



REKABET HUKUKU ve İKTİSADINDA GÜNCEL GELİŞMELER SEMPOZYUMU - X

# REKABET HUKUKU ve İKTİSADINDA GÜNCEL GELİŞMELER SEMPOZYUMU - X



Üniversiteler Mahallesi 1597. Cadde No: 9  
06800 Bilkent-Çankaya/ANKARA

[www.rekabet.gov.tr](http://www.rekabet.gov.tr)



22 MAYIS 2012  
KONYA

# **REKABET HUKUKU VE İKTİSADINDA GÜNCEL GELİŞMELER SEMPOZYUMU-X**

**Rekabet Kurumu - Konya Ticaret Odası Karatay Üniversitesi**

## **Düzenleme Komitesi Üyeleri**

Yrd. Doç. Dr. Hasan Fehmi ATASAGUN - Arş. Gör. Merve Gül GÜN  
Dr. Armağan ERDOĞAