Kaynaklar

- [1] Weisman, C., 2002, Mobile Telephony: What Makes it Mobile? <<http://www.informit.com/articles/article.asp?p=26445>>
- [2] Tu. J., Wang. J., Yang. N., Cao. M., 2006, 3G&4G Business Report, Analysis of Evolving Mobile Technology, Telesmart Consultant Company
- [3] Intven, H.. et al, 2000 “Module 2: Licensing Telecommunications Services” in Intven H. and Tetrault M. Telecommunications Regulation Handbook World Bank, Washington
- [4] Hatfield, D. N., 2005, Introduction to Spectrum Management Reform, ITU/BDT Regulatory Reform Unit G-Rex Virtual Conference
- [5] McMillan, J, 1995, Why auction the spectrum?, Telecommunications Policy, vol:19, no:3, pp.191-199
- [6] Cave, M., 2002, Review of Radio Spectrum Management, Department of Trade and Industry and HM Treasury
- [7] ITU, 2007, 3G Licencing in Various Economies, [http://www.itu.int/ITU-D/imt-2000/MiscDocuments/new\\_licensing.pdf](http://www.itu.int/ITU-D/imt-2000/MiscDocuments/new_licensing.pdf)
- [8] Ozanich, G.W., Hsu, C.W., Park, H. W., 2004, 3-G wireless auctions as an economic barrier to entry: the western European experience, Telematics and Informatics, vol:21, pp225-234
- [9] Informa, 2007, Mobile Market Status 2007, Informa Telecoms and Media
- [10] OFCOM, 2007, The UK approach to spectrum pricing and auctions, <http://www.ofcom.org.uk/static/archive/ra/topics/spectrum-price/documents/idee.htm>
- [11] Cramton, P. 2002, Spectrum Auctions, in Handbook of Telecommunications Economics, Martin Cave, Sumit Majumdar, and Ingo Vogelsang, eds., Amsterdam: Elsevier Science B.V., Chapter 14, 605-639, <http://www.cramton.umd.edu/papers20002004/01hte-spectrum-auctions.pdf>
- [12] EC, 2002, Directive 2002/21/EC of The European Parliament and of The Council of 7 March 2002 on a common regulatory framework for electronic communications networks and services (Framework Directive) Brussels, Belgium.
- [13] 3N Stratejilerine İlişkin Sunum, Sektörel Araştırma ve Stratejiler Dairesi Başkanlığı, Telekomünikasyon Kurumu, Aralık 2005
- [14] UK mobile phone auction nets billions, BBC News, <http://news.bbc.co.uk/2/hi/business/727831.stm> ziyaret tarihi 10.09.2008)
- [15] OECD reviews of regulatory reform in UK, OECD, 2002

- [16] European Wireless and Mobile Communications Country and Operator Profiles, 2004, IDC report, p 84-85
- [17] Cullen International SA-b,2008
- [18] OECD reviews of regulatory reform in Germany, 2004, OECD
- [19] Burnham James B., 2007, Telecommunications policy in Turkey: Dismantling barriers to growth, Telecommunications Policy 31
- [20] Atiyas I., Doğan P., 2007, When good intentions are not enough: sequential entry and competition in the Turkish mobile industry, Telecommunications Policy 31
- [21] Bijwaard G.E, Janssen C.W, Maasland E., Earley Mover Advantages,: An empirical analysis of European mobile phone markets, Telecommunications Policy 32, 2008.
- [22] Telekomünikasyon Kurumu, Roaming Düzenlemeleri.
- [23] Telekomünikasyon Kurumu, 2007 yılı Faaliyet Raporu.
- [24] Telekomünikasyon Kurumu 2008 yılı İş Planı-4.1
- [25] Telekomünikasyon Kurumu web sayfası ([www.tk.gov.tr/Basin\\_Duyurular/Bulten/2007/imt19092007.pdf](http://www.tk.gov.tr/Basin_Duyurular/Bulten/2007/imt19092007.pdf))
- [26] 3N İhalesi İptal Edildi, <http://www.telepati.com.tr/izbirakanlar/3N145.htm>
- [27] Telekomünikasyon Kurumu web sayfası, İhale İlanı, [www.tk.gov.tr](http://www.tk.gov.tr)
- [28] Telekomünikasyon Kurumu web sayfası, [http://www.tk.gov.tr/Kurum\\_Hakinda/Tarihce.htm](http://www.tk.gov.tr/Kurum_Hakinda/Tarihce.htm)
- [29] 3N İhalesi Yetkilendirme Planı ve Asgari Lisans Bedelleri, Telekom Dünyası, Eylül 2008
- [30] Candan M., Aralık 2006, IMT-2000/UMTS Hizmet Ve Altyapılarına İlişkin Yetkilendirme Planına Esas Rapor, Yayınlanmamış Rapor
- [31] Bilgi Toplumu Stratejisi Eylem Planı (2006–2010) [www.bilgitoplumu.gov.tr/btstrateji/Eylem\\_Planı.pdf](http://www.bilgitoplumu.gov.tr/btstrateji/Eylem_Planı.pdf)

## SORU VE CEVAPLAR

---

**Oturum Başkanı-** Efendim, bu güzel sunumu için Müberra Hanıma teşekkür ediyoruz. Şimdi, bu tebliğin tartışmasına geçiyoruz. Soru sormak, kısa yorumlar yapmak isteyenler lütfen işaret buyursunlar.

**Bir Katılımcı-** Müberra Hanım, öncelikle sunum için çok teşekkür. Çok faydalı bir sunumdu. Bu söylediğiniz ihale tecrübelerine, Türkiye’de planlanan ihaleye dikkat ettim. Bu ihale tecrübelerinden benim dikkatimi en fazla, İngiltere’deki, yeni giren teşebbüse en fazla bant genişliğini vermek örneği çaktı. Dediniz ki, “bir yerleşik operatör için 3G lisansının değeriyle, yeni girecek bir teşebbüs için 3G lisansının değeri farklıdır.” Bir iktisadi değerlendirme yaparsak, artan rekabeti bir artı olarak değerlendirirsek, bir 3G lisansını yeni birinin alması, mevcut operatörün almasından sosyal açıdan daha faydalıdır. Bu, iktisatta “dışsallık” dediğimiz olayın vücut bulmuş hâli. Böyle durumlarda İngiltere’nin uyguladığı politikayı ben dışsallığı yönetme olarak değerlendiriyorum. Bu dışsallık da sosyal açıdan iyi olanı teşvik ediyor? Nasıl ediyor? Bir anlamda, yeni gireni ödüllendirerek. Türkiye’de bu tarz bir uygulama yapılması düşünülüyor mu, en azından bu tarz bir düşünce var mı? Teşekkür ederim.

**Müberra GÜNGÖR-** Rica ederim. Makalemizde de belirttik; İngiltere’deki olay, rekabetin geliştirilmesi açısından bizim kanımızca da hakikaten daha uygun bir gelişme. Türkiye’de bu, düşünüldüyse de kabul edilmedi. Frekanslara baktığımız zaman, daha fazla bant genişliğinin ilk fiyatı daha yüksek. Bu, İngiltere’deki uygulama Türkiye’de yapılmayacak demektir. Ben de katılıyorum; sosyal çıkarlar açısından, rekabeti korumak açısından, geliştirmek açısından İngiltere’deki yaklaşım bence olumlu ama, Türkiye’de bu dikkate alınmadı ya da alındıysa da uygulanmadı.

**Oturum Başkanı-** Veya cesaret edilemedi.

**Müberra GÜNGÖR-** O da olabilir.

**Oturum Başkanı-** Başka efendim...Buyurun.

**Bir Katılımcı-** Ben bu konuya çok hâkim olmadığım için soruma vereceğiniz cevapta beni aşağılamayacağınızı umuyorum.

**Müberra GÜNGÖR-** Estağfurullah.

**Bir Katılımcı** (Devamla)- Anladığım kadarıyla sadece 3N hizmeti veremeyi öngören bir operatöre diğer N sahiplerinin, diğer N'lere ilişkin altyapılarını kullandırma yükümlülüğü getirileceğini söylediniz. Bunun ulusal "Roaming" yılını hikâyesine dönme ihtimali var mı? Teşekkürler.

**Müberra GÜNGÖR-** O, yılanın dönme hikâyesi olabilirdi de, Kurum o yüzden bunu mecburen yetkilendirme planına yazdı. O ilk ulusal dolaşımdaki sıkıntımız maalesef hiçbir yerde yazmıyordu, yani tam olarak yükümlülüğün yapılabileceği, bunun uygulanabileceği açıkça zikredilmemişti, sadece sözlü birtakım ifadeler vardı. Kurum yine de düzenlemesini yaptı ve onu da uygulamak için elinden geleni yaptı, ama sonuç olarak mahkemelerde tedbir kararı alındı. Zaten, 3G'de, yetkilendirme planında, imtiyaz sözleşmesinde bunun açıkça zikredilmesinin sebebi bu. Yani, o olmayacak artık, çünkü orada, "3G işletmecileri, mevcut 2G şebekelerini diğerleriyle kullanmak zorundadır, yükümlüdür" şeklinde açık ifade var. Artık o yükümlülüğe uymak zorunda. Yükümlülüğünü yerine getirmemesi demek zaten lisansının iptaline kadar gider. Onda artık güçlüyüz diyebiliriz.

**Bir Katılımcı** (Devamla)- Roaming'deki tahkim davaları sonuçlandı mı acaba?

**Müberra GÜNGÖR-** Geri aldılar. Biliyorsunuz, zaten birleşme oldu.

**Oturum Başkanı-** Efendim, başka soru...

Ben bir soru sormak istiyorum. Bir ar-ge koşulu öngörülmüş. Dikkatimi çekti; böyle bir Düzenleyici Kurumun çok detaylı ve oldukça farklılaşmış bir ar-ge koşulu getirdiğini görüyorum. Bana, "Allah aşkına bunu yap" deseler ben yapamazdım. O koşulları nasıl o şekilde biçimlendirdiniz, aslında böyle bir yaklaşım da doğru mu? Hele bu işi iyice detaylandırırsanız düzenleyici kuruluş, yönlendirici kuruluş hâline dönüşebiliyor. Kaldı ki siz artık "KOBİ'lerden bile alın" diyorsunuz. Biliyorsunuz, bu tür düzenlemeler bazen sıkıntıya yol açıyor ve çözdüğünden daha fazla problem de yaratabiliyor. Amaç olarak bu iyi bir şey de düzenleyici kurullar bu derece detaylı bir yönlendirmeye gitmeli mi diye doğrusu kafamda bir soru işareti oluştu.

**Müberra GÜNGÖR-** Sorduğunuz soru hakikaten çok tartışılmalı bir soru. Dediğim gibi, bir sürü işletmeciden, hatta bazı kamu kurumlarından da eleştiri almış bir hüküm bu. Biz de yaparken çok tartıştık; onlar ne yapıyorlar diye bütün ülkeleri araştırdık, bu, ticarete bir sınırlama getiriyor mu getiriyor mu, böyle

bir şey yapabilir miyiz diye uluslararası anlaşmaları göz önünde bulundurduk. Hakikaten çok fazla tartışıldı. Bir de şöyle bir ülke gerçeği var: Maalesef bu ülkede, 2G’de yaşadığımız bir deneyim var. Bakıyoruz, her tarafta, işletmecilerin kesinlikle paylaşma kültürleri yok. Herkesin, kendi altyapısını kurma ve birlikte kullanabileceği altyapıları kurdurma ve her şeyi de ithal etme şeyi var.

Belki haklısınız; biraz zorlama, belki uygulanması çok güç, belki eleştiriye çok açık, belki bilahare iptal edilecek bir hüküm. Hâlâ tartışılan bir hüküm olmakla birlikte, ben yine de, niyeti açısından güzel olduğunu düşünüyorum.

**Oturum Başkanı-** Evet.

**Müberra GÜNGÖR-** Düzenleyici Kurum olarak haklısınız. Diğer ülke düzenleyici kurumlarına bakarsanız, aslında ar-ge olayı bir hükümet politikasıdır. Düzenleyici kurumlar regülasyonla uğraşır, düzenlemeyle uğraşır, rekabeti geliştirmeyle uğraşır. “Ar-ge bunun neresinde” dersiniz, belki çok da oturmuyor. Şimdiki kanunumuzda aslında ar-ge’yle ilgili hükümler de var; bundan sonra artık Kurum belli bir gelirini de ar-ge’ye aktaracak.

Katılıyorum bir kısmına ama en azından düşünce tarzı olarak güzel olduğunu, sonuçlarına ulaşabilirse de ülkemiz menfaatine olacağını düşünüyorum. Bunu da birilerinin yapması lazım. Belki de en üst düzeyde yapılması gereken olayı, normalinde etkinliğini azaltarak düzenleyici kurum yapıyor; belki daha üst düzeyde yapılması lazımgelen bir şey. Yazdık; umarım olur diye düşünüyoruz.

**Oturum Başkanı-** Peki efendim. Bu tür şeylerin aslında rekabetle de çok bağdaştığı söylenemez.

**Müberra GÜNGÖR-** Doğru, haklısınız.

**Oturum Başkanı-** Orada siz, rekabetin vermesi gereken sonucu empoze ediyorsunuz. O bakımdan, bu tür konularda da belki şey yapmak lazım düzenleyici kuruluş çizgisini iyi dengelemek lazım diye düşünüyorum.

Efendim, galiba yorgunluk son hadde ulaştı. Çok detaylıydı, çok güzel bir şekilde ortaya koydunuz; insanları tatmin etti ki daha fazla soru sormuyorlar. “Yorgunluk” demeyelim.

**Müberra GÜNGÖR-** Demeyelim.

**Oturum Başkanı-** Evet, öyle demeyelim. Buyurun.



**Bir Katılımcı-** Sunuşunuz için teşekkür ederim. Bir şeyi merak ettim. Anladığım kadarıyla 4 tane lisans vermeyi planlıyorsunuz ve bunu ihale usulüyle yapacaksınız. Bunu nasıl yapacaksınız; daha ayrıntılı bilgi verebilir misiniz? Sonuçta, alacak potansiyel alıcılara baktığımızda da, çok fazla sayıda aktör yok. Çok fazla sayıda aktör olsaydı, örneğin 4 tane lisansa karşılık 20 tane potansiyel aktör olsaydı, bunları yarıştırap, bu 20 aktör içerisinde en uygun teklif verene, dolayısıyla kamu açısından da en yüksek teklifi verene bunları verme imkânımız olacaktı. Zaten görüldüğü kadarıyla potansiyel alıcı sayısı da az olduğuna göre, bunu nasıl vereceksiniz? 2001'deki o İkinci Nesil ihalede de şöyle bir tablo ortaya çıktı: O zaman da 3 tane lisans verilecekti, ama ilk ihalede İş-Tim o kadar yüksek bir fiyat verdi ki, galiba 3 milyara yakındı...

**Müberra GÜNGÖR-** Evet, onun üstüne çıkması gerek.

**Bir Katılımcı (Devamla)-** Bu, ilk bakışta, kamunun, devletin gelirleri artıyormuş gibi göründü ama sonuçta baktığımızda, diğer iki lisans verilememiş oldu ve ortada, 3 ilave aktör olacakken 1 tane aktör oldu, o da total aktör oldu. Dolayısıyla, bunları nasıl organize edeceğinizi merak ediyorum.

**Oturum Başkanı-** Hatta ben de şunu ilave edeceğim: Mesela ar-ge konusunu da bu ihalede bir üstünlük faktörü olarak değerlendirmek mümkün değil. Orada da yarış açarsınız; yani “şunu yapacaksın” demek yerine ihalede daha fazla ar-ge yapmayı da bir ek faktör olarak değerlendirmek mümkün olabilir. Devlet para alacağına, mesela bu olanaklara ağırlık verirse daha anlamlı olabilir diye düşünüyorum.

**Müberra GÜNGÖR-** Söyledim zaten; yöntem olarak güzellik yarışması değil, açık arttırma ihale yöntemi seçildi. Öyle, devlette bu tür güzellik yarışması benzeri bir ihaleyi yapmak da öyle kolay değil. Devletin bağlı olduğu İhale kanunları var, mecburen onlara uygun şey yapıyorsunuz. “Ar-ge de daha iyi, o yüzden ona şeyi verelim, o faktörleri kullanalım”; dediğim gibi, bazen hükümetin politikalarına uygun olmakla birlikte, o, esneklik-sübjektiflik yaratıyor ve çok tartışmalı hususlara neden olabilir. O yüzden, en çok bakılan şey, parasal değerler.

Dolayısıyla burada, baktığımız zaman, -zaten şeyde var- frekansa göre ayarlanmış A, B, C, D şeklinde 4 lisans tipi var. Her bir lisans tipi için ayrı ayrı ihale yapılacak. Asgari değerleri var; bunun üstünde en yüksek bedeli kim verirse ona tahsis edilecek. Yöntem olarak benimsenen yöntem, açık arttırma, normal algıladığımız yöntem. Sırasıyla verilecek yani.

**Oturum Başkanı-** Buyurun.

**Bir Katılımcı-** Ben de konuya çok fazla yakın değilim ama, kafama takıldığı için soruyorum; belki rekabet teorisyenleri bu soruya daha iyi cevap verebilirler. Belki de bu sorum direkt olarak Erdal Hocama yönelik olabilir.

**Oturum Başkanı-** Estağfurullah.

**Bir Katılımcı (Devamla)-** Numara taşınabilirliği geldi. Amaç, güçlü operatörün avantajlarını biraz daha minimize etmek, diğerlerini rekabet ortamına sokmaktır. Turkcell'e bakıyoruz, fiyat indirimleriyle bu avantajını korumaya çalışıyoruz. Acaba yeniden mi başlanılan noktaya dönülüyor? Bir koşucu düşünün, 5 dakika önce koşmaya başlamış, diğeri de 5 dakika sonra koşmaya başlıyor ve biz bunun adına rekabet diyoruz. Acaba, bir yerde bunları dondurup belki abone sayılarını eşitledikten sonra, bütün koşullar eşitlendikten sonra mı rekabet ettirmek lazım? Sonuçta hâkim operatör bir şekilde diğer imkânlarını farklı yönlerden yine kendi lehine çevirmeyi beceriyor. Ne yapmak lazım acaba? Şahsen kafama takıldı.

**Müberra GÜNGÖR-** Bunu aslında Rekabet Kurumuna bırakmak lazım. Bir kere, GSM sektörü, perakende açısından, fiyatları, tarifeleri açısından düzenlenen bir sektör değil ki, düzenlenmemesi de gerekir diye düşünüyorum. Arkadaşlar ne düşünürler bilmiyorum. Sonuç olarak orada 3 tane işletmeci var. Bakarsanız, aslında kıyasıya bir rekabet de var. Eğer o rekabet olmasa zaten kimse, "madem bir operatör güçlü" diye fiyatını da indirmez, kalitesinde de herhangi bir avantaj sağlamaya çalışmaz, herhangi bir çabası olmaz. Bu kadar çok çaba sarf ettiklerine göre, demek ki bir rekabetten bahsediliyor, yani bir rekabet var.

**Bir Katılımcı (Devamla)-** Ama, bu rekabet yeterli mi; mesele orada.

**Müberra GÜNGÖR-** Belli bir noktada durdurmak, -rekabet deyince de, tabii bir ideal tam rekabet var ama, hepimiz de biliyoruz, öyle bir şey fiiliyatta yok, sadece kitaplarda bir tam rekabetten bahsediyoruz- da doğru değil. Her birinin pazar payı illa 33-33-33 olduğu zaman mı rekabeti tam sağlamış olacağız; o da tartışılır. Dediğim gibi, bu konulara Rekabet Kurumundan destek de gelebilir.

**Bir Katılımcı (Devamla)-** Teşekkür ederim.

**Oturum Başkanı-** Buyurun...

**İsmail Hakkı KARAKELLE (Rekabet Kurulu Üyesi)**- Müberra Hanım cesaretle dedi ki, “2 operatör varken bir tanesinin abone kaydı 6 ay yasaklandı, o çok ağır aksaklıklara yol açtı.” Bir defa, bir kamu görevlisi olarak, hem de bulunduğu Kurumdaki görevini dikkate aldığımda, bu cümleyi söylemek kolay iş değildir; kendisini tebrik ediyorum. Ben de oradan cesaret alarak işin biraz daha arkasına gideceğim. Sözcükleri dikkatle seçeceğim.

Bu ihale yapıldığında, 2 aktöre verildiğinde, sözleşmelerde, konuya ilişkin düzenlemede deniliyor ki, ihale 1994’te yapıldığında, “abone sayısı 400 bine ulaştığında piyasaya 3’üncü aktör gelecek”; bunu bu salonda herkes biliyor muydu? 400 bine ulaşıldı ihale açılmadı, 1 milyona ulaşıldı ihale açılmadı, 2 milyona ulaşıldı ihale açılmadı, 3 milyona ulaşıldı ihale açılmadı; 4 milyona ulaşıldığında ihale açıldı. Geçmiş olsun; hemen hemen yapılabilecek bir şey yok. Atı alan Üsküdar’ı geçmiş. Teknolojide çok büyük bir yenilik olacak ki, bu piyasa değişsin. Sorumlusu da devlet. Bu kadar. Teşekkür ediyorum.

**Oturum Başkanı**- Efendim çok teşekkür ederiz.

Şunu söyleyelim: Tüketicinin tercih imkânını arttıran her şey rekabet açısından iyidir. Rekabetin en önemli avantajlarından bir tanesi sadece fiyat indrimi filan değil, bir tercih şansına sahip olmak, bir yere mahkûm olmamak. O bakımdan, bu numara transferi imkânı bence iyi bir şey. Hatta ben hastanelerde dosya transferini savunuyorum. Bir hastaneye gidiyorsunuz, orada check-uplar yaptırılıyorsunuz, dosyanız birikmiş, adam artık sizin üzerinizde tekele sahip başka hiçbir yere kımlıdayamıyorsunuz. Çünkü öbür tarafta her şeye sıfırdan başlamak zorundasınız filan. Şahsen, bu tür şeylerin rekabeti daha iyi hâle getireceğini düşünüyorum.

**Bir Katılımcı**- Hocam, küçümsemiyoruz, kesinlikle önemli ama...

**Oturum Başkanı**- Evet, tabii, her şey değil.

**Bir Katılımcı (Devamla)**- Şahsi kanaatim, yapılan şey ağrı kesici vermekten öteye gitmiyor, tedaviyi sağlayacak bir ilaç değil.

**Oturum Başkanı**- Değil değil, doğru, o her şey değil. Her şey olmadığı konusunda hepimiz hem fikiriz. Efendim, bu çok güzel gün için...

**Bir Katılımcı**- Bir laf söyleyebilir miyim?

**Oturum Başkanı**- Tabii tabii, ne demek efendim.

**Bir Katılımcı** (Devamla)- Analize kesin katılıyorum. Bu sektörün ilk açılmasından sonra 7 yıl beklemek zaten başlı başına bir felaketti. Şu anda yapılacak herhangi bir şey, bunu zaten veri almak zorunda. Sizin dediğiniz, bir idari emirle, “hadi bakalım, şu kadar milyon şeyi Turkcell’den alıyorum, diğer 2 operatöre veriyorum”, o da olmaz. O zaman başka bir iktisadi modelden bahsetmiş oluruz; o da olmaz.

**İsmail Hakkı KARAKELLE (Rekabet Kurulu Üyesi)**- Başka bir siyasal modelden.

**Bir Katılımcı** (Devamla)- Hatta başka bir siyasal modelden bahsediyor oluruz; o da olmaz. Hem bunu demek, hem rekabet de var demek uymuyor gibi gözüküyor ama, hakikaten rekabet de var. Numara taşınabilirliğinin direkt sonuçlarından bir tanesi, Turkcell’in tariflerini daha da çekici hâle getirmesi oldu. Demek ki, numara taşınabilirliği abone transferinde beklenen sonucu vermiyor ise de, tüketici refahı açısından bakıldığında ciddi bir şeye yol açtı, yani potansiyel etkisini gösterdi; bunu da görmek lazım diye düşünüyorum.

İki şey daha söyleyeceğim. “Son bir-iki yıla bakıldığında veya üç-dört yıla bakıldığında, yüzde 70’ten yüzde 55’e bir iniş var, ne olursa olsun, bu bir şeydir” diyebilmek lazım. Düzenleyici otoritenin de bir arayış içinde olduğunu, özellikle çağrı sonlandırma ücretlerindeki müdahalelerle de durumu düzenlemeye çalışma, yani, evet, perakendede tarifeler serbest, ama çağrı sonlandırma düzeyinde düzenlenen bir piyasadaki söz ediyoruz; belki onun da biraz etkisi olmuş olabilir. Benim hep söylediğim bir şeydir; düzenleyici otorite de, aslında bakanlık da o baştaki hatayı yaptı ama, rekabetin gelişmesi açısından bakıldığında mobil sektörde daha agresif. Belki onun da bir etkisi olmuş olabilir. Avrupa Birliği’nde örneği olmayan bir başka karar aldılar, onun yarısı döndü. Neydi? “OffNet” fiyatla...

**Bir Katılımcı** (Devamla)- Evet. Bir arayış var. Bizimki gibi böyle çok dengesiz piyasa yapısı başka ülkelerde fazla yok, çünkü çoğu ülke hakikaten hepsini birden vermiş veya iki tane vermişse, 7 yıl beklemeden, 2 yıl sonra bir tane daha vermiş. O yüzden, bu arayışları da ben doğru arayışlar olarak görüyorum.

**Oturum Başkanı**- Bugün 15 civarında konuşmacı dinledik, ayrıca tabii sorularıyla iştirak eden dinleyicilerimiz de oldu; onların hepsine teşekkür ediyoruz.



**REKABET EKONOMİSİ ve POLİTİKASI  
SEMPOZYUMU-1**

*14-15 Kasım 2008*

*DENİZLİ*

---

**III. OTURUM**

**Oturum Başkanı**

Doç. Dr. Hasan ERSEL



**Doç. Dr. Hasan ERSEL**

*Oturum Başkanı*

---

İki tebliğimiz var. Önce, Profesör Doktor Erdal Türkkan, “Rekabet Düzeyinin Ölçülmesi ve Rekabet Endeksi” konulu tebliğini sunacak ve sonra tartışacağız. İkinci olarak da, Sabancı Üniversitesi Öğretim Üyesi Yardımcı Doçent Doktor Fırat İnceoğlu, “Sanayi İktisadında Yeni Ampirik Açılımlar” konulu tebliğini sunacak. Sayın Türkkan’ı davet ediyorum.





**PİYASALARDA REKABET DÜZEYİNİN ÖLÇÜLMESİ  
YA DA PAZAR PERFORMANSININ ÖLÇÜLMESİ VE  
REKABET ENDEKSİ**

**Prof. Dr. Erdal TÜRKKAN**

*Rekabet Kurumu Başkan Baş Danışmanı*

---

İş aslında, rekabet politikalarında ekonomik analizin rolü kapsamına giriyor. Bu konuyu ben “rekabet politikalarında ekonomik analizin rolünü nasıl arttırabiliriz, nasıl daha etkin hâle getirebiliriz, rekabet politikaları açısından nasıl daha yararlı hâle getirebiliriz” sorusu çerçevesinde değerlendiriyorum.

Bu bakımdan baktığımız zaman rekabet politikalarına katkısı açısından ekonomik analizin iki doğrultuda geliştiğini görüyoruz: Birincisi, piyasa yapısına dayalı rekabet analizi ve rekabet ihlallerinin ve rekabet zafiyetlerinin “a priori” olarak teşhisi. Burada endüstri iktisadı yaklaşımını görüyoruz. Aslında, rekabet teorisindeki “Per se” yaklaşımın teorik altyapısında endüstri iktisadı var. Endüstri iktisadı, biliyorsunuz, 1910-1911’lerden sonra oluşmaya başladı ve mikro iktisadın üzerine biraz ampirik mikro iktisat, daha uygulamaya yönelik bir mikro iktisat oluştu. Aslında, endüstri iktisadının bir adı da bence “rekabet ekonomisi”dir. Hangi durumlar rekabete uygun değildir, hangi durumlar rekabet ihlalidir, hangi durumlarda rekabet daha etkin çalışır, hatta hangi durumlarda rekabetin olmaması toplumsal yarar için daha iyi bir şeydir (doğal monopoller vesaire); bunların analizini biz endüstri iktisadında görüyoruz. İkinci grup ise refah teorisine dayalı ekonomik etki analizi. Bunu iki grupta topluyoruz: Birincisi kısmi denge analizi, diğeri de genel denge analizi. Uygulama daha çok kısmi denge analizi olduğu için fayda-maliyet analizi diye bakıyoruz.

Rekabet ihlallerinin refah üzerine etkilerinin ölçülmesi:

Bunu dün biraz tartıştık. Herhangi bir rekabet ihlali olduğu zaman “Per se” olarak rekabet ihlali kabul ettiğimiz bir durum olduğunda acaba bu toplumsal refahı ne ölçüde olumsuz etkiliyor, yapılan ihlalin büyüklüğüyle cezaların oranlandırılması görüşü çerçevesinde bu ele alınabiliyor. Düzenlemelerin refah üzerine etkisinin incelenmesi açısından, bir ekonomik etki analizi veya refah üzerine etki analizi diye bunu düşünebiliriz. Bu da çok önemli. Aslında bu sadece rekabet politikalarında değil; maliye politikalarında, dış ticaret politikalarında, her alanda uygulanabilen bir alan. Herhangi bir politika değişikliğinin veya durum değişik-

liğinin refah üzerine etkisini biz, refah teorisi bazında, pratik yönden de fayda-maliyet analizi bazında değerlendiriyoruz.

Ŗimdi elimizde bu iki boyut var. Bunun dıŖında, dünkü arkadaşlarımız de-đindiler, “adli iktisat” diye bir Ŗey çıktı; aslında ben ona “adli ekonometri” de-meyi daha uygun görüyorum. Neden? İstatistikçi ve ekonometristleri de bu alana dahil etmek açısından psikolojik olarak çok yararlı olacaktır diye dŖnyorum. O da, dünkü sunumlardan anladığım kadarıyla istatistik ve ekonometrik metotlar-la bir ihlal için bir delil oluŖturulabilir mi veya bu enstrümanları “bir delil hâline getirebilir miyiz” sorusuna cevap arıyor.

Benim burada önerdiğim konu, üçüncü bir boyut ise rekabet düzeyi veya rekabet göstergeleri ve rekabet endeksi analizi. Bunu, bir ek analiz olarak dev-reye sokmanın gereğine inanıyorum. Bu analiz aslında hem endüstri iktisadını kullanıyor, hem de refah teorisine dayalı etki analizine ihtiyacı olan bir analiz. BaŖka bir deyiŖle, ikisini birlikte kullanarak rekabet politikalarının kapsamının çok daha geniŖletilmesi, rekabet politikalarının etkinliğinin arttırılmasına imkân veren bir zemin hazırlar. Bu bir rüya. Bu gerekleŖebilirse, bu rekabet düzeyini ölçebilmek çok önemli yararlar sağlayacağını dŖnyorum.

“Rekabet düzeyi” kavramı ne?

Bir defa, rekabet düzeyi kavramı (rekabet performansı veya piyasa per-formansı da diyebiliriz), rekabet gücü ve rekabet edebilirlik gibi kavramlardan farklı. Biliyorsunuz, piyasada bir “rekabet gücü” kavramı var, bir “rekabet edibi-lirlik” kavramı var. “Rekabet düzeyi” kavramı bunlardan farklı.

Rekabet düzeyi kavramını nasıl tanımlayabiliriz?

Rekabet düzeyi kavramı, bir piyasada kaynakların etkin dağılımını sağla-yacak yapısal ve davranıŖsal koŖulların ne ölçüde var olduğunu gösteriyor. Bakın, çok farklı bir kavram. Biz, rekabetçi piyasanın kaynak dağılımında etkinliği sağ-layacağı varsayımıyla hareket ediyoruz; bize bütün mikro iktisadın öğretisi bu, refah teorisinin öğretisi bu, endüstri iktisadının öğretisi bu. Peki, bunu ölçemez miyiz? Bir piyasada rekabet düzeyi acaba kaynakların etkin dağılımını sağla-yacak Ŗekilde midir, düzeyde midir, bunu ölçebilir miyiz; iŖte mesele bu. Bir piyasa-da refah maksimumlaŖmasını sağlayan yani üretici ve tüketicisi artığı toplamını en oklaŖtıran yapısal ve davranıŖsal koŖulların varlığı rekabet düzeyinin optimum seviyede olduğunu gösterir. Rekabet düzeyinde bir Ŗeye referans yapmamız la-zım; bu da “refah maksimizasyonu” kavramı. Dn de bunu hep söyledim; rekabet

politikalarında “toplumsal maddi refah maksimizasyonu” kavramı kaçınılmaz bir referanstır. Aksi hâlde, çok garip bir yerlere uçar gideriz.

Rekabet düzeyini belirleyen yapısal ve davranışsal koşullar; bunu geçiyorum.

Şu sorulara cevap vermemiz gerekiyor:

- \* Belli bir piyasada rekabet düzeyini ölçmenin yararları nelerdir? Neden böyle bir zahmete girelim?
- \* Rekabet düzeyini piyasalar, endüstriler, alt sektörler düzleminde ölçmenin güçlükleri nelerdir? Böyle bir ölçme mümkün olabilir mi?
- \* Eğer “mümkündür” diyeceksek, rekabet düzeyini hangi göstergeleri kullanarak nasıl ölçebiliriz?
- \* İlgili pazarlar yanında endüstriler, ana sektörler ve genel ekonomi düzeyinde bir rekabet endeksinin oluşturulması mümkün müdür?

Şimdi kısaca bu sorulara cevap vermeye çalışacağım.

Rekabet düzeyini ölçmenin yararları:

Dedim ki, konu rekabet politikaları açısından çok önemli. Neden? Çünkü rekabet politikalarında “reaktif politika” dediğimiz şikâyet üzerine hareket etme çok yaygın bir şey. Birisi, “efendim, şu alanda şöyle bir ihlal var” diyecek, şikâyet edecek, biz de onun üzerine gideceğiz. Proaktif politika -ki Sayın Başkan bu sene açıkladı, Rekabet Kurumunun da hedeflerinden bir tanesi bu- izleyebilmek için yani herhangi bir şikâyet olmadan, resen Rekabet Kurumunun müdahalede bulunabilmesi için -aslında yasal altyapı var- bir bilgi altyapısına ihtiyacımız var. Proaktif politikalarda önceliklerin belirlenmesi için buna ihtiyacımız var. Bu rekabet düzeyi veya rekabet endeksi yaklaşımı, bir öncelik belirleme yaklaşımıdır. Nedir öncelik? En çok hangi piyasalarda rekabet aksak ise rekabet düzeyi düşük ise oraların üzerine gitmektir.

İkincisi; bir rekabet savunuculuğu aracı olarak kullanım imkânı. Biz rekabet düzeyini ölçeceğiz, bakacağız. Birtakım alanlarda rekabet düzeyi düşük ve buralarda eğer regülasyon gereği varsa hükümete diyeceğiz ki “bak, buralarda rekabet düzeyi çok düşük, şunları şunları düzeltelim”. En azından yine orada da belli öncelikler dâhilinde hareket etme imkânımız olacak. Rekabet savunuculuğu

Rekabet Kurumunun görevleri arasında var dolayısıyla, “bunu nasıl yapacağız, nereden başlayacağız” gibi sorular ayakta kalıyor.

Piyasaları izleme ve caydırma aracı olarak kullanma imkânı:

Biz şu anda piyasaları izliyor muyuz? Türkiye’de 3500-4000, belki 10 bin piyasa var; bu piyasaları kim izliyor? Açıkçası, bu piyasaları kimse izlemiyor. MOBESE kamerası gibi izlenen piyasada insanlar, aktörler daha dikkatli olurlar, “aman, biz gözleniyoruz, dikkat edelim” derler ve bir caydırıcı etkisi olabilir diye düşünüyorum.

Rekabet düzeyini arttırma ve politikaları geliştirme açısından önemli. Bizde biliyorsunuz, rekabet politikaları, rekabet ihlallerini cezalandırmaya odaklanmış durumda. Hâlbuki bir de rekabeti geliştirme diye bir hadise var. Bir tek İngiltere’de bu konuya değinen, o da yakın tarihte, “Market investigation regime” dedikleri bir hadise var. Yani, bazı alanlarda rekabet düzeyi düşük ise hiç rekabet ihlali olmasa dahi oradaki aktörlerle görüşüp onu düzeltici, rekabet düzeyini yükseltici tedbirler alınması yaklaşımı var. “Nereden başlayacağız, hangi alanda başlasak daha iyi olur” sorusuna cevap verebilmek için rekabet düzeyini ölçmeye ihtiyaç var.

Sınırlı ölçüde de olsa ihlallerin tespiti:

Ben şunu hep söylüyorum: Bu rekabet düzeyini ölçme hadisesi bir ihlal tespiti, “Identification” aracı değildir, ama buna faydası dokunabilir, yardımcı olabilir. Yani, şu alanlarda “rekabet ihlali olasılığı daha fazladır” diyebiliriz. Bu enstrümanı geliştirme açısından şu anda elimizde sadece teorik bir yaklaşım var, başka enstrüman yok. Hatta suçlama ve savunma aracı olarak... Bana bazı uzman arkadaşlar dediler ki, “efendim, biz böyle bir şey yaparsak, yarın birisi çıkar der ki, ‘bak, bizim sektörümüzde, bizim piyasamızda rekabet düzeyi gayet yüksek’, biz de o alanda bir iddiada bulunursak, onlar bize karşı delil olarak kullanabilirler.” Doğru, o kullansın canım. Niye kullanmasın? Rekabet ihlali rekabet düzeyinin yüksek olduğu bir alanda yapıldığı zaman suç olmaz diye bir kural yok ki. Böyle bir laf söyler geçer gider veya sen dersin ki, “bu tespit güvenilir bir tespit değildir, bizi hiç ilgilendirmez/etkilemez.” Bence ona bir engel değil. Keşke savunma aracı olarak da kullanabilseler. Onlar da destekler bunun yapılmasını.

Bir de rekabet düzeyini ölçmenin girişimciler açısından önemi var. Mesela bu, daha az rekabetçi piyasalara girişi kolaylaştırır. Girişimci doğal olarak daha az rekabetçi piyasalara girmeyi ister, orayı tercih eder; ama o girdiği anda orada

rekabet artar. Dolayısıyla, girişimcinin rekabet düzeyi düşük piyasaya girmesi hem bireysel açıdan iyi bir şeydir ve girişimci açısından tercih edilir, hem toplumsal açıdan istenilir bir şeydir. Ben şahsen, buna yardımcı olacak girişimleri iyi bulurum.

Piyasalardaki oyuncular da, kendi stratejilerini belirlerken içinde yer aldıkları piyasadaki rekabet düzeyi konusunda bir fikir edinmelidirler. Türkiye’de hep rekabet kültürünün zayıflığından, rekabete ilginin zayıflığından bahsediyoruz. “Yahu, senin piyasanda rekabet düzeyi şudur” dediğimiz anda insan belki bir farklı gözle bakabilir, ona göre hareket edebilir; bu onlar açısından da iyi bir şeydir diye düşünüyorum.

Nihayet tüketici ve kullanıcılar, alım-satım yapanlar açısından, “yahu, biz kiminle dans ediyoruz, hangi piyasada dans ediyoruz” diye şey yaparlar, rekabetçi piyasada insanlar biraz daha rahat olurlar, rekabetçi olmayan piyasada daha dikkatli olurlar; tek şeritli yolda gitmeyle çift şeritli yolda gitmek arasındaki fark gibidir.

Ben, rekabet düzeyi ölçmenin çok yararlı bir şey olduğuna şahsen inanıyorum. Belki benim inandığım kadar yararlı değildir ama oldukça yararlı bir şey olacağına, perspektifler açacağına, rekabet politikaları açısından çok yeni ufuklar açan bir konu olduğuna inanıyorum.

Rekabet düzeyi göstergeleri nelerdir?

Rekabet ihlalinin varlığını kanıtlayan göstergeler ile rekabet düzeyi göstergelerini birbirine karıştırmamak lazım. Rekabet göstergesi, rekabet ihlalinin varlığını kanıtlayan gösterge değil; onu hep söylüyorum.

Rekabet düzeyi göstergeleri, rekabet ihlalinin varlığını veya yokluğunu değil, belki olsa olsa var olma olasılığını ortaya koyabilir. Göstergelerin değerine göre bu olasılığın yüksek veya düşük olduğundan söz edilebilir. Bu bağlamda rekabet düzeyi göstergeleri proaktif rekabet politikalarının oluşturulması açısından önem kazanır. Ancak, rekabet göstergelerinin esas fonksiyonu, rekabet ihlali olasılığını ortaya koymak değildir. Nedir? Bu göstergeler, rekabet düzeyini veya rekabet performansını gösterir. Bu yönüyle, önleyici ve geliştirici, rekabet düzeyini artırıcı rekabet politikalarının dizaynında önemli bir değere sahiptir. Buna ilaveten; cezalandırıcı rekabet politikalarının daha etkin bir biçimde yapılmasını, sosyal faydaların, sosyal maliyetlerinden daha yüksek bir şekilde yapılmasını ve Rekabet Kurumunun etkinliğinin artırılmasını sağlayan bir göstergedir diyebiliriz.

Şimdi artık rekabet göstergeleri üzerinde düşünmeye başlayabiliriz.

Tabii, her şeyi sınıfladığımız gibi rekabet göstergelerini de şöyle sınıflayabiliriz:

- \* Piyasaların işleyebilirliğini, gelişme düzeyini ve dinamizmini tayin eden göstergeler diye ben şahsen bir grup gösterge aldım.
- \* İkinci grup gösterge, rekabetin kalitesini ve yoğunluğunu belirleyen göstergeler.
- \* Üçüncüsü olarak da, pazarın ve rekabetin refaha katkısını etkileyen diğer faktörler olarak değerlendirebileceğimiz göstergeler var.

Piyasaların işleyebilirliğini, gelişme düzeyini ve dinamizmini tayin eden göstergeler neler? Bunları nereden çıkarıyorum?

Bunları, daha ziyade endüstri iktisadı bilgimizden çıkarıyoruz. Endüstri iktisadı (Industrial economics) bize hakikaten, “piyasalar nasıl işlerlik kazanır, gelişme düzeyini nasıl ölçeriz, dinamizmi nasıldır?” bu konularda bazı ön bilgiler veriyor. Mesela piyasanın derinliği ve dinamikliği önemli bir gösterge -biraz sonra kısaca değineceğim-, “piyasa derin olursa orada rekabet daha iyi olur”, “dinamik piyasalarda rekabet daha iyi olabilir” gibi.

Diğer bir kriter de piyasanın esnekliği ve duyarlılığı, yani piyasa uygulamalarının kalitesi ve mal ve hizmetlerin pazarlanabilirliği. Bunları birazdan açacağım.

Piyasanın yapısı, yani alıcı ve satıcıların sayısı ve yoğunlaşma dereceleri yine bir piyasanın işlerliği açısından bir göstergedir.

Firma büyüklüğü ve rekabet baskısı yaratma gücü, yani firmaların bir rekabet baskısı yaratabilme güçlerini bir rekabet göstergesi olarak alabiliriz.

Regülasyon gerekliliği ve regülasyon kalitesini de, bir piyasanın işlerliği ve orada piyasanın gelişme düzeyi ve dinamizmini tayin eden faktör olarak görebiliriz.

Şimdi ikinci grup rekabet göstergelerine bakalım.

Rekabetin kalitesini ve yoğunluğunu belirleyen göstergeler (belki esas bu, bu konu çok önemli):

\* Giriş-çıkış serbestliği çok önemli bir faktör.

\* Monopolcü güç ya da tekelci güç kavramı önemli.

Şurada rakamlar görüyorsunuz; o rakamlara kafayı takmayın. Onlar, muhtemel ağırlıklar olabilir, bir faktörün ağırlığı konusunda bir fikir olabilir.

\* Paralel davranış eğilimi

Tabii, bu tekelerde yok ama, tekel dışındaki bütün piyasalarda var.

\* Dikey bütünleşme düzeyi

\* Dünya piyasalarıyla bütünleşme

\* Haksız rekabet düzeyi

Pazarın ve rekabetin refaha katkısını etkileyen diğer faktörler:

Burada bir uzman görüşünü almakta fayda var. Diyelim ki, telekomünikasyonda GSM piyasası inceleniyor, bir GSM operatörü bunların hepsine bakar ama “yahu, bizim piyasada bir de şu vardı, bu çok önemlidir” denilebilir. O piyasanın özelliğini yansıtan bir değişken koymakta fayda var.

Bunlardan mesela giriş-çıkış serbestliğini alalım; bu çok önemli. Biliyorsunuz, giriş-çıkış ne kadar serbest ise rekabet düzeyi o ölçüde yüksek olacaktır; bu, endüstri iktisadının bize bir öğretisi. Bunun mantıksal nedenleri var. Per se olarak bunu söyleyebiliriz. Hatta giriş-çıkışı engellediği zaman bunları per se olarak cezalandırıyoruz. Neden? Sen burada rekabet düzenini azaltıyorsun, düşürüyorsun.

Günümüzde bazı iktisatçılar, bu göstergenin tek başına rekabet düzeyini en iyi bir şekilde tayin ettiğini söylüyorlar. “Efendim, bir alanda isterse tekel olsun, hiç önemli değil, yeter ki giriş-çıkış serbest olsun, potansiyel rekabet baskısıyla orada her şey gayet güzel yürüyecektir. Fiyatlar, tam rekabet fiyatlarına doğru gerileyecektir. Eğer rasyonel üreticiler varsa, yoksa tokadı yiye yiye bunu öğreneceklerdir, onun için, hiçbir şey yapmamıza gerek yoktur” gibi belki aşırı sayılabilecek yaklaşımlar var. Bu da önemli yani ben bu yaklaşımı önemsiyorum. Bu yaklaşımı okuduğum zaman şunu öğrendim: Ha, bu çok önemli bir şeymiş filan diye ona daha fazla dikkat etmeye başladım. Giriş-çıkış serbestliğini ben o kadar önemsemeydim açıkçası; tam rekabet piyasasında giriş-çıkış serbest filan der geçerdik.



Hızla gelişen ve kâr marjlarının yüksek seyrettiği piyasalara yeni girişlerin olması, kârların normal düzeye yakınlaşması açısından önemlidir. Rekabetin işleyebilmesi için mutlaka giriş lazım; ama çıkış da çok önemlidir. KİT'ler neden kötüdür? Çünkü KİT'lerde çıkış serbestliği yoktur. KİT, zarar eder ama çıkmaz, 20 yıl zarar eder gene çıkmaz. Dolayısıyla, kaynak israfını garanti altına alan bir sistemdir. Giriş-çıkış serbestliğini o bakımdan önemsememiz lazım.

Ayrıca, talebin ve fiyatların gerilediği ve zararların baş gösterdiği piyasalardan çıkışların olması da kaynakların etkin tahsisi açısından önemlidir; onu söyledim.

Yalnız, burada bir ölçüm sorunu var. Giriş-çıkışı, rekabet seviyesini tayin eder ama giriş-çıkışı nasıl ölçeceğiz?

Giriş-çıkış serbestliğinin düzeyini çok sayıda değişken kullanarak ölçmemiz mümkün.

#### 1) Yatırım için minimum etkin sermaye miktarı

Mesela petrol rafinerisinde, -yine endüstri iktisadında tanımlanmış “minimum etkin sermaye miktarı” diye bir kavram var- 5 milyar dolar. 5 milyar dolar olunca buraya giriş kolay değil, herkes giremez. Bu bir engeldir. Mesela tekstilde, bir yere iki tane makine attınız mı, aşağı yukarı 50 bin lirayla dükkânı ciddi şekilde çalışır hâle getirebilirsiniz. Buna göre, girişi kolay veya zor diye piyasaları ayırabiliriz. Tabii, burada birtakım eşikler tespit etmek lazım. Giriş-çıkışa 100 üzerinden not vereceğiz. 100 üzerinden not verirken belli bir eşiğin üzerindeyse ona 5 verirsiniz ya da 2-3 verirsiniz, yok efendim, o çok düşükse 20-30 bin liraysa, ona da belki 100 verirsiniz.

#### 2) Lisans-Know-how gereği

Ben hatırlarım; bir devirde Türkiye’de tekerlek lastiği üretilmek isteniyor, tekerlek lastiği lisansı verilmiyor, makine teçhizat da satılmıyor. Sigara firması kendi makinesini yapıyor; piyasadan sigara yapan makine alamıyorsunuz. Bir devirde çok zor bir alandı. Bu açıdan, lisans-know-how gereği fevkalâde önemli bir giriş engeli olabiliyor.

#### 3) Kalifiye eleman gereği ve temini kolaylığı

Bu, bazı alanlarda önemlidir.

4) Reklâm ve tanıtım harcamaları gereği yani tüketicinin marka bağımlılığı

Adam sakız satıyordu ve öyle bir isim yaptırmıştır ki, o alana imkânı yok giremezsiniz.

5) Özellikle çıkış açısından “batık maliyet (Sunk cost)” dediğimiz bir kavram var. Batık maliyet eğer çok yüksekse, o da, akıllı girişimciler açısından girişi engelleyen faktör, özellikle riskli alanlarda “ben buradan nasıl çıkacağım” sorusunu sorduran bir şey.

6) Ölçek ekonomisi katsayısı

Tabii, yüksek ölçek ekonomisi varsa giriş zordur. Neden? Çünkü daha önceki girenler ölçeği hızla arttırmışlardır ve maliyetleri aşağı çekmişlerdir, sonra giren açısından ciddi bir başlangıç zorluğu vardır, yüksek bir dayanma gücüne ihtiyacı vardır; yani girmek zordur.

7) Pazarın doyunluk oranı

8) Müşteri memnuniyeti derecesi

9) Kapasite kullanım oranı

10) Satış artırma engelleri

Bunların çoğunu ben alternatif değişkenler olarak alıyorum. Bunların birkaç tanesini kullanabilirsiniz ve hatta belli bir değerlendirme esasına göre hepsini birden de kullanabilirsiniz. Genellikle bunları alternatif faktörler olarak değerlendirmek mümkün. Birkaç tanesini kullanmanın yararlı olacağını düşünüyorum.

İkinci bir gösterge mesela teknelci güç; bu da tek başına rekabet düzeyi göstergesi olarak kabul edilebilecek önemdedir. Aslında biz sadece teknelci gücü ölçersek bunu yapabiliriz. Biliyorsunuz, teknelci gücü ölçmek için “Lerner endeksi” diye bir şey var. Fiyatla marjinal maliyet farkını  $(P-MC/P)$ , fiyata böldüğümüz zaman teknelci gücü buluyoruz veya “1/talep fiyat esnekliği”yle bunu hesaplarız. Bu da aslında iyi bir gösterge. Diyelim ki, elimizde bu veriler yok. Ne yaparız? Mesela;

\* Ürün farklılaştırması imkânının,

\* Yakın ikame malı imkânının (bunlar hep teknelci gücü tayin eden şeyler),

- \* Fiyat esnekliği skalasının (1'den büyük-küçük)
  - \* Fiyat yapışkanlığının,
  - \* Fiyat farklılaştırması imkânının,
  - \* Kapasite/talep karşılama oranının,
  - \* Kâr marjlarının (biliyorsak),
  - \* İthalatta üretici payının
- olup olmadığına bakarız.

Demek ki, bu monopolcü gücü de bir sürü değişkenle ölçmemiz mümkün.

Zaman azaldığı için;

- \* Pazar yapısı,
- \* Dünya piyasalarıyla bütünleşme,
- \* Regülasyon düzeyi ve gerekliliği,
- \* Piyasanın derinliği ve dinamiği,
- \* Firma boyutu,
- \* Haksız rekabet düzeyi,
- \* Paralel davranma eğilimi

bunları geçiyorum. Bunların hepsiyle ilgili sorunlar var ama bunlara çözümler de var; yani olaya ampirik yaklaşmak mümkün.

Peki, rekabet endeksini nasıl ölçeriz?

Rekabet endeksi: Rekabet düzeyi göstergesinin rakamla ifade edilmesi. Mesela, “A piyasasında rekabet düzeyi 70’dir, B piyasasında rekabet düzeyi 15’tir, 20’dir” diyebilmeyi nasıl sağlarız? Bunun için, 100 üzerinden bir değer verilir.

Size rekabet endeksini hesaplama aşamalarını vereceğim ve bitireceğim.

Önce bir piyasa tanımını yapacağız. Burada, rekabet ihlallerinin araştırıldığı

İlgili piyasadan hareket etmemiz çok zor. Tabii rekabet düzeyi tespiti, ilgili piyasa düzeyinde yapılabilir. Mesela, Rekabet Kurumu bütün rekabet araştırmalarında şu bizim belirlediğimiz değişkenleri sorgularsa araştırması sırasında firmadan alacağı bilgileri bu temele oturtmaya alışrsa aslında her ilgili piyasa için bir rekabet düzeyi belirlemesi yapılabilir; bence çok da iyi olur. İhlal tespit edilirken “bizim tespitimize göre, şu varsayımlar altında bu piyasada rekabet düzeyi şudur” diyebilmek, karar almada çok önemli bir şey sağlar. Bunun dışında, sektör düzeyinde veya alt sektörler düzeyinde belirlememiz mümkün. Bunun için de (mesela şurada benim yazdığım 6 haneli endüstri sınıflamasını görüyorsunuz, Devlet İstatistik Enstitüsü ona “PRODCOM” diyor, yani “NACE”nin biraz daha açılmış şekli, minimum hareket noktası olarak görüyor, burada da 3500 civarında alt sektör var, 3500 alt sektör için yapılabilir) rekabet düzeyini ve kalitesini belirleyen temel göstergeleri tespit edeceğiz. nce piyasayı tespit edeceğiz. Ondan sonra, rekabetin düzeyini ve kalitesini belirleyen demin sözünü ettiğim 11-12 tane göstergeyi belirleyeceğiz. O göstergeleri tespit ettikten sonra, her temel göstergenin değerini lme imkânı veren “Proxy değişkenleri”ni tespit edeceğiz. Diyelim ki, gösterdim ya, giriş-çıkış serbestliği temel göstergedir. Peki, giriş-çıkış serbestliğini nasıl leriz? Minimum etkin sermaye miktarı, know-how gereği vesaire gibi, bu alt Proxy’inin değerini lme imkânı veren göstergeler var. Ondan sonra, Proxy değişkenler için eşik değerleri tespit edeceğiz;

- \* Giriş için gerekli para eğer 5 milyar dolar ve üstü ise buraya giriş zordur,
- \* 5 milyar dolarla 1 milyar dolar arasındaysa ya da 1 milyar doların altındaysa nispeten daha kolaydır,
- \* şu kadar paranın altındaysa çok kolay,

diyeceğiz. Tabii, uzmanlarla görüşerek buna çok daha kolay karar verebiliriz.

Eşik değerleri tespit ettikten sonra, değişkenlere verilecek ağırlıklara bakacağız. Belli bir değişken, belli bir göstergeyi ne ölçüde etkiler ya da açıklayıcı etkiye sahiptir; aslında burada inanılmaz derecede çok araştırma yapılması lazım. Belli bir göstergenin belli bir olayı nasıl etkilediğini zaman içerisinde ekonometrik çalışmalarla bulmamız lazım.

“Başlangıçta uzman görüşü” diye bir kavram var; ben de bunu Güneydoğu Anadolu Projesine katıldığım zaman şey yapmıştım. Bizim millet proje yapamaz.

Neden yapamaz? Çünkü veri yoktur. Oraya gittik; orada bir İngiliz vardı. Orada ilgisiz bir veri vardı; bunu nasıl tahmin ettin dediğimizde, “bu ‘Expert view’ dedi. Aa, “Expert view” diye bir kavram varmış. Biz bundan hiç yararlanmıyoruz. Adam, mesela dünyada ne kadar gübre kullanımını olacağını tahmin ediyor (Expert view); hiç hesap kitap yok. Bakıyorsun, yüzde 5 yaklaşımla adam tahmin edebiliyor filan. Bunlardan yararlanmamız lazım, çünkü Türkiye’de de yavaş yavaş bu ekspertiz oluştu.

Piyasalar için alt sektörlerin endeks değerini hesaplayacağız. Diyelim ki, bu 3500 alt sektör için endeks değerini hesapladık; ağırlıklarla çarptık, her bir değişken için bir değer bulduk, o değişkenlere göre de gösterge için bir değer bulduk. Diyelim ki, giriş-çıkış göstergesinin değeri 70. Ondan sonra, bu ana göstergenin rekabet düzeyini açıklamadaki rolünü bulmamız gerekiyor. Bazı iktisatçılar diyorlar ki, “giriş-çıkış serbestliği yüzde 70 ağırlığa mı sahip, yüzde 60 ağırlığa mı sahip, yüzde 20 ağırlığa mı sahip? diğer göstergelerle birlikte bunun bir ağırlığının tartışılıp konulması lazım.” Tabii, gösterge sayısını sınırlı tuttuysak daha yüksek bir ağırlık verilir; gösterge sayısını arttırsak, dolaylı olarak onlar birbirlerini belli bir şekilde etkilediği için bence daha düşük bir ağırlık verebiliriz. Bunların tartışılması gerekiyor. Dolayısıyla, bu 3500-4000 sektörün endeks değerlerinin belirlenmesi lazım. Oradan hareketle, sektörel ağırlıkları da koyarak, endüstriler için, ana sektörler için ve ekonomi için de bir tek endeks hesaplayabiliriz. Benim gördüğüm bütün endeksler hep makro düzeyde hesaplanmış. “Türkiye’nin rekabet gücü endeksi” dediğiniz zaman, alt piyasalar düzeyine inilmez, siyasi istikrarsızlıktan bilmem nereye kadar bir sürü değişken hesaba katılır. Hâlbuki biz burada, alt değişkenlerden, yani piyasalardan hareket ederek alt sektörlerden hareket ederek ekonomi için bir rekabet düzeyi endeksi hesaplıyoruz; bu da tabii, rekabet politikalarının doğru yönde ilerleyip ilerlemediğini göstermek açısından çok yararlı olabilir diye düşünüyorum.

Dediğim gibi, bu biraz uçuk gibi görünüyor. Hatta ben, “var mı” diye Amerikalı dostumuza da sordum, “vallahi, 20 sene önce bir denendi ama bu iş zor” filan dedi. Hakikaten zor bir şey; bu görünüyor. Ben şöyle düşünüyorum: Mümkün olduğu kadar biz bu işin bir planını, programını, altyapısını yaparız, sonra da, 5-8 tane basit değişkenle başlangıç olarak işe girişebiliriz. Türkiye’de veya herhangi bir ülkede hakikaten “piyasalardan hangisi daha rekabetçidir” konusunda elimizde hiçbir veri yok, sıfır yani. Sadece, uzmanların kendi alanlarıyla ilgili genel kanaatleri var; ama kamuoyu, rekabet otoritesi ve karar vericiler veya diğer karar vericiler bu konuda bir fikre sahip değiller. Değerlendirmemiz mutlak

olarak yanlış olabilir de, aynı ölçüyü kullandığımız için, minimum bir ön bilgiyi sağlayacak, mukayeseli olarak yanlış olmayan bir sistem kurulabilir diye düşünüyorum. Tabii, şu anda onun için en önemli engel; bir, insanların buna inanması (insanlar, “yahu, hakikaten bunu yapalım” diyecekler, bu kolay bir şey olmuyor), ikincisi de, veri güçlükleri var. O veri güçlüklerini aşma konusunda belki şimdi daha iyimser olabiliriz; ona sonra değineceğim.

Hepinizi saygıyla selamlıyorum. Teşekkür ederim.

**Oturum Başkanı-** Sayın Türkkan tatlı tatlı anlattı. Aslında, çok uzun dönemde çok kimseyi gönülden bağlayacak ve altından kalkılması da çok güç bir programı sunmuş oldu.

Şimdi konuyu biraz değiştirelim. Fırat İnceoğlu’ndan rica edelim, o bize, kendisinin çalışma alanı olan, sanayi iktisadında yapılan çalışmalar, buradaki yeni yaklaşımların rekabet konusunda bize hangi açılardan ışık tutabileceğinden söz etsin. Böylelikle bu olayın bir başka yönünü de tamamlayıp sonra hepsini beraber tartışalım diye düşünüyorum.

Sayın İnceoğlu hakkında kısa bir bilgi de vereyim. 1999 Boğaziçi Üniversitesi İktisat Bölümü mezunu. 2004’te, Boston Üniversitesinde Ekonomi konusunda master ve Doktora derecesini almış. 2004 yılından itibaren de Sabancı Üniversitesinde Öğretim Üyesi. Mikro ekonometri, endüstriyel iktisat ve gelişme iktisadi konusunda çalışmalar yapıyor. Söz sizin. Buyurun.



## SANAYİ İKTİSADINDA YENİ AMPİRİK AÇILIMLAR

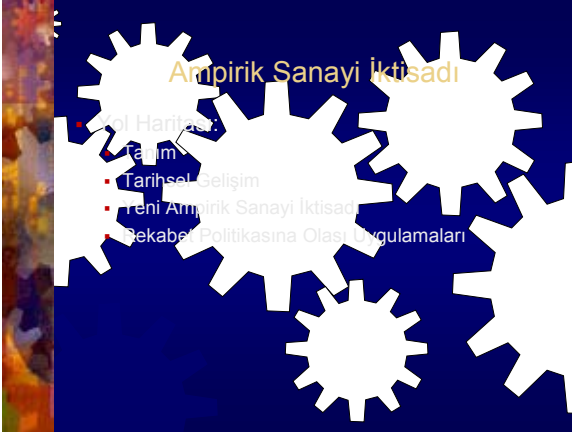
Yrd. Doç. Dr. Fırat İNCEOĞLU

Sabancı Üniversitesi Öğretim Üyesi

Teşekkürler. Öncelikle, davetleri ve konukseverlikleri için Pamukkale Üniversitesi'ne ve Rekabet Kurumuna çok teşekkürler. Dilerim önümüzdeki yıllarda da bu buluşmanın tekrarı daha yoğun katılımlı bir şekilde gerçekleşir.

Benim konuşmam aslında, Nisan ayında Kayseri'deki Sempozyumda yaptığım konuşmamın çok benzeri; eğer orada dinleyenleriniz olmuşsa kusura bakmasınlar. Tekrar benzer şeylerden bahsedeceğim. Sadece, biraz daha iktisatçılarından oluşan bir dinleyici kitlesine göre modifiye ettim; yani daha sıkıcı hâle geldi. Onun için, kusura bakmayın.

Konuşmamın teması, “ampirik sanayi iktisadı.” Bu arada, ben “sanayi iktisadı” diyorum ama “endüstriyel iktisat” da deniyor; “Industrial organization” dediğimiz, mikroekonominin alt dalı. Kusura bakmayın “sanayi iktisadı” diyeceğim, çünkü dilim öyle alıştı.



Konuşmamın yol haritası:

- \* Tanım (sanayi iktisadı, ampirik sanayi iktisadı nedir?),
- \* Tarihsel gelişim nedir? Son 70-80 yıla ya da yaklaşık 100 yıla baktığımızda, ampirik çalışmalar nasıl yol kat etti?
- \* Yeni ampirik sanayi iktisadı denen yeni modelleme ve tahmin teknikleri nasıl metotlar, neler yapmayı amaçlıyor ve rekabet politikasına olan uygulamaları neler olabilir?

Bunlardan bahsedeceğim.





Sanayi iktisadı (zaten hepimiz aşağı yukarı biliyorsunuzdur), piyasadaki sınırlı sayıda iktisadi ajanın davranışlarını ve karşılıklı etkileşimlerini (strategic interaction) inceliyor. Aslında, Erdal Hocamın demin bahsettiği rekabet ekonomisi tanımı sanayi iktisadına gayet uygun. Bir başka tabir ne olabilir? “Tam rekabetçi olmayan veya az rekabetçi ya da hiç rekabetçi olmayan piyasaların iktisadı.”

Ampirik sanayi iktisadı ise gerçek piyasa verileri kullanarak teorinin öngörülerini test ediyor. Teorinin bazı bildirimleri, bulguları oluyor, bunlar gerçek piyasalarda ne kadar tutuyor; amaç bu.

Ekonomik teknikler kullanılarak; oyun teorisi, mikro iktisat ve ekonometri alanlarından faydalanılıyor, incelemeler, analizler yapılıyor.

Amaç: Gerçek hayatın, gerçek piyasaların işleyişini taklit, tekrar ve tahmin edebilmek, iktisadi ajanların, piyasaların davranışını tahmin edebilmek.

Tarihsel gelişimini çok kısaca geçeyim.

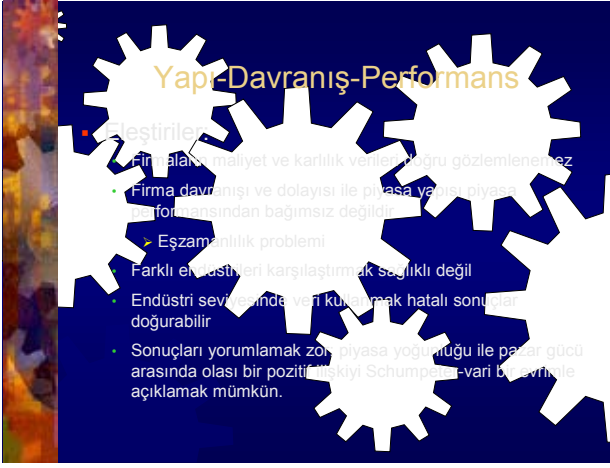


İlk çalışmalarda, çok detaylı örnek olay çalışmaları yapılıyor. 1900'lü yılların başlarında spesifik bir piyasa hakkında daha çok sözel ve tasvire dayalı çalışmalar var. 1951 yılında Bain'in bir makalesiyle, "yapı-davranış-performans" dediğimiz "Structure-conduct-performance" paradigması ya da çalışma metodolojisi başlıyor. Bu alanda yüzlerce çalışma yapılıyor. Yapı-davranış-performans paradigmasını, genel hatlarıyla tasvir etmek gerekirse; endüstriler arası ya da piyasalar arası yatay kesit çalışmaları, -bunlar genelde farklı farklı piyasalar- birbirine benzer olsa da karşılaştırılıyor veya coğrafi olarak farklılaştırılmış piyasalar ya da birbirine benzer ama aynı olmayan hizmet yahut ürün piyasalarının bir zaman içinde karşılaştırılmasından oluşuyor. Bu çalışmalar; piyasa yapısı ve firma davranışı dışsal veri olarak alınıp belli bir yapı ve belli bir davranıştaki ajanları içeren piyasanın nasıl bir performans gösterdiğini inceliyor.

"Performans"tan kastımız ne olabilir? Erdal Hocamızın bahsettiği; rekabet endeksi olabilir, toplam refahın ne kadar maksimize olduğu olabilir ya da fiyat-marjinal maliyet arasındaki fark olabilir vesaire. "Piyasanın performansı"ndan kastımız, daha çok sosyal refah performansı.

1980'lerin ortasına kadar yüzlerce araştırma yapılıyor. Genel olarak kanıtlanmak istenen ya da delil gösterilmek istenen teorik bulgu: Bir piyasada konsantrasyon arttıkça o piyasanın performansı düşüyor mu, yani, yoğunlaşma oldukça fiyatlar yükseliyor mu, firma kârları yükselirken tüketici refahı ve toplam refah düşüyor mu; bunu göstermeye çalışıyorlar. Yapılan çok sayıda çalışmaya rağmen konsantrasyon ile performans arasında istatistiki olarak zayıf ilişki tespit ediliyor, bazen de edilemiyor. Tabii bu, bir umutsuzluk ve mutsuzluk yaratıyor; iktisatçılar

arasında, sanayi iktisatçıları arasında pek çok çalışma yapılmasına rağmen bu kadar basit bir teorik bulgunun bile ispatlanamaması can sıkıntısına yol açıyor. O noktada, 100 küsur yıllık mikro iktisat firma teorisini ya tekrar baştan modelleyip yeniden yazmak gerekecek, oligopol teorilerini tekrar en baştan düşünmek gerekecek ya da bu araştırma tekniklerinde bir hata olduğunu, bu ampirik düşünce metodolojisinde bir hata yapıldığını dikkate almak gerekecek. Neyse ki iktisatçılar, “bu ampirik metodolojide belki bir hata vardır, yapı-davranış-performans metodolojine ne eleştiriler getirilebilir” sorusuna cevap arıyorlar.



Getirilen eleştiriler pek çok. Bu araştırmalarda öncelikle, firmaların maliyet ve kârlılık verileri girdi olarak alınıyor. Bir eleştiri: Bu maliyet ve kârlılık verileri doğru gözlemlenemez. Bir kere, örneğin maliyetleri hesaplamak çok zor. Firmaların kendileri bile örneğin sermaye maliyetlerini ne kadar doğru hesaplayabiliyorlar? Firmalar tarafından ya da vergi kurumları tarafından verilen, rapor edilen kârlılık verilerini doğru kabul etmek, dürüstçe rapor edilmiş kabul etmek ne kadar doğru? Bu konuda ciddi kuşkular var.

İkinci olarak, “firma davranışı ve dolayısıyla firma yapısı firma performansından bağımsız değildir, bunlar eşzamanlı belirlenir” diye bir eleştiri geliyor. Biz basitçe, “şu kadar sayıda firmanın olduğu, böyle konsantrasyonun olduğu bir piyasada böyle bir performans beklenir” diyemeyiz; firmanın davranışı ve firmanın piyasadaki performansı, kârlılık oranı da o piyasanın yapısını belirler. Örneğin, giriş tehdidi olan sabit maliyetlerin girmek için düşük olduğu bir tekel piyasa olsun, bu tekel firma konumunu koruyabilmek için fiyatlarını düşürecektir, fiyatlarını düşürüp girişi zorlaştırmak isteyecektir. Tek bir firma var ama fiyat-marjinal

maliyet farkları çok yüksek değil; başka bir piyasaya baktığımızda, sabit maliyetler çok yüksek, giriş daha zor, girişi engellemek için tekel firmanın fiyatlarını düşürmesine gerek yok, fiyat-marjinal maliyet farkı çok yüksek. Baktığımız zaman iki tane tekel piyasa var; konsantrasyon aynı ama performans çok farklı. Onun için, burada firmaların davranışlarını ve piyasanın yapısını dahi veri olarak kabul etmememiz lazım. Piyasa performansı yapıyı etkiler, firma davranışını da etkiler; aynı şekilde, firma davranışı da yapıyı etkiler. “Yapı-davranış-performans diye tek yönlü bir açıklayıcı ilişki olamaz, tersine de açıklayıcı ilişkiler olabilir, hatta bu üç değişken aynı zamanda, eşzamanlı olarak belirlenir”; en ciddi eleştiri bu.

Aynı zamanda, farklı endüstrileri karşılaştırmak çok sağlıklı değil. Bu endüstriler farklı regülasyonlara tabi olabilir; firmaların verimlilikleri, maliyet fonksiyonları farklı olabilir. Endüstriler arası karşılaştırmalar yapmak doğru değil.

Endüstri seviyesinde veri kullanmak da hatalı sonuçlar doğurabilir. Siz, tek bir piyasaya bile baksanız, küçük firmalarla büyük firmaları birleştirip, “aggregate” edip toplam üretim miktarlarına ya da ortalama fiyatlara baktığınız zaman pek çok detayı gözden kaçırıyor olabilirsiniz. Ciddi bir ilişki bulunabilse bile konsantrasyonla piyasa performansı arasında, “yoğunlaşma oldukça firmaların kârlılıkları artıyor” gibi bir ilişki bulsak bile bu, rekabet açısından olumsuz bir sonuç olmayabilir. Piyasa yoğunluğuyla pazar gücü arasındaki olası bir pozitif ilişki, Schumpeter-vari evrimsel bir şekilde açıklanabilir. Belki, daha verimli olan firmalar daha çok kâr ediyor, verimsiz olan firmalar da çıkmak zorunda kalıyorlar ve belki ölçek ekonomileri de var, çok verimli firmalar büyüyorlar ve çok kârlılık elde ediyorlar, belki onlar daha çok ar-ge yapıyorlar ve bu şekilde piyasada kalanlar onlar oluyorlar ve piyasa konsantrasyona doğru gidiyor; bu, illa olumsuz bir sonuç değil. Bunu, “bir rekabet ihlali var” ya da “kötü bir şey oluyor, toplam refah küçülüyor” gibi düşünmek de doğru olmayabilir.

Bu eleştirilerin ışığında, aşağı yukarı 1980’lerin başında ya da 1970’lerin sonunda “yeni ampirik sanayi iktisadı” ya da “New Empirical Industrial Organization” adında yeni bir metodoloji ve düşünce yapısı, modelleme yapısı ortaya çıkıyor.

Buna göre firmalar; piyasanın yapısına, kârlılıklara, verimlilikteki değişikliklere tepki verirler. Firmalar, aktif ajanlardır. Oyun teorisinin mikro ekonomiye ve özellikle sanayi iktisadına girmesiyle bu düşünce daha çok değer kazanıyor. Firmalar, sabit birey değildirler, aktif olarak, stratejik olarak davranışlarda bulunurlar.



Bresnahan, 1989’da “Handbook of Industrial Organization” kitabında yeni ampirik sanayi iktisadının temel ilkelerini çok güzel özetliyor. Bu temel ilkeleri genel olarak yapı-davranış-performans paradigmasına olan tepkiler olarak görebilirsiniz:

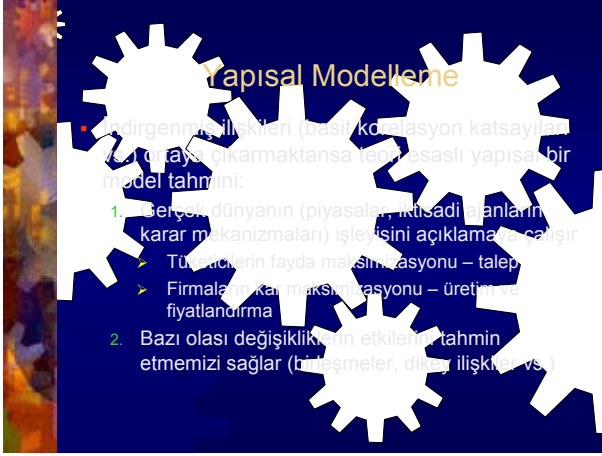
\* Maliyetler gözlemlenemez, maliyet verilerine güvenilemez, verili olan güvenilir piyasa verilerinden gerekirse tahmin edilir.

\* Her endüstri kendisine has özelliklere sahiptir; bu yüzden, endüstriler arası çalışmalar yapmaktansa, tek bir endüstriye odaklanmak, endüstri içindeki dinamiklere bakmak daha doğru.

\* İktisat teorisini temel alan modeller, tahmin edilen parametrelere davranışsal yorum getirmeyi mümkün kılıyor. Yani, yapısal modeller dediğimiz, “Structural econometric” modeller dediğimiz modeller kullanılıyor. Burada, -birazdan da bahsedeceğim- modeldeki her bir parametrenin iktisadi olarak bir anlamı var. Esneklik buradan geliyor ya da sabit maliyetler, şu parametre sonuçları böyle etkiliyor; şeffaf bir şekilde görmek mümkün. Şeffaflık esas; modellerde bir karmaşıklık ya da indirgenmişlik yok. Bu yeni teknikler, “reduced model” dediğimiz, indirgenmiş modellerden kaçınıyor.

\* Firma davranışı, -tekrarlıyorum- model ile tahmin edilir; sırf pazar payları veya yoğunluk ölçütlerinden çıkarılmaz ve indirgenemez.

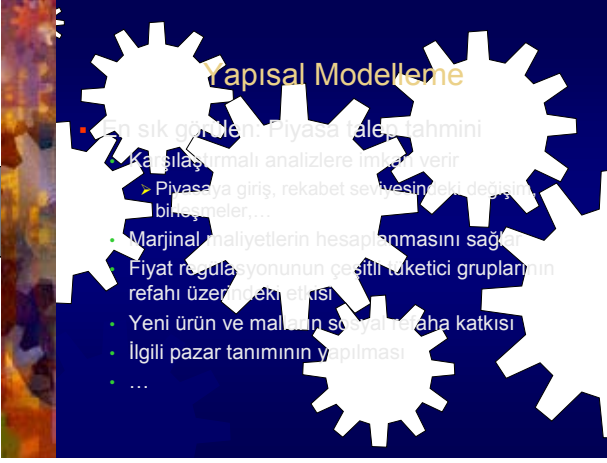
Yapısal modelleme, “Structural” model kullanma çok önemli.



İndirgenmiş ilişkileri (basit korelasyon katsayıları vesaire), ortaya çıkarmaktansa teoriye dayanan, teori esaslı bir yapısal model tahmini var. Bu yapısal model tahmini nasıl işliyor? Basitçe, gerçek dünyanın, piyasaların, iktisadi ajanların karar mekânizmalarının işleyişi açıklanmaya çalışılıyor. Örneğin bir talep fonksiyonu tahmini yapacaksanız, başlamanız gereken yer, tek bir tüketici olmalı ya da tüketiciler olmalı. Tüketicilerin amacı ne? Fayda maksimizasyonu. O zaman, fayda maksimizasyonundan başlamak lazım. Faydaların maksimizasyonunu nasıl yapıyorlar? Fiyatlara bakıyorlar vesaire. Oradan talebe ulaşıyoruz. Eğer amacımız arz eğrisiyse o zaman, firmaların kâr maksimizasyonuna konsantre olmamız lazım. Firmaların kâr maksimizasyonu problemi nedir, oradan neler elde edebiliriz? Bir şeffaflık söz konusu. Böylece bu şeffaflık, bazı olası değişikliklerin etkilerini de tahmin etmemizi sağlıyor.

Eğer ben fayda fonksiyonundaki ya da maliyet fonksiyonundaki, kâr fonksiyonundaki parametrelere iktisadi anlamlar verebiliyorsam ve başka ekonomik (iktisadi) değişkenler üzerine bunların etkilerini daha sonra görebiliyorsam, o zaman simülasyon yapabilirim ya da gerçek dışı hipotetik sorular sorabilirim; “şu iki firma birleşse ne olur” ya da “şu firmalar arasındaki dikey ilişki böyle olsa nasıl olur” gibi sorular sormamı sağlıyor.

Birazdan biraz daha detaylı bahsedeceğim; ampirik sanayi iktisadında ne tip yapısal modelleme örnekleri görüyoruz? En sık görüleni, piyasa talep tahmini. Piyasa talep tahmini, çok yabancı olduğumuz bir şey değil. Bu tip yapısal modellerle, yani tüketicilerin fayda maksimizasyonlarının en basitinden, bireyden başlayarak, onu yapıtaşısı olarak modellemek bize ne sağlar?



\* Karşılaştırmalı analizlere imkân veriyor.

\* Piyasaya giriş olduğunda tüketicilerin refahı nasıl değişecek ya da fiyatlar nasıl değişebilir; rekabet seviyesindeki değişimi analiz etmemizi sağlıyor, birleşmeleri simüle etmemizi sağlıyor.

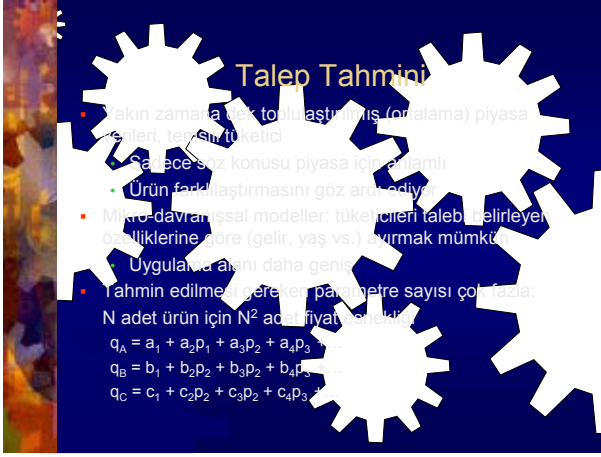
\* Aynı şekilde, piyasa talep tahmini marjinal maliyetlerin hesaplanmasını da sağlayabiliyor. Aslında marjinal maliyetleri veri olarak almamıza gerek yok. Bir tek piyasadaki fiyatlardan ve üretim miktarlarından marjinal maliyetleri basitçe çıkartmak mümkün. Yapısal modellerin bir faydası bu, daha doğrusu mikro teorinin temellerinden başlamanın faydası bu; maliyetleri tahmin etmemiz, hesaplamamız mümkün.

\* Fiyat regülasyonunun çeşitli tüketici gruplarının refahı üzerindeki etkisinden bahsetmek mümkün; tüketicileri artık birey ya da grup hâlinde düşündüğümüz için, farklı gelirlere sahip tüketici gruplarının nasıl etkileneceğini görmemiz de mümkün, çünkü toplamıyoruz. Aggregate hesaplar yapmadığımız için en basitinden, bir fiyat regülasyonunda farklı gelirlerdeki tüketicilerin, farklı tercihlere sahip tüketicilerin nasıl etkileneceğini hesaplamamız, tahmin etmemiz mümkün.

\* Piyasaya yeni giren ürün ve malların sosyal refaha katkısını ölçmemiz mümkün; basit, indirgenmiş bir modelde bu mümkün değil, çünkü elinizde N tane ürün var, bir tane fiyat ya da N tane fiyat var, üretim miktarları var. Bunları toptan bir şekilde hesaplasak, yeni bir firma girdiği zaman ya da yeni bir marka girdiği zaman, yeni bir ürün girdiği zaman o denklemin nasıl değişeceğini görmek mümkün değil, çünkü o denklemin nereden geldiği belli değil. Hâlbuki

yapısal bir modelde, yeni bir ürünü; şu, şu, şu özelliklere sahip bir ürünü modele ekleyebiliyoruz ve dediğim gibi yeni ürün ve malların sosyal refaha katkısını ölçebiliyoruz.

\* Rekabet politikasına bir faydası; ilgili pazar tanımının yapılmasına izin veriyor çünkü fiyat esneklikleri, çapraz esneklikleri çok bariz bir şekilde modelin parametrelerinden ortaya çıkıyor.



**Talep Tahmini**

- Yakın zamana dek toplulaştırılmış (ortalama) piyasa verileri, temsili tüketici
- Sadece söz konusu piyasa için anlamlı
- Ürün farklılaşmasını göz ardı ediydi
- Mikro-davranışsal modeller: tüketicileri talebi belirleyen özelliklerine göre (gelir, yaş vs.) ayırmak mümkün
- Uygulama alanı daha geniş
- Tahmin edilme gereken parametre sayısı çok fazla:  
N adet ürün için  $N^2$  adet fiyat esnekliği

$$q_A = a_1 + a_2p_1 + a_3p_2 + a_4p_3$$
$$q_B = b_1 + b_2p_2 + b_3p_2 + b_4p_3$$
$$q_C = c_1 + c_2p_2 + c_3p_2 + c_4p_3$$

Talep tahmini nasıl yapılıyor? Burada çok az detaya gireceğim. Daha önce dediğim gibi talep tahmini yakın zamana dek hep toplulaştırılmış ortalama piyasa verileri ve temsili tek bir tüketici üzerinden yapılıyordu. Bunlar sadece söz konusu piyasa ve o söz konusu zaman için anlamlı. Daha önce dediğim gibi yeni bir ürün girse, bu talep tahmininin ne kadar geçerli kalacağı belli değil. Ürün farklılaştırması genelde göz ardı ediliyordu; yani bütün ürünler aşağı yukarı homojen ya da benzer kabul ediliyordu. Hâlbuki mikro davranışsal yani mikro ekonomi ve oyun teorisi bazlı modeller tüketicileri talebi belirleyen özelliklerine göre (gelir, yaş) ayırıyor. Yani şu gelirdeki insanların taleplerini, bu gelirdeki insanların taleplerini ayrı ayrı tahmin etmemizi sağlıyor. O yüzden, uygulama alanı daha geniş. Farklı piyasalara aynı modeli uygulamamız mümkün. Bu piyasada şöyle bir gelir dağılımı var, öbür piyasada başka türlü bir gelir dağılımı var; o zaman, iki farklı piyasa için aynı modeli kullanarak iki talep fonksiyonunu tahmin edebiliriz. Yalnız her ürünü ayrı alırsak, üç tane ürün olduğunda bile en az 9 tane fiyat esnekliği parametresi ortaya çıkıyor; bu bir problem. Ürün farklılaştırmasına gittiğimiz anda, N ürün için  $N^2$  adet fiyat esnekliğini hesaplamamız gerekiyor. Tabii, veri kısıtlarını düşündüğünüz zaman bu ciddi bir problem. 25 tane ürünün



olduğu piyasa sırf 625 adet fiyat esnekliği söz konusu; bunun üstüne gelir esnekliklerini vesaireyi kattığımız zaman, talebi değiştiren herhangi başka bir değişkeni kattığımız zaman, çok fazla parametre var. Bunu iki şekilde katmak mümkün. Bir ürüne olan talebi diğer ürünler cinsinden değil, o ürünün özellikleri cinsinden belirtirsek parametre sıkıntısı ortadan kalkıyor. Berry, Levinson, Pakes'in 1995 yılındaki yaklaşımı, -çok detayına girmeyeyim- böyle bir yaklaşım.



Hausman, Leonard, Zona, 1994 yılında başka bir yaklaşım öneriyorlar (tabii, orada biraz sübjektivite de söz konusu, ikinci yaklaşıma bir eleştiri var): “Ürünleri farklı alt gruplara ayırılım, içecek pazarını gazlı içecekler-gazlı olmayan içecekler diye ikiye ayırılım, ondan sonra şekerliler-şekersizler diye ayırılım, yeteri kadar alt gruplara ayırdığımız zaman 3-5 gibi küçük sayıda ürünler aynı piyasada olacak, ondan sonra yukarı doğru, geri giderek esneklikleri tahmin etmek mümkün.”

Doğrudan elde edilenler ne?

Fiyat esnekliklerini, tüketici artıklarını, marjinal maliyetleri doğrudan hesaplayabiliyoruz.

Marjinal maliyetleri hesaplamak masum varsayımlar gerektiriyor. Burada birazcık detaya gireyim. Nasıl masum varsayımlar gerektiriyor? Örneğin birinci varsayım: Firmalar kâr maksimizasyonu yaparlar; başlangıç noktası. “Geri marjinal maliyete eşitler” demeden marjinal maliyeti hesaplayamayız, çünkü bulduğumuz nokta marjinal gelir. Ondan sonra, piyasadaki denge nosyonundan bahsetmemiz lazım; Basit olarak, marjinal maliyetleri böyle bir modelden hesap-

layabilmemiz için, “firmalar şu tip bir Bertrand dengesinde” ya da “firmalar uyumlu eylem içerisindedirler” dememiz gerekiyor.



Yapısal modellemelerin rekabet politikasına nasıl olası katkıları olabilir? En direkt katkısı, piyasa tanımı ve yoğunluk ölçütlerine bakmak yerine ya da onlara bakmaya ilaveten sosyal refah etkilerinin doğrudan ölçülebilmesini mümkün kılması. “Şu gruptaki tüketiciler için” ya da “tercihi böyle olan” ya da “gelir seviyesi şöyle olan tüketiciler için bu değişiklik, bu politika, firmaların böyle yapması” ya da “şu regülasyon” refahlarını şu kadar lira etkileyecektir dememiz mümkün. Örneğin bir birleşme simülasyonundan bahsedelim. Bir birleşme simülasyonunu nasıl yaparız? 10 firma var, 1’inci ve 2’nci firmalar birleşseler ne olurdu; bir birleşme teklifi geldiği zaman, bunu incelemek istediğinizde kendi kendimize bu soruyu soruyoruz. Ne yapılabilir?

Piyananın talep parametreleri tahmin edilebilir.

Söz konusu birleşme sonucu, kalan 9 firma (birleşmiş olan 1’inci ve 2’nci firma ve diğer 8 firma), örneğin, kâr maksimizasyonu altında dengenin değişmeyeceği, hâlâ rekabet edecekleri varsayımını yaparsak, hangi fiyatları seçerler; fiyatlar, piyasa yoğunluğu ve tüketici artışındaki değişim ondan sonra hesaplanabilir. Ivaldi ve Verboven’in kamyon piyasasında, Volvo’nun Scania’yı almak istemesi üzerine Avrupa Komisyonu için yaptığı bu tip bir analiz söz konusu.

Birleşme simülasyonu sadece bir örnek. Rekabet politikasında yapısal modellemelerin başka ne tip uygulama alanları olabilir?

### \* Hâkim durum tespiti

Bir firmanın piyasadaki pazar gücünü ölçmek istiyorsak Lerner endeksine bakmak isteyebiliriz; fiyat, marjinal maliyetten ne kadar farklı? Firmanın belirttiği, “marjinal maliyetim budur” dediği rakama inanmayabiliriz ve marjinal maliyeti kendimiz hesaplamak isteriz. O zaman, o farka bakmak için önce yapısal modellemeyle marjinal maliyetleri tahmin edip sonra pazar gücünü ölçebiliriz.

### \* Yıkıcı fiyatlandırma tespiti

Gene marjinal maliyetleri biliyorsak, bu firma, rakiplerini piyasa dışında bırakmak için marjinal maliyetinin altında mı fiyatlandırma yapıyor?



Başka... Bu tip metotlar, kartel/uyumlu eylem tespitinde kullanılabilir. Biraz daha zor, talep tahmininden ya da birleşme simülasyonları yapmaktan biraz daha güçlük var. Güçlük ne? Daha önce bahsettiğim, masumane varsayımlardan bir tanesini ortadan kaldırmak lazım.

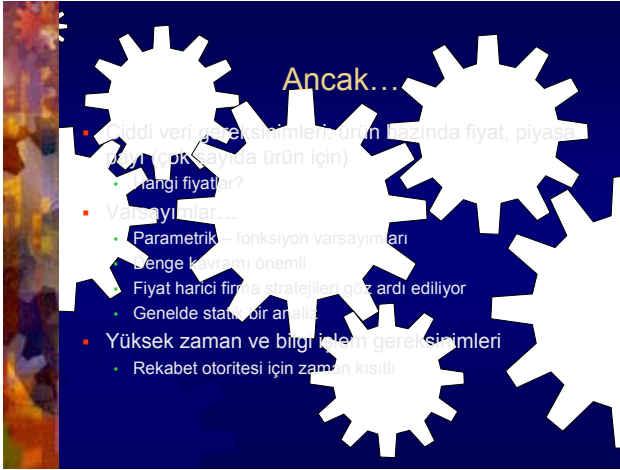
Zorluk, problem, firma davranışını ve maliyetlerini birbirinden bağımsız olarak hesaplamaktan kaynaklanıyor. “Firmalar Bertrand rekabeti” ya da “şu tip bir rekabet içerisindedirler” ya da rekabetin düzeyini ölçmek için “firmalar uyumlu eylem içerisinde mi”, “rekabet içerisindedir mi” demek için marjinal maliyetleri hesaplamak için bir denge varsayımına ihtiyacımız var. Aksi takdirde marjinal maliyeti bilmemiz lazım. İkisini aynı anda hesaplamak kolay değil; zorluk burada. Marjinal maliyetlere ihtiyacımız var ama bilmiyoruz; rekabet düzeyine ihtiyacımız var ama firmaların stratejilerinin, davranışlarının ne olduğunu bilmi-

yoruz. İkisini aynı anda hesaplamak çok kolay değil. Ekstra teknik varsayımlara ihtiyaç var.

İki ana yöntem var. Porter'in 1984 yılında başlattığı rejim değişikliği analizi (ben öyle çevirdim), rekabet ve kartel arasındaki gidiş-gelişlerin tahmininin nasıl yapılabileceğini modelliyor ve gösteriyor. 1980'lerin sonunda Amerika'daki demiryolu kartelini inceliyor. Onun verisi var. Çok ciddi fiyat dalgalanmaları var. Burada bir cezalandırma ve tekrar kartele dönme stratejileri olabilir mi; onu inceliyor. Bazı varsayımlar altında tespit etmek mümkün.

Bir başka metot da Bresnahan'ın 1982 yılında öne sürdüğü bir metot. Burada, talep eğrisindeki eğim değişikliklerine bakarak işte, şu sayıdaki firmanın bulunduğu piyasanın rekabetçi mi olduğunu, yoksa uyumlu eylemin mi olduğunu söylemek mümkün. Eğimdeki değişiklikler ile karteli rekabetten ayırt etmek mümkün.

Problemler ne?



Bu yapısal metotlarla, yapısal ekonometrik metotlarla, yeni ampirik sanayi iktisadi metotlarıyla pek çok şey söylenebiliyor gibi ancak çok ciddi veri gereksinimleri var. Dün Gökşin Beyin söylediği aslında çok doğru. Pratikte bu işle ilgilenen biri için veya hangi piyasayla ilgileneceğini en azından kendi seçmeyen biri için bir rekabet uzmanı için bunları söylemek o kadar kolay değil. Mesela ben, bir akademisyen olarak, “hangi piyasada veri var? o zaman o piyasayla ilgilenin” diyebilirim; halbuki bir rekabet uzmanının bu şans yok tabii ki. Hangi piyasayla ilgileneceği verili. O piyasanın verileri olmayabilir. Ürün bazında fiyat

lazım. Çok sayıda ürün için piyasadaki bütün firmalar için piyasa payları lazım ya da üretim miktarları lazım. Gene Gökşin Beyin dediği çok doğru bir nokta var: Hangi fiyatlar? Rekabet uzmanı Ekrem Beyle konuştuğumda, -GSM piyasasını inceliyordu- demişti ki, “o kadar çok fiyat, o kadar çok kampanya var ki, kampanyalar öyle ki, herkesin kaç dakika konuştuğuna göre de fiyatlar değişebiliyor, çünkü sabit maliyetler var, dakika başına maliyetler var, şunlarla konuşursanız, şebeke içinde konuşursanız şu fiyat, şebeke dışında konuşursanız şu fiyat, yani tek bir üründen ya da yüzlerce üründen bile bahsetmek mümkün değil, belki her tüketici için ayrı bir fiyat var, onun için, hangi fiyattan bahsetmemiz lazım?” Bu bir güçlük tabii ki.

Varsayımlar yapıyoruz; bazıları masumane, bazıları daha az masumane.

“Talep eğrisi genel olarak şöyle bir şekilde oturtulmaya çalışılsın”, “maliyet fonksiyonu şöyle bir şekilde oturtulmaya çalışılsın” şeklinde parametrik fonksiyon varsayımları yapıyoruz. Olabildiğince esnek bırakılmaya çalışılsa da, sonuçta fonksiyon varsayımları yapılıyor.

Denge kavramı önemli. Piyasa devamlı bir dengeye oturuyor ve “bu denge şöyle-böyle” diyoruz.

Fiyat harici firma stratejileri genelde göz ardı ediliyor; bu önemli bir problem. Firmaların ar-ge araştırmaları, yatırımları, pazarlama, reklam maliyetleri; bunlar genelde göz ardı ediliyor.

Genelde statik analiz uygulanıyor; dinamik analizler hâlâ çok kısıtlı. Firmaların ileriye görebildiklerini düşünürsek, biz ekonometriciler olarak piyasaya genelde tek bir periyotta bakıyoruz; bu da çok sağlıklı sonuçlar vermiyor olabilir.

Aynı zamanda, farklı bir problem de çok yüksek zaman ve bilgi işlem gereksinimleri var. Hâlbuki rekabet otoritesi için zaman kısıtlı; aylarca, bir modelin çözülmesini, bir dengeye ulaşmasını, rakamların çıkmasını bekleyecek lüksleri olmayabilir.



Diğer yandan, bilgisayar teknolojisi ve ekonometri alanındaki gelişmeler umut verici. Giderek daha hızlı hesaplama (computation) yapabilen işlem kapasitesi yüksek bilgisayarlar icat ediliyor. Ekonometride, istatistik tekniklerinde ve kullanılan paketlerde de gelişmeler söz konusu.

Bu teknik gelişmelerin ışığında modellerin gerçekçiliği hızla artıyor. Daha zayıf, güçsüz varsayımlar yapmak mümkün; bunu iyi bir şey olarak söylüyorum.

Modellerimize dinamik ilişkileri, daha esnek parametrik varsayımları entegre etmek mümkün.

O zaman, genel olarak, yapısal modeller yol göstericidir; ama bunları, tek başına cevap verecek bir ahçı kitabı gibi görmemek lazım. “İçine bakayım, şu kadar firma var, şöyle şöyle şey yapalım, tamam, bilgisayarın düğmesine bas-tım, modeli çözdü, kartel varmış” demek, hayır, mümkün değil. İktisadi modeller sonuçta olasılıksal modeller; diyoruz ki, “Evet, yüzde 75 ihtimalle şu dönemler arasında bir uyumlu eylem var gibi.” Öte yandan, sonuçta bir DNA testinin de yüzde 100 gerçekçiliği yok, yüzde 100 ihtimalle birini suçlu ya da suçsuz ilan edemiyor, orada da çok düşük, milyonda bir de olsa bir hata payı var. Bu karar artık subjektif bir karar; o zaman, bu, rekabet uzmanına kalacak bir karar. Örneğin yüzde 75 kanıt yeterli bir kanıt mıdır? Hâlbuki yüzde 25 ihtimalle belki uyumlu eylem yok, modelin tahminleri hatalı. Yani, bunların olasılıksal tahminler olduğunu unutmamak lazım.

Mutlaka daha basit ve betimsel analizlerle beraber kullanılmalı; onlara ika-me değil, kesinlikle tamamlayıcı.

Söz konusu iktisadi olayı açıklamada faydalılar.

Belki en önemlisi, sonuçların hangi varsayımlara dayanarak çıktığı açık; dolayısıyla çok şeffaflar. Bu, rekabet otoritesi için de çok güzel. Tamamen kişisel tercihlere ya da o iktisatçının tercihlerine dayanan modeller değil; iki kişinin, iki iktisatçının bir araya gelip üzerinde uzlaşabileceği ya da tartışabileceği modeller. “Onu niye öyle yaptın da böyle yapmadın” denebilecek çok bir şey yok.

Son söylemek isteyeceğim nokta da iktisadi analizden, -tekrarlıyorum- kesin cevaplar beklenmemeli; bize nereye bakacağımızı söylemeli. Diğer bir deyişle, iktisadi analizleri, Sherlock Holmes’in elindeki büyüteç olarak düşünmek lazım. Tabii ki, hâlâ Sherlock Holmes’e ihtiyaç var.

## SORU VE CEVAPLAR

---

**Oturum Başkanı-** Çok teşekkür ediyoruz. Herhâlde bu iki sunum üzerine soru sormak ya da yorum yapmak istediğiniz konular vardır. 15-20 dakikalık bir süremiz var. Buyurun efendim.

**Bir Katılımcı-** Sorum Fırat Beye. Çok teşekkür ediyorum; güzel bir sunum hazırlamışsınız. Benim çalışmalarımın birçoğu “talep” üzerinedir. Ampirik, ürün özelliklerine göre talebi nasıl modelliyor? Ben bugüne kadar şöyle rastladım: Tam talep modelleri olarak düşündüğümüzde, örneğin içecekleri bir gruba ayırıp, alt talep modelinde, çeşitli teoremin kısıtları altında esneklikleri hesaplayıp, daha sonra bir eşanlı talep yapısı içerisinde başka esnekliklere dönüştürebiliriz veya karakteristik fiyat dediğimiz modelle özelliklerin fiyata etkisini bulabiliriz veya nispeten gıda çalışmalarında, içerisindeki mikro ve makro vitaminler modellenabilir, çünkü her tüketilen ürünün içerisinde. “Özelliklerine göre talebi modelleyin”; yabancı olduğum, rastlamadığım bir şey olduğu için biraz açmanızı rica ediyorum.

**Yrd. Doç. Dr. Fırat İNCEOĞLU-** Ürün özelliklerine göre talep tahmini nerede yapılıyor; bir örnek vereyim. Kola piyasasında tam nasıl olacağından ben de emin olamadım. Otomotiv piyasasında farklı arabaların neleri birbirinden farklı? Motor gücü, beygir gücü farklı. Kaç tane airback olduğu farklı. Ağırlığı farklı. Ne kadar benzin harcadığı farklı vesaire. Bireylerin, tüketicilerin de bunlara verdiği değerler var; tabii, biz bilmiyoruz. Bazısı daha büyük araba seviyor, bazısı daha güçlü araba seviyor, bazısı benzin verimliliğini tercih ediyor vesaire. Eğer bireylerin fayda fonksiyonunu ya da endirekt fayda fonksiyonunu ürünün özellikleri cinsinden düşünürsek, oradan, pazar paylarını ürünün özellikleri cinsinden çıkartmak mümkün. Örneğin, “A arabası şu, şu, şu özelliklere sahip ve tek fiyat, kendi fiyatı da bu, o zaman, A arabasının pazar payı bu olacak” diye hesaplamak mümkün.

Bireylerin özellikle ne kadar değer verdiğinden başlayıp, pazar paylarını fiyat ve özellikler cinsinden çıkartmak mümkün. O zaman, bizim tahmin etmemiz gereken parametre sayısı şöyle azalıyor: Örneğin, Sol tarafta bir tek pazar payları var, sağ tarafta arabanın sadece kendi fiyatı var ve arabanın 5, 6, 7, 10 (kaç tane koymak isterseniz), özelliği var. O zaman, burada, oligopol piyasaya göre diğer marka ya da diğer model arabalar bu arabanın pazar payını etkilemiyor mu? Hayır, tabii ki etkiliyor. Eğer ben büyük ya da güçlü araba seviyorsam,



Mercedes'in güçlü motoru var ama, BMW'nin de güçlü motoru var, o zaman, onların pazar payı birbirine bağlı olacak.

Sonuçta, bir ürüne olan talebi ya da bir ürünün pazar payını özellikleri cinsinden açıklarken diğer ürünleri göz ardı ediyor değiliz. Tam açıklayabildim mi bilmiyorum.

**Bir Katılımcı** (Devamla)- 1970'li yılların sonunda benzer bir makale var.

**Yrd. Doç. Dr. Fırat İNCEOĞLU**- Kimin makalesi? İsterseniz arada daha detaylı konuşalım.

**Oturum Başkanı**- Başka efendim...

**Bir Katılımcı**- Erdal Hocamın sunumuyla ilgili birkaç şey söylemek istiyorum. Gerçekten rekabet düzeyinin ölçülmesi son derece önemli; bu, adli iktisat için de gerekli, hatta, dün de söylediğimiz gibi, amaçlarından bir tanesi bu. Rekabet düzeyinin ölçülmesi, ihlal varsa tespiti ve ardın, uygulanacak yaptırımın belirlenmesi. Acaba, piyasaların sadece Rekabet Kurumu tarafından izlenmesi yeterli ve doğru mu; çünkü bu, Kuruma ciddi bir maliyet ve iş yükü getirecek. O yüzden, Amerika'da şöyle bir uygulama var: "Witness" denilen, piyasayı izleyen uzman bağımsız kişiler var. Örneğin ben petrol piyasasını izliyorum, bu konuda uzmanım, bir ihlal olduğunda, en kısa sürede bunu ben anlayabiliyorum, test edebiliyorum ve gerektiğinde kurula, otoriteye bu konuda her türlü bilgiyi verebiliyorum. İkincisi; teşebbüsler bünyesinde uzman kişiler barındırıyorlar ve bunlar, bir ihlal olduğunda, âdeta binadaki bir yangın alarmı gibi, anında reaksiyon gösterebiliyorlar. Kurum, her ne kadar gözetleyici ise de, dışarıda bir aktör, içeride olan aktörler kadar ihlallere hassas ve anında tepki verecek bir yapıda değil. Belki bunların da dikkate alınması lazım.

Bir hukukçu olarak ben çok istifade ettim. Hasan Ersel Hocam, hukukçuyla çalışma şansından veya şanssızlığından bahsetmişti. Doğrudur. Bizler, iktisatçılar gibi sayısal verilerle çok çalışmıyoruz. Bizler sizleri daha kolay anlayabiliyoruz. Hukukçuların böyle ortamlara belki daha fazla gelmeleri lazım. Hatta, ilanlara belki şöyle not düşebiliriz: "Hukukçulara şiddetle tavsiye edilir" ya da Erciyes'teki sempozyum için, "iktisatçılara şiddetle tavsiye edilir." Çok teşekkür ediyorum, çok sağ olun.

**Dr. Mark W. FRANKENA**- Bu sabah konuştuğumuz konular doğrultusunda, FTC'de yaptığımız çalışmalara ilişkin birkaç şey söylemek istiyorum.

İlk olarak, petrol sektörü dışındaki sektörleri izlemiyoruz. Petrol sektöründeki çalışmalarımızı Kongre'nin talebi üzerine gerçekleştiriyoruz. Petrol fiyatları her yükseldiğinde, tüm oy verenler kongre üyelerini çağırarak onlara petrol fiyatlarının düşmesini istediklerini söylüyorlar. Kongre de FTC'ye "Bu açgözlü tekeller nasıl fiyatları yükseltti?" diye soruyor. Daha sonra bir yılımızı harcıyoruz ve çalışmanın sonucunda fiyatların kaynakların kıtlığı yüzünden yükseldiği ortaya çıkıyor. Sonuç olarak sektör analizi yaptığımız tek alan petrol sektörüdür.

İki sorunu birbirinden ayırmak istiyorum. Birinci sorun, bir piyasanın şu anda ne kadar rekabetçi olduğudur. Diğer sorun ise piyasada bir alandaki değişikliğin rekabeti nasıl etkileyeceğidir. Bu nedenle, rakipler arasında bir birleşme veya anlaşma varsa veya bir firma yıkıcı fiyat uygulamasında bulunuyorsa rekabet düzeyini ölçmek için hiçbir şey yapmıyoruz. Çok fazla pazar var. Her şehirde hastaneler var. Her şehir hastaneler, süpermarketler, kabristanlar ve cenaze evleri için ayrı bir pazar oluşturuyor. İzlenecek çok fazla pazar var. Biz bunların hepsini izlemek istemiyoruz çünkü biz fiyatları kontrol etmiyoruz. İnsanların başlarını belaya sokmaktan korktukları için fiyatları rekabetçi koşulların altında tutmalarını istemiyoruz çünkü fiyatları çok aşağıda tutarlarsa yatırım yapmak için teşvik kalmaz. Bu yüzden, fiyatları rekabetin belirlemesini istiyoruz. Bizim işimiz antit-röst ihlallerini bulmak. Bu nedenle, bizim işimiz bir alanda değişik olduğunda rekabet düzeyinin bundan nasıl etkilendiğini bulmaktır. Bu yüzden, izleme yapmak gibi kapsamlı faaliyetlerde bulunmuyoruz. Bunun bir nedeni bu. Diğer nedeni de, kaynaklarımızın sınırlı olmasıdır. İnsan gücümüz, zamanımız ve verilerimiz sınırlı. Bu nedenle, bu tür kapsamlı faaliyetlerde bulunmak zordur.

İkinci soru yeni ekonomi ve ekonometri çalışmalarının FTC'de nasıl bir rol oynadığına ilişkindir. Bu çalışmalar bizim için büyük önem taşıyor. Bu alanda çok fazla çalışma gerçekleştiriyoruz. Tüm ekonomistlerimiz bu alanda eğitim aldı. Mümkün olan her durumda bu çalışmaları kullanıyoruz. Yine de, davalara baktığımızda, ekonometri çalışmalarını davaların yüzde onundan azında kullanabildiğimizi görüyoruz çünkü çoğu zaman bu çalışmaları gerçekleştirmek için gereken verilere sahip olmuyoruz. Örneğin birleşmelerde, birleşme simülasyon modeli geliştirme yönünde çalışmalar yapıldı. Uygulamada bunun fazla da fayda sağlamadığını gördük çünkü modelin gerçek piyasa ile tam olarak uyuşup uyuşmadığından emin olamıyoruz. Bu nedenle, bu tür teknikler geliştirmeye yönelik araştırmalar yapsak bile, bu birleşme simülasyon modellerini kullanmıyoruz.

Şu anda fazlaca kullandığımız bir uygulamaya değinmek istiyorum. Örneğin, iki süpermarket arasında birleşme söz konusu olduğunda, zaman içerisinde-

deki farklı piyasaları kullanarak piyasada iki süpermarket bulunduğu ve bir üçüncüsü piyasaya giriş yaptığında ne gibi bir fark olduğuna bakıyoruz. Daha sonra piyasada üç süpermarket olduğunda ve dördüncüsü girdiğinde ne gibi bir fark olduğuna bakıyoruz. Daha sonra dört süpermarket olduğunda ve beşincisi girdiğinde ne olduğuna bakıyoruz. Veya beş süpermarket olduğunda ve altıncısı girdiğinde ne olduğuna bakıyoruz. Böylece farklı piyasalara bakarak piyasa yapısı ve fiyatlar açısından farkların ne gibi etkileri olduğunu görüyoruz. Böylece bir ekonometri çalışması yapabiliriz. Bu uygulamayı doğal deney veya olay çalışması olarak adlandırıyoruz. Bunlar gerçekten çok faydalı. Bunları davalarda bile kullanıyoruz. Davalarda çok fazla başarı elde ettiğimiz söylenemez çünkü hâkimleri ikna etmekte zorlanıyoruz. Ne var ki, hangi davalarda güçlü kanıtlarımız olduğuna karar verirken, bu tür çalışmaların büyük faydası oluyor. Bu çalışmalar, piyasadaki bir değişikliğin rekabeti nasıl etkileyeceği üzerine odaklanıyor.

**Prof. Dr. Erdal TÜRKKAN-** Birinci soruyla ilgili olarak şunu söyleyebilirim: Doğru, Batılı ülkelerde her piyasa için uzman kişiler var, hatta İngiltere’de bağımsız “C...” firmaları var ve bunların içerisinde de, piyasa bazında gerçekten çok önemli bilgilere sahip kişiler var; bunlardan yararlanılabilir. Bu bizde de belli bir ölçüde oluşmuştur, mesela çeşitli piyasalar düzeyinde oluşmuş çeşitli derneklerin genel sekreterleri veya başkanları o konuda hakikaten çok iyi bir bilgiye sahip olabiliyor; bunlardan yararlanılabilir. Zaten ben alternatif bir yol olarak, bunlardan yararlanıp, rekabet otoritesini ikna edemezsem, onları ikna edip onlar aracılığıyla bunu yapmayı bir model olarak düşünüyorum. Siz bir şey daha sormuştunuz; onu not etmediğim için şey yapamadım.

**Bir Katılımcı-** Teşebbüslerde de o sektörü iyi bilen uzmanlar istihdam ediyor; dolayısıyla rakibin bir ihlal hareketi hâlinde...

**Prof. Dr. Erdal TÜRKKAN-** Teşebbüsleri ikna etmek hakikaten bence de önemli. Teşebbüsler veya teşebbüs birlikleri, nasıl bir piyasada çalıştıklarını bilmek isteyebilirler. Dediğiniz gibi, burada hareket noktası onlar da olabilirler. “Bizim piyasamızda rekabet düzeyi oldukça iyi, siz bizimle ne uğraşıyorsunuz” argümanını aslında teşebbüsler daha fazla kullanıyorlar; o bakımdan, bunlar bununla daha ilgili olabilirler. Onların bununla ilgilenmeleri veya böyle bir şeyin yapılması Rekabet Kurumuna bir ihanet değil. Bunda fayda var.

Mark bir anlamda, “bu endeksi hesaplamak zordur ve maliyetlidir, değmez, biz bunu yapmıyoruz” dedi; ben de tamamen tersini söylüyorum. Ben, uzun süre dersini verdiğim için sosyal fayda-maliyet analizine çok meraklı bir insanım.

Bunun bir sosyal fayda-maliyet analizini yapsak 1'e 1000 filan çıkar; yani, bu rekabet göstergelerini veya endeksini yapmak için 1 dolar harcarsanız, bunun sosyal getirisi en az 1000 dolar olur diye düşünüyorum. Bu şimdiye kadar Batı'da neden yapılamadı? Onu bence fayda-maliyetle değil de, bu işin biraz çılgın bir iş olmasıyla açıklamak lazım.

Mark'ın haklı olduğu başka bir nokta var. Hakikaten, bunu ilgili piyasa düzeyinde hesaplamaya kalkarsak, tabii, kasabalarda bile, kentlerde bile ilgili piyasalar var, bunlar üzerinde nasıl hesaplayacağız? Hayır, ben öyle düşünmüyorum. Ben, bunun mukayese edilebilir bir şekilde hesaplanmasını istiyorum. Sizin dediğiniz gibi, uzmanlar bunu ayrı ayrı hesaplasalar veya firmalar ayrı ayrı hesaplasalar bunlar birbiriyle mukayese edilemez. Halbuki benim istediğim, bunun mukayese edilebilir metotlarla, önceden bilinen, önceden kabul edilmiş metotlarda ölçülmesidir. O bakımdan önemli.

Benim söylediğim zaten ilgili pazar düzeyinde ölçmek değil. İlgili pazarların hepsini hesaba katarak bunu ölçmek imkânsız olabilir. "Five-six digit or seven-eight digit industrial classification record..."; ona göre ölçmek anlamlı olabilir. Dedim ki, rekabet otoriteleri de, rekabet araştırmalarını yaparken, rekabet düzeyi konusunda standart bir metodolojiye göre bir şey hazırlayabilir. Mesela biz, yapılan araştırmalarda, acaba oradaki veriler rekabet düzeyini tespitte yeterli mi diye Rekabet Kurumunda baktık; değil. Bazıları buna müsait. Sektör analizlerinde, -mesela petrole ilgili son bir şey yapıldı- böyle bir rekabet düzeyi değerlendirmesini yapmaya elverişli veriler daha fazla; ama, rekabet araştırmalarında böyle bir düzeyi tespitte elverişli bir şey yok. Aslında rahatça bu yapılabilir, düzeltilebilir, çünkü o sırada uzmanlar konu üzerinde çalışıyorlar, her şey, bütün veriler ellerinin altında.

Benim bulduğum yöntem: Birtakım piyasaları bilen kişileri bulup, onlarla, -benim hesabıma göre- 1 saatlik bir görüşme yaptıktan sonra elde edeceğim verilerle bunun değerlendirmesini yapmak çok rahat mümkün olabilir; bu bir başlangıç olabilir. Zaten böyle bir şeyde geliştirme aşaması yaşamamız lazım. Burada benim değinme fırsatı bulamadığım başka zorluklar var. O kadar kolay bir şey değil. Teşekkür ederim.

**Oturum Başkanı-** Buyurun.

**İsmail Hakkı KARAKELLE (Rekabet Kurulu Üyesi)-** Teşekkür ediyorum Sayın Başkan.

Öncelikle her iki tebliğ sahibine de çok teşekkür ediyorum. Çok şey öğrendik.

Bir endişe taşıyorum. “Bütün piyasalar bakımından rekabet endeksini ölçelim”; Erdal Hocanın hayali güzel. Güçlüklerini de söyledi. Bütün sektörlerde, bütün alt piyasalarda, bunun tamamı yapılabilir mi, bunu rekabet otoriteleri mi yapmalı soruları kafamda var. Tümü bakımından getireceği götüreceğinden fazla mı olur? Endişeliyim.

Yaşadığımız tecrübeleri özetlersek, bir defa, o sınırlı çalışma denen şeyler bile çok zaman alıyor. Akaryakıt sektörüyle ilgili yapılan çalışma neredeyse 18 ay önce başlamış bir çalışma. İzak Hoca burada. Bilmeyenleri haberdar etmek lazım. 2005 yılında Rekabet Kurumu, Dünya Bankası ve TOBB’un ortaklaşa yaptığı sektör çalışmasında; “telekomünikasyon” “hızlı tüketim malları” “hava yolları” ve “enerji” sektörleri vardı. Bu çalışmalar dört sektörle ilgili yapıldı ve İngilizce ve Türkçe olarak basıldı. Çalışma yine toplamda 1.5-2 yılı buldu. Kurul Üyemiz Akif Bey 1’inci Dairemizden sorumlu olduğunda, “ilaç piyasasını bir anlayalım, ne oluyor ne bitiyor, sonuçta hem regülatörlere bir şey söyleyelim, hem yapılacaklarla ilgili yasama organına bir şey söyleyelim” dendi, çünkü burada bir problem var. Sonuçta kendisi oradan ayrıldı, diğer görevlere çıktı ve netice alamadık, çalışma sonlanamadı.

Şunu anlatmaya çalışıyorum: Bu tür çalışmalar yapılmalı, ancak, seçici olunmalı. Mesela akaryakıt tercihi iyi bir tercihti ve “nedir aksayan, ne düzelmeli” konusunda ortaya, belki bizim kendi kendimize söylememiz çok yakışı kalmaz ama, en azından ortalamayı kurtaran, -dışarıdan da öyle intibalar aldık- bir rapor çıktı. Raporu hazırlayan arkadaşlar bize, “dikey anlaşmalarla ilgili mevzuatı şöyle değiştirmelisiniz” dediler, mevzuat değişikliğini önerdiler, ayrıca EPDK’ye de bir şeyler söylediler, yani bunu söyleyen bir metin çıktı. Belirttiğim Dünya Bankası, TOBB ve Rekabet Kurumunun ortaklaşa yaptığı Raporları maalesef iyi dağıtamadık, tanıtamadık; öyle bir eksiğimiz oldu. O raporlar da böyle sonuçlara ulaşıyordu. Özetle seçici olmak gerekir diye düşünüyorum. Biz o tarihte bu dört sektörün yanı sıra ilacı ve akaryakıtı sorunlu görmüştük. Bütün sektörlerde böyle bir ölçüleme yapmak ve sonuçlara ulaşmak acaba mümkün olabilir mi? Mümkün olursa da, değer mi?

**Prof. Dr. Erdal TÜRKKAN-** Bu sorunuz için çok teşekkür ederim, çünkü orada bir yanlış anlama olduğunu görüyorum. Benim önerdiğim sektör araştırması değil. Ben sektör araştırmalarını çok öneriyorum, yani çok iyi bir şey ol-

duğuna inanıyorum. Ancak, dediğiniz gibi, sektör araştırmaları pahalı bir şey ya da Market investigation yapma işi pahalı bir şey. Ben, bunun öncelikle nerelerde yapılması gerektiğini tespit edecek bir ön belirlemeden bahsediyorum. Benim yapacağım şey 1 saatte bitiyor. Bir sektör konusunda bilgisi olan ve bu bilgiyi bana objektif olarak vermeye hazır olan birisi ve benim hazırladığım format üzerinden, 1 saat içerisinde ben, “bu alt sektördeki rekabet düzeyi 66’dır veya 70’dir” diyebilecek duruma geliyorum. Biz bunu neden bütün piyasalar için yapacağız? Bütün piyasalar için bunu yapmak çok pahalı bir şey değil ve mümkün, fizibl bir şey; 4-5 kişinin 1 yıllık çabasıyla ilk format oluşturulabilir. Sonradan bunu sadece iyileştirme ve yenileme için çaba sarf edilecektir. Bu o kadar pahalı bir şey değil. Belki, bir sektör raporunu hazırlamak için katlanılacak maliyetle tamamını yapmak mümkün. Bu zaten mevcut verilere dayalı olarak bilgisayarda yapılacak.

O bakımdan, benim önerdiğim şey sektör raporu filan değil; benim önerdiğim şey, rekabet göstergeleri. 30 tane veya 40 tane değişkenin değerini hesaplayıp, bunlara ağırlıklar atfedip, bu ağırlıklardan bir rakamın hesaplanması ve sistematik olarak bu işin mümkün olduğu kadar bütün bu 6 haneli istatistik verilerinin olduğu alanlarda yapılmasından bahsediyorum. O kadar da zor bir şey değil. İlk elde yapılabilir; bunu şahsen kendim bile yapabilirim. Bunun iyileştirilmesi, daha güvenilir hâle gelmesi için iyi. Şu anda o kadar büyük bir bilgi boşluğu içerisindeyiz ki, şikâyet oluyor, Mark’ın dediği gibi, otorite diyor ki, “şu konuda bir araştırma yapın” ya da gazetecinin birisi bir şey buluyor, onun üzerine yapıyor. Aslında bu çok ilkel bir metot.

Şu anda mevcut olan 5-10 tane ya da 6-7 tane veriyi kullanarak bile piyasaların rekabet düzeyi konusunda oldukça işe yarar, -“işe yarar” bahsinden bahsediyorum- iyileştirmeye muhtaç olmakla birlikte, ilk sinyali veren bir veri elde edebiliriz diye düşünüyorum. Teşekkür ederim.

**Oturum Başkanı-** Buyurun efendim.

**Sevinç ORHAN (Pamukkale Üniversitesi İktisat Bölümü)-** Tüm sunumlar için teşekkür ediyorum. “İktisat teorisine biraz farklı alternatif yaklaşımlardan bakarsak” şeklinde bir açılım belki tartışmaları başka bir yöne de getirebilir diye düşünüyorum. “İktisat teorisi” derken, aslında fiyat teorisi, iktisat bilimi de fiyat teorisi ve firma davranışları üzerinde kafa yoruyor, makroda-mikroda aynı şeyi soruyoruz aslında. Dışarıdan baksak, farklı bir paradigmadan baksak acaba bir şey elde edebilir miyiz? Yerleşik iktisat içinde konuştuğumuzun farkındayım ben.

O masum varsayımlar aslında bu marjinal maliyetle işleyen bir piyasa düzeni. Piyasa dediğimiz yapı acaba marjinal maliyet dışında bir fiyatlamayla işlemiyor mu? Mesela marka fiyatlamayla işleyen bir piyasa yapısının olduğunu varsayarsak, bütün işleyiş mekânizmaları değişiyor. Bu birincisi; birinci, masum varsayımın dışında bir bakış açısı.

Yine, piyasa davranışlarını rasyonalite kısıdı altında düşünüyoruz, tam rasyonalite kısıdı var gibi düşünüyoruz. Piyasada eksik rasyonalite varsa, sınırlı rasyonaliteyle düşüsek farklı bir noktaya gelebilir miyiz? Bu bizi şuraya götürür: Neoklasik iktisadın temel varsayımını eleştireceğiz aslında, yani üzerinde durduğu çatıyı eleştireceğiz. Acaba firmalar kâr maksimizasyonu ile mi işliyor, yoksa piyasayı işleten kâr maksimizasyonu değil de çıkar maksimizasyonu mu; bu da yerleşik iktisat için, çözmesi gereken başka bir soru. O zaman, piyasa, piyasa yapısı, firma denilen şeyleri yeniden değerlendirmemiz gerekiyor.

Fırat Bey sunumunda, “iktisat, sanayi ekonomisi tartışmasında ampirik araçları yenileme yolunu seçti” demişti. Aslında, oligopol teorilerini, fiyat teorilerini, piyasa yapısı teorilerini tartışan ekoller de var. Buralardan iktisada baktığımızda daha farklı bir noktaya gelebiliriz.

Bir de, Erdal Hocamın açılımla ilgili, belki onu destek niteliğinde bir şey söyleyeceğim. Dünyada tartışılan kurumsallaşma endeksi var (yükselen piyasalar, gelişmiş piyasalar) ya da demokratikleşme endeksi var ya da entegrasyon endeksleri var. Dolayısıyla, “rekabet endeksi” de aslında kurumsallaşma endeksi içinde tartışılan bir kavram, özellikle yeni kurumsal iktisadın çok kullandığı bir kavram; bu olabilir, çünkü biz, piyasanın ve firmanın aynı şey olduğunu kabul ediyoruz. Ancak bu maliyetli işleyen bir düzen.

Rekabetçi ekonomi o zaman; çok kontratlı, çok düşük işlem maliyetli, kendiliğindenliğini sağlayan bir ekonomi gibi başka bir yere gidiyor. Bunu anlayabilmek için tabii ki bizim endekslere (uluslararası rekabet endeksi ya da kurumsallaşma endeksi gibi), bakıyor olmamız lazım. Buna acilen ihtiyaç var. Bu daha çok, piyasadaki gelen bir davranış oluyor. Aslında, iktisatta tüm kavramları altüst etmemiz lazım. Oradaki “ajan” kavramı aslında, insanı, iktisadı ve piyasayı çağrıştırmıyor gibi bir açılım getirmeye çalıştım. Teşekkürler.

**Bir Katılımcı-** Sayın Başkan, sunumlarından dolayı Sayın Fırat İnceoğlu'na ve Sayın Erdal Türkkkan Hocama çok teşekkür ediyorum. Erdal Türkkkan Hocama, beni 15 yıl öncesine götürdüğü için özellikle teşekkür etmek istiyorum.

Kendilerine bir şey sormak istiyorum. Biraz makro alanıyla ilgilendiğim için bu alanın yabancıyım. Erdal Hocamın sunumunda dikkatimi çeken bir nokta oldu. Anladığım kadarıyla, sizin sunumunuzdan çıkarttığım sonuç, rekabet endeksinin hesaplanması açısından piyasaların izlenmesi gerektiği konusu oldukça önemli. Yanılıyorsam lütfen düzeltin Hocam. Bu açıdan, piyasaların izlenmesi, dedektifçilik anlamında olmadığını biliyorum, şeffaflık anlamında izlenmesi gerektiği, yani tam rekabetçi yapıya doğru gitme anlamında izlenmesi gerektiği fikrinin vurgulandığını düşünüyorum. Sizce hangi tür mekânizmalar geliştirilmeli? O piyasaların izlenmesi konusunu biraz açabilir misiniz? Rekabet Kurumunun yanı sıra acaba bu noktada üniversitelere de düşen görev var mı? Teşekkür ederim.

**Prof. Dr. Erdal TÜRKKAN-** Önce birinci soruya cevap verelim. Tabii, bu rekabet endeksiyle kurumlaşma endeksi çok farklı. Benim burada önerdiğim endeks en az 6 haneli, 6 haneli bir endüstri sınıflamasına göre yapılacak bir endeks, oradan hareket ediyor. Halbuki, piyasada, kurumlaşma endeksi dahil, hemen hemen bütün endeksler makro verilerden, makro değişkenlerden hareket ederek sonuca ulaşıyor, mesela dondurma sanayini incelemiyor. Biz, oradan hareketle yukarı doğru çıkıyoruz ve ekonomi için bir rakama ulaşıyoruz. Öyle bir öneri var. O bakımdan, farklı.

Söylediğiniz başka bir şey var (ben onu çok önemsiyorum): “Piyasa” mı, “firma” mı kavramı. “Piyasa” kavramı, tabii, 19’uncu yüzyıldan beri üzerinde ısrarla durulan, bizim de kabul ettiğimiz önemli bir kavram. Piyasa kavramı içerisindeki “firma” şudur: A, B, C firmaları, yani firmanın adı sanı yoktur, firma önemli bir şey değildir; firma, bir karar birimidir, özelliği olmayan basit, standart bir ajandır. Halbuki şimdi, bakıyoruz, Türkiye’den büyük firma var, battığı zaman dünyayı şöyle sallayan firma var.

“Endüstri İktisadı” diye kalınca bir kitap yazdım. O kitapta firmayı ben, düzenleyici ajan olarak aldım. Firma, A, B, C diye standart bir varlık, basit karar birimi değil; firma, stratejisi olan, iç düzenlemeleri olan bir dev, müthiş bir şey hâline geliyor ve ona göre hesaplıyor. Şimdi biraz senin olaya da geliyoruz. Yapı-performans ilişkisine göre birtakım hesaplar yapıyorsun ama bir şey çıkmıyor, çünkü, orada esas tayin edeci faktör firmalar. Belki de ileride firma ajansı, yani firmalarla ilgilenen bir şey kuracağız. Bakıyoruz, Türkiye’de 1500 firma verginin yüzde 80’ini ödüyor, üretimin yüzde 70-80’ini yapıyor, ihracatın aynı boyuttaki kısmını yapıyor filan; bu, başka ülkelerde daha da beter mesela Japonya’da 5 tane firma ihracatın yarısını yapıyor filan. Bunlara artık “firma” diyemiyoruz. Mitsu-



bishi, Koç, Sabancı; bunlar büyük fenomenler. Belki de bunu inceleyen bir otorite yok; şu anda firmayı inceleyen bir otorite yok. Belki ileride yapılması gereken şey, firmayı gözetim altında tutmak. Vatandaş, bireyler sokakta gözetim altında tutuyor ama, firma dediğimiz olay ne yapıyor, bunlar nereye gidiyor nereden geliyor, ne yatırıyor, ne düşünüyor, ne planlıyor? Ülke yıkan firmalar oldu, yani bir ülkedeki rejimi devirip başka bir rejimi getiren firmalar oldu. Biz bunlara böyle seyirci kaldık. Ben, bu firmanın bir ajan olarak ele alınıp değerlendirilmesi gerektiğini ve buna göre bir teori yapılması gerektiğini... Ben kendi şeyimde naçizane bunun bir denemesini yaptım. Ama, gerçekten, yapı-davranış-performans şeyi hâlâ çok hâkim. Fıratçığım, senin getirdiğin ampirik boyut da bunu biraz aşıyor ama, tam olarak firmaya odaklandığını söyleyemeyiz. Tam olarak firmaya odaklanan bir Industrial Economics ya da yeni bir, -neyse adı- teori lazım, buna göre bir kurumsallaşma lazım, bunların gözetim altında tutulması lazım. Bunlar müthiş güçler. Ben, “rekabet” kadar “güç” kavramını da çok önemsiyorum. Firma bir güçtür, bir sürü yerde devletten daha büyük bir güçtür. Bu gücü kim inceliyor, ne yapıyor ediyor belli değil. Bunun, özgürlükler ve diğer bütün teoriler içerisindeki yeri de çok iyi belirlenmiş değil. Biz hâlâ, -ezberlerimiz var- “A firması”, “B firması” gibi gayet standart bir şeyden konuşuyoruz. O bakımdan, bence bu açılımlar önemli. Senin sorunu da ve seninkini de özetliyor. Ben de zaten diyorum ki, piyasaları gözetleyelim, en azından bir gözetleme hissi verelim. Bu niye oluyor, neler olup neler bitiyor; firmaları gözetleme şeyi var. Ben bir ara tez, birisi bir firmayı incelesin dedim. Firma üzerinde artık uzmanlaşmak lazım; çünkü ülke gibi bir şey. Türkiye ekonomisini inceleyen adam, firmayı (Ford, Sony, Mitsubishi gibi), inceleyen insanlar var da, bunlar çok ön planda değil, çünkü bunlar büyük ajanlar, mesela Türkiye’de verginin yüzde 5’ini veriyor, öyle bir firma düşünün. Müthiş bir olay. Benim söyleyeceğim bu. Bu açılımlara, bu sorulara katılıyorum. Teşekkür ederim.

**Yrd. Doç. Dr. Fırat İNCEOĞLU-** Bence de, evet, “iktisadi ajanlar rasyonel midir” sorusu önemli bir soru, özellikle mikroekonomide. Sınırlı rasyonellik (Bounded rationality), uzman olduğum bir alan değil. Burada benden çok daha iyi mikroekonomi bilen hocalarım var. Bildiğim kadarıyla sanayi iktisadı açısından şöyle bir yorum getirebilirim: Bounded rationality, yanılmıyorsam, insanların yaptıkları işlemlerden dolayı daha sonra pişmanlık duymaları. Ne olabilir? Ben diyete başlıyorum ya da bir spor salonuna yazılıyorum, 1 senelik parayı ödüyorum, iki kere gittikten sonra bırakıyorum, pişman oluyorum. Örneğin, ileride bırakacağımı bile bile o spor salonuna neden o parayı yatırdım o zaman; pişmanlık duyuyorum.

Yanlış anlaşılan bir kavram var: Rasyonelliği, hata yapmama gibi bir varsayım olarak algılıyorlar. Böyle bir şey yok. Rasyonellik, “iktisadi ajanlar hata yapmazlar” demek değil. İktisadi ajanlar, ellerinde olan bilgiler ışığında en iyi kararı verirler. Firmalar hata yapmazlar mı? Yaparlar. Firmalar batmaz mı? Batarlar. Ama, ellerinde olan bilgiler ışığında bir risk alırlar, zarı atarlar, zar 6 gelmez, batarlar. “O firma rasyonel değil, çünkü battı, bu adam niye bu piyasaya girmiş ki” diye sonradan bakmak doğru olmaz.

**Sevinç ORHAN-** Orayı açabilir miyim?

**Yrd. Doç. Dr. Fırat İNCEOĞLU-** Tabii.

**Sevinç ORHAN-** Sizin sözünü ettiğiniz, risk anlamında, “Night”le olan tartışma. Sınırlı rasyonalite tartışmasını daha farklı yerlerde alıyoruz. Aslında, orada tam bilgiyi sorguluyor. Firmalar, tam bilgi varsayımı altında en iyi kaynağı nereden alacaklarını bilirler. Hatta, -şu ana kadar hiç konuşmadık- bu firmalar sanki ilahi bir şekilde finansman teknikleriyle kendilerini finanse ediyorlar da, yalnızca marjinal maliyetlerini düşürüyorlarmış gibi düşünüyoruz. Aslında bu, firmaların finansman biçimleri de, onların marjinal maliyetlerini etkileyen bir durum. Ne şekilde finans olacağını bilmiyor, faizi diğeriyle aynı şekilde okumuyor, Merkez Bankasına ya da kredi veren finans sistemine aynı uzaklıkta değil, hammaddeyi aynı şekilde tanımıyor, tüm piyasaları aynı şekilde tanımıyor; dolayısıyla, marketler zincirinin en üstündeki ayrı, perakendeci farklı bilgi akışkanlığında. Sonuçta, bilgi aynı veri stokundan eşit şekilde dağılsa da aynı şeyi anlamıyoruz. Dolayısıyla, tam bilgi yok. Tam bilgi olmayınca tabii ki rasyonel tercih yok. Bu birinci ayağı.

İkinci ayağı da, iyimser bir şekilde insanların kârı maksimize ettiklerini öngörmek. Ya, Hocanın söylediği, o büyük firmaların amacı kâr maksimizasyonu değilse... Makro-mikro ayrımından biraz uzaklaşalım. Faizler yükseliyor, sanayici işletmeyi kapatıyor, kamu kâğıdı alıyor; bunu nasıl açıklayacağız? Türkiye’ye göre rasyonel bir davranış. İktisat için rasyonel bir davranış mı? Değil.

**Sevinç ORHAN-** İktisat için rasyonel bir davranış mı? Amaç kâr maksimizasyonudur. Yerleşik iktisada göre firma, kârını maksimize edecektir. O rant alıyor, çıkar oluyor. Firma, çıkarını rasyonel edecek şekilde hareket ediyor.

**Oturum Başkanı-** Tartışmaya devam edeceğiz. Sayın İzak Atiyas bir şey söyleyecek...

**Sevinç ORHAN-** Kusura bakmayın, sınavım olduğu için çıkmak zorundayım, cevabı dinleyemeyeceğim. Daha sonra arada görüşelim.

**Doç. Dr. İzak ATİYAS-** Rasyonalitenin enteresan bir ortaya çıkış biçimi var. Rekabet Kurumu kararlarını ilgilendirdiği için deminden beri örneği hatırlamaya çalışıyorum, fakat zihnim yorgun, tam olarak hatırlamıyorum. Firmalar hakikaten ciddi hatalar yapabilirler. Yalnız, bu fantastik bir soru. Ben şu anda rekabet hukukunun buna cevap verebileceğini düşünmüyorum. Dolayısıyla, daha iyi bildiğimizi yapmak zorundayız gibi geliyor bana. Fakat, öyle durumlar olabilir ki, firmanın yaptığı hata ile ihlal arasında ciddi bir korelasyon olabilir, örneğin, hatalı bir seçim sonucu uyguladığı strateji rekabet hukuku ihlaline yol açabilir veya açmayabilir. Halbuki biz, rekabet hukuku içinde firma davranışlarını muhakeme ederken genelde bir rasyonalite varsayımı üzerinden gidiyoruz; bunu da biraz yapmak zorundayız. Firmaların hata yapıp yapmama işinin böyle doğrudan doğruya rekabet hukukunu ilgilendiren bir tarafı da var.

Endüstri iktisadı içinde, asimetric bilgi arasında firma nasıl davranış ve saire bence doğru değil; bunlar çok içkin şeylerdir. Dolayısıyla, bence o eleştiri pek doğru değil. Yıkıcı fiyatlamayı açıklayabilen tek teori, asimetric bilgi varsayımına dayanan bir teoridir. Standart şey içinde başka türlü yıkıcı fiyatlamayı açıklayamazsınız zaten. Somut olayı da hatırlarsam söyleyeceğim ama maalesef hatırlayamadım kusura bakmayın.

**Yrd. Doç. Dr. Fırat İNCEOĞLU-** Sonuçta, rasyonellik, firmaların ya da ajanların tam bilgiye sahip olmaları ve öyle karar vermeleri değil, ellerinde olan kısıtlı bilgi içerisinde en iyi kararı vermeleri.

Firmalar kâr maksimizasyonu yapıyorlar mı; bu önemli bir soru ve aslında çok sık sorulan bir soru. O varsayımına dayanıyoruz. Belki çok öze indiğimizde, A firması piyasaya yeni bir ürün sürüyor, burada amacı kâr maksimizasyonu mu? Herhâlde artık orada amacı kâr maksimizasyonu. CEO, “piyasaya şöyle bir ürün sunalım da hisselerimiz şöyle olsun, sonra firma batarken benim ödemem böyle olsun” diye düşünmüyordur herhâlde. Artık, en mikro detaya indiğimizde (fiyatların belirlenmesi, yeni ürünlerin seçilmesi, belki birleşmelerde), detay kararlarda, detay stratejilerde herhâlde kâr maksimizasyonu diyebiliriz. Ama, genel olarak firmanın kapsamlı ana amacı, ana gayesi kâr maksimizasyonu mudur; evet, o bir soru.

**Prof. Dr. Erdal TÜRKKAN-** Müsaade ederseniz rasyonaliteyi tanımlayalım. İktisatta rasyonalitenin tanımı bellidir. Rasyonalitenin üç tane koşulu var: Birinci koşul, çoğu aza tercih etmek, yani bir maksimumlaştırma veya minimumlaştırma arayışı içerisinde olmak; ikinci koşul, geçişlilik kuralına uymak, yani A'yı B'ye tercih ediyorsan, B'yi de C'ye tercih ediyorsan, A'yı C'ye tercih edersin; üçüncüsü de, bağımsızlık, yani kararlarını hiç kimsenin tesiri altından almadan, kendi çıkarı ve kendi tercihleri çerçevesinde vermek. Bu üç koşul çerçevesinde tanımlanmıştır ve çok belli bir kavramdır. Dolayısıyla, kârını maksimize etmek maksimumlaştırma değildir. Rasyonalitenin gereği çoğu aza tercih edecek, faiz daha fazla getiriyorsa faize verecek. “Hayır, ben sanayiciyim, ille de kârını maksimize edeceğim” diye bir durum irrasyonel bir durumdur. Ancak, hukuk ve ekonominin getirdiği çok enteresan bir şey var: “İrrasyonel suçlu.” Biz suçluları ikiye ayırıyoruz: Birincisi rasyonel suçlu. Rasyonel suçlunun davranışını öngörebiliyorsun; cezayı arttırınca adam cayıyor. Yakalanabilirlik oranını hesaba katarak bir ceza verirsen, adam rasyonelse suçu işlemiyor. Bu kolay. Bir de irrasyonel suçlu var ve irrasyonel suçlu, “biz bu adama ne yapacağız” filan diye çok düşünüyor. Mesela, “bunlara hemen dayak atacaksın”, “hemen bir şey uygulayacaksın” diye bazı tahminler var. Mahkeme uzun sürerse, uzun süre sonra ceza alacaksa, ne kadar yüksek olursa olsun irrasyoneli bu caydırmıyor. Bizim karakollarda dayak atarlar; insan haklarına da aykırıdır. Adam, 10 sene sonra ya da 2 sene sonra mahkûm edilmekten daha fazla, karakoldaki dayaktan korkuyor. Bunlar, hukuk ve ekonominin yeni koyduğu boyutlar ve ben şahsen bu tür şeyleri çok enteresan buluyorum. Bazı sonuçlar çıkarılabilir diye düşünüyorum.

**Oturum Başkanı-** Efendim, teşekkür ediyorum. Yalnız, birisini kürsüye çıkarıp koltuğa oturtursanız diktatöryal haklarını kullanmaya kalkar. Ben de iki cümle söyleyeceğim: Bir tanesi, yine size cevap vereceğim. Kurumlarda konuyu bilenler olabilir ama onlar başkalarını bilgilendirmeyebilirler. Bu, “Basel II”de bankacılık için ortaya çıkan bir konu. Basel II demişti ki, “bir sermaye yeterliliği olacak, bir merkezi kontrol olacak, bir de piyasa denetimi olacak, firmalar birbirlerini denetleyecekler”; fakat son finans krizinde gördük ki, o olayda önemli bir tökezleme var. Hatta, kurumların kendini denetimine ağırlık veren Alan Greenspan gibi bir değerli insan, “bu niye işlemedi” diye sormak zorunda kaldı. Anlaşılan kişiler bu tür bilgileri sadece kendilerinin kullanımına ayırıyorlar. Bu da toplumsal yarar sağlamayabiliyor. Gerçi, siz tersini söylemdiniz. Ama, ben bu fırsatı bahane ettim.

Akılcılık konusuna geleyim. Akılcılık varsayımları doğrusal matematiksel modelin varsayımlarına benzer. Niye doğrusal model yaparız? Ele aldığımız ilişkilerin doğrusal olduğunu düşündüğümüz için mi? Hayır. Genelde doğrusal ilişkiler olmasını beklemeyiz bile. Buna karşılık doğrusallık varsayımları altında iş yapmak çok kolay olduğu için bu yola gideriz. Akılcı olmayan (irrational), doğrusal olmayan, akıl dışı davranış demektir. Akılcılık varsayımları dışı davranış anlamına gelir, deli olmak anlamına gelmez. Bu varsayımlara uyulmadığında ne olur?

**Prof. Dr. Erdal TÜRKKAN-** Öngörülemezlik yani.

**Oturum Başkanı-** Ya da “bu yolla öngörememek.” “Ne olurdu” konusunda bir noktaya değinmek istiyorum. Bu konudaki tartışmaları başlatan, felsefeciler, onlarla iktisat arasındaki ilişkiyi kuran Jon Elster. 20 küsur yıldır iktisatta (ve diğer bazı bilim alanlarında), “akılcılık dışı davranışlardan nasıl çözümlenebileceği” ele alınıyor. Bu zor bir konu. Çünkü davranış biçimleri ve buna ilişkin modeller çok karmaşıklaşıyor. Ancak, bu konunun iktisadi çözümlemeye pekala eklenebilir düzeye geldiğini söylemek de olanaklı.

**REKABET EKONOMİSİ ve POLİTİKASI  
SEMPOZYUMU-I**

*14-15 Kasım 2008*

*DENİZLİ*

---

**DEĞERLENDİRME OTURUMU**



**Oturum Başkanı-** Bu konferansın geleceğine yönelik görüşleri çok kısa olarak alacağız; diğer etkinliklere katılmak için bunu yarımda bitirmemiz gerekiyor. Lafı uzatmadan sözü Sayın Ünal Zenginobuz'a vermek istiyorum. Kendisi Boğaziçi Üniversitesi Öğretim Üyesi. Doktorasını Pennsylvania Üniversitesinden aldı. Mikroekonomi teorisi, kamu ekonomisi, sanayi iktisadi, regülasyon, düzenleyici kurumlar ve işleyişi üzerinde çalışıyor. Bu konuya çok yakından ilgi duyan iktisatçılardan birisi olduğu için de ayrıca çok memnunuz. Buyurun efendim.

**Prof. Dr. Ünal ZENGİNOBUZ-** Çok teşekkür ederim Hasan Bey. Öncelikle ben de Rekabet Kurumuna, Pamukkale Üniversitesine ve Celal Beye bu girişimleri için çok teşekkür ediyorum. Çok anlamlı ve önemli buluyorum. Rekabetin ve Rekabet Kurumunun önemi üzerine bir şey söylemeye gerek yok. Rekabet hukuku ve rekabet ekonomisi arasındaki ilişkiler bakımından da bu konunun gündeme gelmesi gerçekten önemli. Umarım bundan sonraki yıllarda da giderek artan bir ilgiyle devam eder. Ben de her zaman için bu konuda elimden gelen katkıyı yapmak isterim. O açıdan, düzenleyicileri öncelikle tebrik ediyorum.

Dünden itibaren konuşmacıları ve konuşulanları dinlerken, 3-4 yıl önce Rekabet Kurumundaki toplantıda bu konularda yapılan konuşmalar aklıma geldi; hukuk-ekonomi ilişkisi konusunda o zaman da yine epeyce bir tartışma yapılmıştı. O zaman da, iktisadi analizin rekabet analizinde daha çok kullanılması konusundan söz ediliyor, konuşulmuştu. Ben bir iktisatçı olarak galiba o zaman bir parça hukukçuları oldukça sevindiren bir tutumla, “yahu, çocuklar, iktisadi analiz çok önemlidir, ‘rekabet’ kavramını iktisat olmadan düşünmek mümkün değildir ama, biraz da dikkatli olmak lazım, iktisadi analizin söyleyeceği, söyleyebileceği şeyler de sınırlıdır” diye söylediğimi ve dediğim gibi, hukukçular tarafından çok sevildiğimi hatırlıyorum. O günkü müdahalemden sonraki arada hukukçular yanıma gelip, “çok teşekkür ederiz, bir iktisatçıdan bunu duymak çok iyi oldu” demişlerdi. Kısmen onu tekrarlayacağım.

Böyle bir toplantıda bunu belki hiç söylememek lazım; “iktisadi analiz, ‘rekabet’ kavramında, Rekabet Kurumunun çalışmasında nasıl olmaz” diye insan hayretler içinde kaldığı için ve bugüne kadar daha fazla kullanılmamasından hep şikâyet ettiğimiz için, -tabii, tersini söylemiyorum- onu belirtmeye çalışacağım.

Ben, mikro teoriyle, mikro teorik modellerle (denge modelleri, oyun teorisi modelleri vesaire), uğraşıyorum; dolayısıyla, onun hem gücünü, hem de sınırlarını bir parça yakından incelediğimiz modeller de görüyorum. Gerçekten gücünü görmek gerekiyor. Rekabetle ilgili konuları başka neyle inceleyeceğiz? İktisadi



kavramları, iktisadi modelleri kullanmazsanız neyle anlayacaksınız? Bence, yalnızca hukukla anlamının imkânı, ihtimali yok. Diğer taraftan da, mesela çoklu dengeler, model sonuçlarının yapılan varsayımlara aşırı bağıllığı vesaire gibi birçok konu var. Bu çerçevede de, iktisadi analizin de sınırlarını bilmek lazım.

Bir defa, her şeyden önce, gerek iktisadın, gerek hukukun temel kavramlarını çok iyi anlamak lazım diye düşünüyorum; dolayısıyla, analizde de, onun verdiği alçakgönüllülikle bütün araçları kullanmak gerekiyor. “Ben, ortadaki bir olayı açıklayacak oyun teorik modeli mutlaka bulurum, bu olayı da açıklayabilirim, tersini de açıklayabilirim”; teorinin bulunduğu nokta biraz bu. Alçakgönüllü bir şekilde ve hukuku hiç unutmadan, bunları bilmek ve sanayi iktisadının modellerini anlamak lazım. İktisatçılar uzun bir süre, hukuku yok sayarak modelleme yapmış durumdadılar ve sonra fark etmişler ki, aslında gerçek iktisadi hayatın hukuksuz yürümesi söz konusu değil. Serbest piyasa ekonomisi olgusu, hukuk olmazsa zaten başlayamayacak bir olgu. Dolayısıyla, hukuk gerçekten çok önemli. Hukukçular da bazen iktisadi saiklerin olduğunu unutarak, yalnızca yazılı kuralların kelime kelime uygulanmasıyla hareket ediyorlar. Maalesef, her zaman olduğu gibi, gerçek iki arada bir yerde. Dolayısıyla, buna dikkat etmek gerekiyor. Bence iktisadi analiz çok önemli, fakat sınırlarını da çok iyi görmek gerekiyor.

Dün tartıştığımız ve İzak’ın da belirttiği ve çok önemli bulduğum bir husus var: Per se kuralı; açıkçası, onun hakikaten bir iktisadiliği var. Hakikaten, Adam Smith’in de dediği gibi, aynı meslekten iki insan bir araya gelip de sık sık konuşuyorlarsa, bunlar büyük ihtimalle kendi menfaatlerini arttıracak bir şey peşindedirler. Bu ampirik olarak doğruysa, 100 olaydan 99’unda böyleyse ve de aksiyle uğraşmak da çok aşırı maliyetliyse hakikaten Per se kuralını işletmeniz gayet iktisadi geliyor. Ayrıca bunun şöyle de bir iktisadiliği var: Bunu hukukçulara anlatması da kolay.

Disiplinler arası anlaşma bakımından da bazen, çok ayrıntılı analiz yerine böyle kaba kurallar, -hukukçulara da ihtiyacımız var- önemli. Bunları hep akılda buldurmak lazım. Bakın, burada yine iktisadi rasyonalite var; onu da söylemek durumundayız. Basitliğin ve bazı ayrıntılı analizlerden uzaklaşmanın da bir rasyonalitesi olabilir. Bütün bunları göz önüne almak lazım. İnsan gençken, “iktisat olsun”, “hukuk olsun” gibi uçların galip gelmesini istiyor, ama maalesef daha sonra da hep, “biraz ondan biraz ondan”, daha sıkıcı oluyor; ama gerçek hayat böyle biraz daha sıkıcı.

Türkiye’deki rekabet uygulamalarında da, gerek hukukun, gerek iktisadın,

birbiriyle düşman değil, birlikte çalışılan alanlar şeklinde ilerleyeceğini umuyorum.

Türkiye’de iktisadi analiz ne çok kullanılmıyor? Çünkü talebi yok. Dün Doctor Frankena çok güzel bir şey söyledi; “biz iktisadi analizi..., çünkü, mahkemeye gittiğimiz zaman hâkim istiyor” dedi. Türkiye’de öyle bir şey yok. Türkiye’de hâkimler büyük ihtimalle bu konularda hiç iktisadi analizi istemiyorlar diye düşünüyorum; belki biraz değişti. İsteyecek olurlarsa, o noktaya gelirsek, -ki mutlaka gereklidir- o zaman iktisatçılar da bu konuyla ilgilenecekler. Bakınız, burada, Türkiye’yle ilgili olarak çok az vaka analizi buluyoruz. Niye? Bir akademisyen bunu niçin yapacak? Akademik bir getirisinin olması lazım. Akademik getirisi yok. Teorik işlerle vesaireyle uğraşmak çok daha kolay. Burada gerçekten bir işe yarayacaksa, bunun bir getirisi olacaksa insanlar uğraşacaklardır. Bu sempozyumun da öyle bir faydasının olacağını düşünüyorum; en azından, böyle çalışmalarını göz önüne getirmesi bakımından, konuya önem verildiğini göstermesi bakımından çok önemli.

İnşallah çok daha fazla vaka analizi göreceğiz ve inşallah da bu konu yerleşecek ve çok daha fazla katılımlı, çok daha fazla katılım arasından yarışma galiplerinin seçildiği toplantılar da yapabileceğiz. O açıdan, tekrar bu girişim için Rekabet Kurumunu ve Pamukkale Üniversitesini kutluyorum ve bundan sonrası için başarılar diliyorum. Teşekkürler.

**Oturum Başkanı-** Teşekkür ederim. Şimdi sözü İzak Atıyas’a vermek istiyorum. İzak Atıyas, Doktorasını New York Üniversitesinden aldı. Dünya Bankasında çalıştı. 1998’den beri de Sabancı Üniversitesinde Öğretim Üyesi. İlgili alanları: Telekomünikasyon, elektrik sektöründe regülasyon, rekabet ekonomisi ve özelleştirme. Buyurun.

**Doç. Dr. İzak ATİYAS-** Çok teşekkür ederim. Türkiye’de rekabet hukuku uygulamasında iktisadın önemini vurgulamış olan bir insan olarak, böyle bir sempozyumun düzenlenmiş olmasından çok mutluyum; gerçekten ciddi bir katkı, çok ciddi bir başlangıç olarak görüyorum. Pamukkale Üniversitesine, Rekabet Kurumuna, Celal Hocamıza, Ali İhsan Beye çok teşekkür ederiz. Umarım ki, hakikaten hoş bir başlangıç olur ve de özellikle genç iktisatçıların bu konuda çalışmalarını özendirir. Aslında şu anda çok büyük bir eksiklikle karşı karşıyayız. Genç hukukçular arasında rekabet hukukuyla ilgilenen kişi sayısı çok, örnek alabileceği daha kıdemli hukukçu sayısı çok; iktisatta böyle değil. Bu sayıları hakikaten biraz arttırmamız lazım. O yüzden, çok önemli bir girişim olarak görü-

yorum. Alçakgönüllülük gerçekten çok önemli bir kavram. Bu lafı kullandığı için Ünal'a teşekkür ediyorum.

Rekabet hukukunda iktisadın amacını sanıyorum şöyle görüyorum: Mümkün olduğu kadar, rekabet hukuku uygulamasını davranışlar üzerinde değil de, davranışların iktisadi sonuçları üzerinde temellendirmeye çalışmak, - İngilizcesi galiba "Conducts-based"- rekabet hukukunu belirli tür davranışları yasaklayarak uygulamak yerine, dün Hocamızın dediği gibi, bu davranışların toplumsal refah üzerindeki etkisini inceleyerek rekabet uygulamak; iktisat orada bize gerçekten kilit analitik araçları veriyor. Bir anlamda, *per-se* uygulama sahasını azaltmak. Ben, anlaşmalara *per-se* yaklaşımın çok doğru olduğuna, onu bırakabileceğimize henüz inanmıyorum. Diğer taraftan, *per-se* uygulamanın bu kadar da makul olmadığı bir sürü rekabet hukuku alanı var; onlara ilişkin olarak iktisadi analiz yeteneğini arttırmak gerekli. Yani giderek, ihlal olabilecek davranışların kendisi üzerine yoğunlaşmak yerine, bu davranışların refah üzerindeki sonuçları üzerine yoğunlaşmak.

Peki, ileride sempozyumlarda nasıl şeyler bekleyebiliriz; belki o konuda da bir-iki laf etmek ihtiyacı içindeyim. Ben iki kere hukukçuyla makale yazdım; ikisi de zorlu konulardı ve ikisi de benim açımdan ve umarım ki onlar açısından da, muazzam getirileri olan deneyimler oldu. Bir tanesi uyumlu eylem konusundaydı, Gönenç Gürkaynak'la yazdım; öbürü özelleştirme konusundaydı, idare hukukçusu Burak Oder'le birlikte yazdım. İktisatçının işin hukuk tarafını öğrenmesi hakikaten çok önemli. Niye? Çünkü sonuç olarak, iktisadi analizi hayata geçirecek olan şey hukuk. Dolayısıyla hukuk, iktisadi analize de o yüzden ciddi bir disiplin veriyor. Sabahki, "bu toplantıya inşallah hukukçular da gelir" önermesine yürekten katılıyorum. Hatta daha da ileri gidiyorum; böyle toplantılara iktisatçılar belki hukukçularla birlikte makaleler hazırlayabilirler. Onun da gerçekten çok yararlı olacağına inanıyorum.

Peki, ne tür makaleler olabilir? Yavaş yavaş literatür taramasından öte makaleler olsa çok iyi olur diye düşünüyorum. Veri azlığı yüzünden, gerçekten veriye dayalı tebliğler daha sınırlı olacak. Geldikleri zaman çok sevineceğiz, ama sınırlı olacaktır diye tahmin ediyorum. Vaka analizleri bence çok iyi olur diye düşünüyorum. Sektör analizi olsa daha da güzel. Keşke sektör analizi olsa da biz derslerimizde kullanabilirsek. Rekabet iktisadi kavramlarıyla, endüstriyel iktisat kavramlarıyla incelenmiş sektör analizleri, vaka analizleri... O makaleyi yazan kişinin, "Türk Telekom gerçekten fiyat sıkıştırması yaptı mı yapmadı mı" sorusuna tam cevap verebilecek verisi olmayabilir, ama yeter ki, orada iktisat

kavramlarını güzel kullansın, o konuda yazılmış olan makaleleri iyi özümsemiş olsun, -bu “fiyat sıkıştırması var mı yok mu” konusu galiba Türk Telekomun geçen seneki yaz kampanyasında ortaya çıkmıştı- onu incelesin, hatta, o konuda Kurul kararı çıkmışsa, Kurul kararını da incelesin; daha da güzel. En çok yararlı olabilecek ve de yapması da zevkli çalışma tarzı böyle. Bunu hakikaten hoş bir alan gibi görüyorum. Keşke bu konuda daha çok makale olsa.

Tehlike ne olabilir? Makaleler çok “Descriptive” olmak yerine, daha analitik olsun; yani, “şu şunu yaptı, şu şunu yaptı, şu şunu yaptı”dan öteye, “böyle bir “davranış (Conduct) var”, “iktisat teorisi bize böyle bir davranışı şöyle açıklayabileceğini söylüyor”, “elimizde sınırlı veriler var ama bu veriler böyle bir sonucun doğmuş olma ihtimalini yükseltiyor” gibi, analitik muhtevası güçlü makaleler hakikaten, betimleyici, sadece tasvir eden makalelere göre bence daha hoş. Tabii, daha fazla çaba gerektiriyor ama, Türkiye’de rekabet ekonomisinin gelişmesine de çok ciddi katkılarda bulunur diye düşünüyorum. Şimdilik söyleyeceklerim bu kadar. Teşekkür ederim.

**Oturum Başkanı-** Teşekkür ederim. Şimdi Sayın Erdal Türkkkan’a söz vereceğim. Kendisi mülkiyelidir. Bakın taraf tutuyorum, Boğaziçili olanlarda söylemedim, Mülkiyeli olunca söylüyorum. Grenoble Üniversitesinde devlet Doktora almıştır. Hacettepe Üniversitesinde uzun zaman Öğretim Üyeliği yapmıştır. Şu anda da Rekabet Kurumu Başkan Başdanışmanıdır. Buyurun efendim.

**Prof. Dr. Erdal TÜRKKAN-** Teşekkür ederim değerli Başkan. Efendim, ben iki gündür çok konuştum ama, bu sempozyumun geleceğiyle ilgili olarak bir iki noktaya değinmek istiyorum.

Ben de İzak’a katılıyorum, sektör analizlerinin mutlaka yapılması lazım; hatta bu konuda bir modelleşmeye ihtiyacımız var, örneğin “en iyi sektör analizi nasıl yapılır?” Bu, hem proaktif politikalar açısından önemli, hem rekabet düzeyinin ölçülmesi açısından önemli. Çok çeşitli boyutları olan bir konu olduğu için ben sektör analizlerini çok önemsiyorum; onu yapalım. Bu sene mesela telekomünikasyona (3G falan), biraz değindik ama, çok yetersiz tabii. Esas amaç o değil, daha farklı bir analiz. Aslında bunun için de çok fazla örnek var, Amerika’da da var, başka ülkelerde de var. Örnek olaylardan da yararlanılabilir.

Rekabet politikalarının etkinliği boyutunu ele almamız lazım. İktisadi analiz deyince, bunun önemli bir boyutu olarak rekabet politikalarının etkinliğinin tartışılması lazım. Bu etkinlik kavramı içerisinde tabii bir sürü optimizasyon var;

reaktif ve proaktif politikaların payı, önleyici politikalarla cezalandırıcı politikaların payı veya geliştirici politikalarla cezalandırıcı politikaların oranı gibi bir sürü boyut var. Bir yığın optimizasyon yapılması lazım ki, rekabet politikalarında etkinliği sağlayabilelim. Bu, işin genel boyutu. Onun ötesinde de, bazı konuların gözden geçirilmesi gerektiğine inanıyorum. Mesela bu Per se kuralı hakikaten çok önemli.

Bir de, bazı ezberlerimiz var; ona dayanmak lazım. Mesela ben bu “kartel” yaklaşımından çok rahatsızım. Bir iktisatçı olarak gördüğüm bir şey var; bazı iktisatçılar da buna katılmayabilirler aslında. Bir oligopol teorisi var. Özetle oligopol teorisi diyor ki, “oligopol hâlinde garantilenmiş bir piyasa dengesi yoktur.” Fiyat oluşmuyor, yani piyasada fiyatın nasıl oluşacağını bilmiyoruz. Peki, nasıl bir fiyat oluşur? Şöyle bazı teoriler var: “Tam rekabet fiyatıyla monopol fiyatı arasında bir sürü gidip gelen bir sürü fiyat oluşabilir.” Bir de, meşhur dirsekli talep eğrisi teorisi var: “Bir yerde oluşur ama, nasıl oluştuğunu biz bilmeyiz.” Aslında oligopol teorisi sonunda şunu da diyor: “Yahu, eninde sonunda firmalar burada anlaşılır, bir biçimde paralel bir davranış ortaya çıkar.” Dolayısıyla, paralel davranış olayı, maddenin tabiatından ve oligopolün özelliğinden kaynaklanan bir olaydır. Birinci nokta bu.

En büyük ihlal olasılığı tekelde vardır çünkü bir kartelin uygulayabileceği en yüksek fiyat tekel fiyatıdır. Bunu iki nedenle tam olarak uygulayamaz: Bir, tekel kadar gücü yoktur; ikincisi de, karteli sürdürmek kolay değildir, -yakalanma olasılığından bahsetmiyorum- yakalanma şeyi olmasa bile, sürdürmek mümkün değildir. Nedense şöyle bir anlayış var: “Efendim, kartel en önem rekabet ihlalidir.” Kartelden daha önemlisi, bir hâkim güç vardır. Mesela biz şunu şey yapıyoruz: Bir firma eğer tekelse, hâkim gücünü kötüye kullanmadığı zaman onu cezalandırmıyoruz; Amerika’da eskiden cezalandırıyordu ya da onu engellemeye çalışıyordu. Biz bunu yapmıyoruz. Eğer bir kartel kurulma teşebbüsü varsa, -daha ortada bir şey yok- bu adamı cezalandırıyoruz. Bunun kendi içinde belli bir rasyoneli olabilir ama, teorik temelleri sağlam değil diye düşünüyorum. Kartele bakış açımızda benim anlayamadığım garip bir şahinlik var ve de bu şahinlik, kartel teorisinde iktisadi analizi dışa itiyor. Eğer, daha ortada teşebbüs, bir düşünce, bir tasavvur varsa, biz bunu cezalandırıyorsak, o zaman, toplumsal refaha hiçbir kötü etkisi olmadığı hâlde, yani hâkim güç oluşturulup kullanılmadığı hâlde bunu cezalandırıyoruz demektir. Peki, biz bunu neden tekelde yapmıyoruz? Efendim, tekele belli bahaneler buluyoruz, tamam, onu kabul ediyorum ama aynı şeyi kartel için de düşünürken o rekabet ihlali boyutunu şöyle hesaba katmamız

lazım: Kurulmuş, toplumsal refaha zarar veren bir kartelle, henüz daha teşebbüs hâlinde olan bir kartel arasında en azından bir fark gözetmek lazım. Burada tamamen bir hukuk mantığı var, iktisatçı olarak beni tatmin etmeyen bir boyut var. Ben şahsen bu boyutun tartışılmasını istiyorum çünkü rekabet politikası denince neredeyse kartelle mücadele akla geliyor, yani artık bu kadar şey oldu. Bunun bir iktisadi temele oturtulması gerektiğini düşünüyorum.

Tabii, bu arada; bir oligopol teorisini, iki, hâkim firma teorisini, üç, firma büyümesi (iç ve dış büyüme), dolayısıyla birleşme ve devralmalar boyutunu teorik olarak ele almamızda fayda var. Bunlara biz daha yeni başlıyoruz; bunlar Türkiye’de doğru dürüst tartışılmış konular değil. Buralardaki gelişmeleri bir görmemiz lazım. “Oligopol teorisinde niye gelişmeler var”, “tekel teorisinde, bundan 20 sene önceki tekel teorisi mi var, yoksa bir-iki ufak tefek gelişme var mı”, “firma büyümesi teorisinde ne gelişmeler var”; bence bunlara da ilgi duymalıyız diye düşünüyorum. Lafi daha fazla uzatmayıp teşekkür ediyorum efendim.

**Oturum Başkanı-** Çok teşekkür ederim. Şimdi Fırat İnCEOğlu’na söz veriyim.

**Yrd. Doç. Dr. Fırat İNCEOĞLU-** Ben de uzatmadan çok kısa bir-iki şey söylemek istiyorum. Vaka analizleri, İzak Hocanın dediği gibi bence de çok faydalı olur; daha ileriki sempozyumlarda programa o tip tebliğlerin gelmesi ya da bunun teşvik edilmesi bence de çok iyi olur. Tabii, olası ampirik çalışmaların da gelmesi bence harika olur diyorum. Ben bir ampirik çalışmayı ya da tebliği izlerken, “ne yapılmış, nasıl cevap bulunmaya çalışılmış” diye metodolojiyle ilgilendiğim kadar, “veriyi nereden bulmuşlar, nereden almışlar” sorusu da beni çok ilgilendiriyor; çünkü, aynı veriyi 10 farklı iktisatçı farklı sorular sormak için ya da benzer soruları farklı şekilde kullanmak için sorabilir. Onun için, vaka analizleri kadar, mümkünse veriye dayalı ampirik çalışmalar yapan, ampirik araştırmalar yapan çalışmaların önümüzdeki toplantılarda, buluşmalarda bulunması ve bunun teşvik edilmesi çok çok faydalı olur diyorum.

Şunu da söylemek istiyorum: İki gün boyunca, “rekabet hukuku ve rekabet politikasıyla ilgilenen çok hukukçu var, iktisatçı az var” diye birkaç kere söylendi. Herhâlde, Türkiye’de bu işle uğraşan iktisatçı sayısı aşağı yukarı buradaki kişilerden oluşuyordur, buna belki 5-10 kişi daha ekleyebiliriz. Onun için, genç iktisatçıların da ya da genç iktisatçı adaylarının da bu tip konferanslara gerek izleyici olarak, gerekse tebliğ sunan kişiler olarak katılmaları çok çok faydalı olur. Bunlar kim olabilir? Rekabet Kurumu bunu zaten yapıyor; bence çok çok

da iyi ediyorlar. Uzman yardımcılarını buraya getiriyorlar; bence o çok faydalı bir şey. Bence, üniversiteler olarak biz de, yüksekisans öğrencilerini, hatta belki ilgilenen 3'üncü sınıf lisans öğrencilerini bile bu tip konferanslara katılmaları için teşvik etmeliyiz, ısrar etmeliyiz, hatta zorlamalıyız. Sonuçta, bu bir-iki jenerasyonda rekabetle ilgilenen belki 50-60 tane iktisatçı var; ama yeni nesillerde bu sayının artması için öğrencilerin, uzman yardımcılarının teşvik edilmesi lazım diyorum. Teşekkür ederim.

**Oturum Başkanı-** Panelin sonuna gelmiş olduk. Panel Başkanının bir nezaket konuşması yapıp teşekkür etmesi beklenir ama ben onu beceremem; onun için, ben samimi görüşlerimi söyleyeyim. Samimiyetle Rekabet Kurumuna teşekkür ediyorum; çok hayırlı bir iş yaptı, hayırlı bir olayı başlatmış oldu. Tabii, ev sahipliği yapan, bütün bu olanakları bize veren Pamukkale Üniversitesine çok teşekkür ediyorum. Bütün emekleri karşısında Celal Beye zaten hepimiz teşekkür borçluyuz.

Bu çerçeve içerisinde önümüzdeki döneme baktığımda şöyle bir görüşten hareket ediyorum: Rekabet Kurumunun Türkiye'de görevi, -Türkiye'de olduğu için- ikilidir: İlki tabiatıyla rekabet ortamının oluşmasını sağlamaktır; ikincisi de, bu rekabetin bizim için hayırlı bir şey olduğunu bize anlatmaktır. Çünkü toplumuz bu fikre o kadar hazır değil. "Acaba hakikaten çok gerekli mi" gibi sorular zihinlerde hala var. Bu tür faaliyetler bu konularda zihinlerin açılmasına çok katkıda bulunuyor. Yalnız, Rekabet Kurumu bu faaliyeti yaparken çok haklı olarak iki şeyi bir arada isteyecektir: Bir, toplumun bu şekilde eğitilmesine katkı yapılması. İkinci olarak da, kendi çalışmaları için de, yol gösterecek, yardımcı olabilecek, çeşitli şekilde bilgi üretimi. Dolayısıyla, bundan sonra, bu iki amaca hitap eden bir toplantı dizisi olmalıdır; bu toplantı dizisi de olmalıdır diye umuyorum.

Bu toplantımızın yapısına bakarsak, şöyle bir şey vardı: Bir davetli konuşmacımız vardı (Doktor Frankena.) çok doğru, isabetli bir tercihle kendisi bize çok açık ve yararlı bir bilgi verdi. Bu konuda çok deneyimi olan, çok gelişmiş bir ülkede bu işler nasıl yapılıyor, ne yapılıyor ne yapılmıyor, neden yapılıyor neden yapılmıyor; bunları bize anlattı. Çok teşekkür ederiz. Bu tür misafir davet edilmiş konuşmacıların bundan sonraki toplantılarda da olmasını temenni ediyorum. Ona bir şey eklemek istiyorum. Bu tür bir misafir konuşmacının arkasından iki-üç kişinin, onun konuşmasının Türkiye açısından anlamını, -yalnız, o konuşmacı Türk de olsa, yabancı da olsa, hiç fark etmez- salondakilerin daha iyi anlamalarını sağlayacak şekilde, onun tebliğini okumuş olarak yorumlarını yapmalarında ve iletmelerinde büyük yarar var.

Sunuşlara gelince, demin söylediğim nedenlerle, Rekabet Kurumunun biraz daha yapı empoze etmesinden yana olduğumu söyleyeyim. Şunu kastediyorum: Rekabet Kurumu, ileriki çalışmaları açısından önemli gördüğü iki-üç tema seçilebilir; bu tabii, toplantının uzunluğuna bağlı olarak takdir edilecek bir şeydir. Çağrılarda, araştırmacıların o tema çerçevesinde, çalışmalarını sunmaları talep edilir. Bu, zihinsel disiplin açısından da önemlidir; kendimi yakın bulduğum bir temaya yönelmem daha anlamlı bir şey olur.

Bu çerçevede bir Danışma Kurulu vardı. Bu Danışma Kuruluna danışılarak sonuçlar alındı. Danışma Kurulu bağımsız kişilerden oluşuyordu, kimseyle ilgisi yoktu. Danışma Kurulu da, hangi çalışmalara baktığını, kimin olduğunu filan bilmiyordu. Bütün bu temel kurallar doğru yapılmış. Bu üç kurul, kendisine sunulanları, ulaşılan çalışmaları, yine isimlerini bilmeksizin inceler, her çalışma üzerine kişisel rapor yazar ve hakem kurulu olarak da bir değerlendirme yazısı yazılır. Bu raporları niye önemsedığimi de söyleyeyim. İster çalışma bu toplantıya kabul edilsin, ister kabul edilmesin, bu çalışmayı yapan değerli arkadaşımıza bir girdidir, bir malumdur; “çalışmanız üzerinde şöyle eleştiriler var, şönde de övgüler var, siz de ona göre düşünün” denmiş oluyor. Böylelikle bu sürecin devamı sağlanır; bir kere “evet” olur, öbür defa “hayır” olur ama, devam eder.

Tabii şöyle bir sorun da çıkabilir (ona da çözüm bulunabilir): Çok sayıda iyi tebliğ gelebilir. Zaman sınırı vardır; yani 2 günü aşmanın anlamı olmayabilir. O zaman, bunların arasından bazıları sunulur, bazıları da, nasıl bir yayın yapılacaktır, onun içerisine davet edilir; mesele budur. Böyle bir opsiyon daima var.

Toplantı tarihinin ve konuların yaklaşık 1 sene önce duyurulmasında büyük yarar vardır. Ancak, sık sık da hatırlatmak koşuluyla. Çünkü biz Türklerin beleği biraz zayıftır, unuturuz. Halbuki katılmayı isteriz de. Bunda büyük yarar var. Arkadaşlarım da değindiler; sonuçta buraya yansıyan özgün bazı sonuçlar olsun. Bu nedenle ne kadar önce duyurulursa o kadar iyi olur. Ondan sonra da yayın olup olmayacağı Kurumun takdiridir. İsterse yayın yapar, isterse web sitesine koyar. Şu da var: “Burada sunulmuş olan tebliğleri akademik dergilerde memnuniyetle yayımlayabilirsiniz” diye önce izin verilir ve uygun görülürse de teşvik edilebilir. Mühim olan, bir yerde bunların kamuoyuna sunulmasıdır. Onun tek bir yerde olması da şart değil.

Bütün bunlardan sonra, bu toplantı mesela benim için öğretici oldu; ben burada çok şey öğrendim. Yaşlılıktan dolayı birçok şeyi de kaçırdığım için öğrenemedim. Tabii, bunun bu anlamda da bir muhasebesi olacaktır. Bu muhasebe-



yi şöyle düşünüyorum: “Bundan sonraki çalışmalar için ne yapacağız” diyenler, “böyle iyi bir toplantı olmuştu, onun üzerine bir şeyler bina edeceğiz” diye düşüneceklerdir. Tekrar hepimiz adına teşekkürlerimizi sunuyoruz efendim. Buyurun efendim.

**Bir Katılımcı-** Efendim, müsaadenizle birkaç şey söylemek istiyorum: Birincisi, Rekabet Kurumunun Sayın Başkanına, değerli yöneticilerine ve oranın çok değerli uzmanlarına gerçekten çok yürekten teşekkür ediyorum. Onlar Türkiye’de çok önemli bir iş yapıyorlar; iki günden beri bunu bir kere daha gördük. Bunun önemi hiçbir şekilde yadsınamaz. Onun için, hepinize çok teşekkür ederim, başarılar dilerim.

Ülkemizin endüstriyel ekonomi veya endüstriyel organizasyon veya sanayi iktisadı alanında çok seçkin bir Değerlendirme Kurulu oluşturmuştuk; bu Kurul görevini çok başarıyla ve tam da Rekabet Kurumunun anlayışına uygun bir anlayışla yaptılar. Burada olmayan, ama görüşlerini buraya gönderen ODTÜ’den Erol Taymaz, Hacettepe’den Burak, Bilgi Üniversitesinden Erol Bey ve var olan Değerlendirme Kurulu üyelerine huzurunuzda çok teşekkür ediyorum. Onlar bu konuda, sizler Rekabet Kurumunun genel çerçevesi ve formatı doğrultusunda sanıyorum ki önümüzdeki dönemde de çok değerli katkılar yaparak hem teoride, hem de uygulamada, yani bu sempozyumlarla bu alanda bence Türkiye’de çok önemli bir konuda öncülük yapılacak. Onlara da huzurunuzda teşekkür ediyorum.

Bu arada, benim ismim geçti. Tabii ki, ben bireysel olarak bu teşekkürlerden çok memnunum ama, bunun arkasında bence iki tane yerel kahraman var; bunları huzurunuzda söylemek istiyorum. Üniversitemizden Özgür Altuntaş ve Sevcan Güneş, bu işin gerçekten mutfağında olan iki kişi. Bir de, tabii ki, ben Kurumdan Ali İhsan’la her zaman, defalarca konuştum. Müsaade ederseniz onları alkışlamak istiyorum.

Bu duygu ve düşüncelerle Pamukkale Üniversitesi adına, Ali İhsan Beyden başlamak üzere Sayın Dekanımıza kadar bütün arkadaşlarımızın adına belki toplu bir teşekkür ediyorum. Şimdi sözü Rekabet Kurumu Sayın Başkanına vereceğim. Sonra da Dekanımızın ufak bir görüşü olacak. Buyurun.

**Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI-** Efendim, dünden beri gerçekten çok konuşulacak, çok konuşulabilecek konulara temas edildi, çeşitli vesileler oluştu. En azından, beni dinleyecek birilerini bulsam bu hızla herhâlde birkaç saat konu-

şabilirim; ama bu kadar yorgunluktan sonra tabii bunu göze alalım, konuşmamı birkaç dakikada bitirmek istiyorum.

Efendim, biliyorsunuz, eski dünyanın filozofları, müzikten matematiğe, matematikten felsefeye, ilahiyata, lisaniyata (Linguistic'e), geçiyorlardı; daha doğrusu, eski filozoflar, bütün bu alanlarda ve başka alanlarda bilgi sahibi oluyorlar idi. "Eski filozoflar" derken, diyelim ki, Sokrat'ı kastediyorum, Aristo'yu kastediyorum. Söyledikleri bugüne kadar gelmiş oluyor. Yeni dünyanın (19'uncu yüzyıl, 20'nci yüzyıl), filozofları bundan biraz mahrum. Biraz da aydınlanmacı felsefe; her şeyi hadi gelin öğrenin. Özellikle 19'uncu ve 20'nci yüzyılda analiz öne çıktı, bilimler çoğaldı tabiri caizse, hukuk alt dallara ayrıldı, iktisat alt dallara ayrıldı. Bir tıbbın her hâlde 20-30 tane alt dalı var; felsefe öyle. Sosyolojinin ben 20 küsur dalını biliyorum; psikoloji hakeza. Dolayısıyla, bir insanın bütün bu alanlarda bilgi sahibi olması, yeterli bilgi sahibi olması gerçekten zor. O yüzden de, yeni dünya filozofları ancak 60-70 yaşlarında ortaya çıkabiliyorlar, -bu söylediğim biraz spekülatif- ama eski filozofların, tabiri caizse, hayatlarına dair aktarımlar, genç yaşlarda filozof olarak tanımlanabilecek nitelikte olduklarını gösteriyor. Yeni dünya işi biraz zorlaştırdı. Gerçeğe ulaşmak önemliyse, hakikati anlamak önemliyse biz bu işin peşine düşmek zorundayız, asılmak zorundayız. Yeni dünyada, 21'inci yüzyılda, gerçeğe giden yol inanın kısa değil, biraz daha uzadı; çünkü sentez yapmak gereği ortaya çıktı, her alanda pek çok bilgiyle karşı karşıyayız, bilgi bombardımanı var, onları bir araya getirip, gerçeğin o bütünlüğü içinde birbiriyle ilişkisini kurmak zorundayız ve ayrıca, -kendimce dilime pelesenk ettim- gerçeği bölmemeliyiz. Gerçek bölünürse, gerçek ortadan çıkar, ortadan kalker, tıpkı insan vücudu gibi.

Bilimin tariflerinden bir tanesi de şuydu (ona da tutkunum): "Bilim, anlamaktır." "Bilim, olaylar arasındaki sebep-sonuç ilişkilerinin ne olduğunu ortaya koymak" gibi iddialı tanımlar, 19'uncu yüzyıl determinizmi falan var; hatırlatmak istemiyorum. 20'nci yüzyılda bunun olmadığı ortaya çıktı. Özellikle sosyal bilimlerde maliyet hesapları, olasılık meselesi... Artık derecelerden bahsetmek mümkün. Ama, daha çok hoşuma giden, "anlamak." Peki, "anlamak" denince, olayı hem ihtimaller, hem bir derece meselesi çerçevesinde görmek lazım.

Peki, rekabeti anlayacağız. İktisadı anlamayan rekabeti anlayamaz; hukuğu bilmeyen de, rekabet hukukunun, rekabet politikasının ne olduğunu bilemez; dolayısıyla, birbirini ikame söz konusu değil (girişte bir şeyler söylemişim.) Biri diğerinin yerine tabii ki geçemez, ama biri diğerini tamamlar; hatta bana sorarsanız, başka tamlayıcılara da ihtiyaç var. "İktisat" derken, ben, iktisadın nasıl

anlaşıldığını, nasıl algılandığını da çok merak ediyorum. Mesela bir makro iktisatçı olaya muhtemelen daha toplumsal düzeyde, büyük ölçeklerde yaklaşmak isteyecektir, toplumsal alandan mikro alana doğru inecektir; bir mikro iktisatçı da belki, mikrodan yukarı doğru çıkacaktır, politikaya doğru, daha üst düzeye doğru çıkacaktır. Dolayısıyla, tabii ki, bir anlama meselemiz var ve bu önemli ve hep devam edecek; umarız ki, yaşadığımız müddetçe devam etsin. Bir gün, “ben artık her şeyi biliyorum” dediğimiz nokta öğrenme kabiliyetimiz muhtemelen bitecek demektir, bitmiş demektir.

Anlama olunca, -bugün birkaç hocamız temas etti, çok hoşuma gitti- “alçakgönüllülük” meselesini işaret etmek istiyorum.

Sebep-sonuç ilişkileri konusunda iddialı kim varsa, sukutuhayale uğradığını, uğrayacağını peşinen söyleyebilirim... Sebep-sonuç ilişkileri konusunda iddialı olmak inanın zor. Ancak, bazı şartlar dahilinde pek çok değişkenin birbirini etkileyerek belli bir sonuca ulaştığını söylemek mümkün; ben, dünden beri tartışmaları, rekabet iktisadı ve ekonomisi, politikası bağlamında böyle anlıyorum. “Hukuk mu, iktisat mı”; hayır, hukuk da gerekiyor, iktisat da gerekiyor ve ayrıca, bana sorarsanız, sosyoloji, sosyal psikoloji, kalkınma iktisadı gerekiyor, hatta hukukun alt branşları, genel kültür gerekiyor, -onu ifade etmek istemiyorum- biraz felsefe falan da gerekiyor, biraz dil de gerekiyor. Tanımlama problemimizin olduğunu söyleyebilirim. Belki çocukça bir örnek ama çok çarpıcı basit bir şey söyleyeceğim; bir keresinde Kurulda da anlatmaya çalıştım. “Elma” dediğimde eğer siz üç elmayı, diğer arkadaşımız beş elmayı, bir diğer arkadaşımız yedisekiz elma türünü zihnine getiriyorsa biz aynı şey üstünde konuşmuyoruz. Ben, kendi memleketim Kayseri civarından 10-12 tane elma türünü tanımladım ve saydım; muhtemelen bir başkası daha fazla elmayı hatırlayacaktır. Kavramların içini doldurmak gibi bir teknik problem de var; iktisat, hukuk ne demek, rekabet ne demek? ... hikâyesine bakarsanız, her kavramı esasen yeniden tanımlamak gibi bir zorunlulukla da karşı karşıyayız. 21’inci yüzyılda bazı kavramların değiştiğini, 19’uncu yüzyıldan farklı hâle geldiğini, daha eski yüzyıllardan farklı hâle geldiğini görüyoruz.

Ben daha fazla ileri gitmeyeyim; haddimi aşmış olurum.

Dünden beri yapılan tartışmaların gerçekten çeşitli çağrışımlar yaparak meselenin anlaşılmasına ciddi katkıda bulunduğunu şahsım adına ifade edebilirim. Bu salonda olan herkese çok teşekkür ediyorum.

Mr. Frankena Birleşik Devletler'den aramıza katıldı. Değerlendirme Kurulu üyesi hocalarımız bizi yalnız bırakmadılar. Pamukkale Üniversitesinden Celal Hocayla ben hep şey Ali İhsan üzerinden konuştum; kabalık ettim ama, neyse, böyle bir geçiş döneminde, böyle bir konjonktürde bulunuyoruz. “Aman Ali İhsan, Hocayla konuş, aman Hasan Hocaya telefon et, İzak Beye meseleyi hatırlat” falan diye birkaç dediğimi hatırlıyorum. Benim dahil biraz pasif oldu. Kendimce benim cephemden tedirgindim ama, sonuca baktığımda, inşallah bu iş tutar; yani gelecek yıl daha başarılı olacağını ümit ediyorum, gelenekselleşeceğini, kurum-sallaşacağına inanıyorum.

Üniversite imkânlarını bize tahsis ettikleri için, Rektör Bey burada olsaydı kendisine teşekkür ederdik ama burada vekilleri Dekan Bey var, Celal Hocamız var, diğer arkadaşlarımız var. Üniversitemize gerçekten çok minnettarız. Çok da iyi bir Üniversite olacağı ufukta gözüküyor. Arka plan (dağlar, tepeler), çok güzel; altyapı hızla tamamlanıyor.

Rekabet Kurumu da esasen, Üniversite gibi, 10 yıllık, 11 yıllık bir Kurum, genç bir kurum; inşallah kökleşecek, derinleşecek, kurumsallaşacak.

Daha iyi günlerde birlikte olmak ümidiyle herkese tekrar saygılarımı, sevgilerimi sunuyorum. Hoş çakalın.

**Pamukkale Üniversitesi Dekanı-** Sayın Başkan, değerli konuklar; Pamukkale Üniversitesi olarak sizleri ağırlamaktan, burada sizlerle birlikte olmaktan son derece mutluluk duyduk, onur duyduk.

Biz genç bir Üniversiteyiz, dolayısıyla genç bir Fakülteyiz. Kuruluşumuzla birlikte, başlangıçla birlikte bir taraftan fiziksel altyapımızı tamamlamaya çalışırken, bir taraftan akademik kadrolarımızı oluşturmaya çalışırken, eğitim ve öğretim faaliyetlerini tamamlayıcı en önemli unsur olarak, ilgili disiplinlerle gerek yerel, gerek bölgesel, gerek ulusal düzeyde farklı alanlardaki sempozyumları, akademik toplantıları, konferansları çok önemsedik, çok ciddiye aldık. Bu süreç içerisinde Merkez Bankasıyla birlikte “Ekonomi Yaz Seminerleri”ni yapıyoruz; 7'ncisini gerçekleştirdik, bu sene 8'incisini yapacağız. Devlet Planlama Teşkilatıyla birlikte “Kentsel Ekonomik Araştırmalar Sempozyumu”nu düzenliyoruz; 2'şer yıl aralıklarla 2 kez yaptık, 3'üncüsünü önümüzdeki sene içerisinde gerçekleştireceğiz. Çalışma Ekonomisi Bölümümüz bu sene TÜRK-İŞ'le birlikte, “Türkiye’de Sosyal Güvenlik Politikaları ve İstihdam Konulu Sempozyumu”nu başlattı; bunu da sürekli hâle getirmeyi düşünüyoruz. Bugün gerçekleştirilen, ta-

mamlanan bu sempozyumla birlikte de, Rekabet Kurumuyla iş birliği içerisinde “Rekabet İktisadı ve Politikası Sempozyumu”nu sizlerin katkılarıyla birlikte tamamladık; umarım kurumsallaşır. Gelecek sene belki uluslararasılaştırmayı da gerçekleştirebilirsek, uluslararası düzeyde rekabet iktisadı çalışan hocalarımızı, Kurum temsilcilerini aramızda görürsek, belki davetli konuşmacı olarak buraya getirebilirsek sanırım bu sempozyum da amacına ulaşmış olacak.

Geçen sene Kayseri’de yapılan toplantıya katılan hocalarımızdan Ayhan Hocamız, rekabet hukukundan sonra rekabet iktisadı toplantısının da yapılması gerektiğini, bunun için yer arandığını söyleyince, Celal Hoca, Ali İhsan Hoca ve İktisat Bölüm Başkanımızla birlikte bir araya geldik, Kurumla ilişki kurduk, buna ev sahipliği yapabileceğimizi söyledik. Görüyorum ki, değerli hocalarımızın da katkılarıyla birlikte bu süreci tamamladık. Eğer birtakım hatalarımız, eksikliklerimiz olduysa, ilk olmasına sayarak bizi hoş görmeyi diliyorum.

Katılan bütün arkadaşlarıma, bütün hocalarımıza ve sizlere, özellikle Rekabet Kurumuna, değerli Başkanına, Sayın Yönetim Kurulu üyelerine ve uzmanlarına tekrar teşekkür ediyorum.

Seneye, hocalarımızın da belirttiği şekilde, yeni ilkeler, yeni prensipler çerçevesinde bu toplantıyı uluslararası bir düzeyde gerçekleştirme umuduyla hepimize sevgilerimi, saygılarımı sunuyorum.



BİLKENT PLAZA B3 BLOK  
BİLKENT/ANKARA

[www.rekabet.gov.tr](http://www.rekabet.gov.tr)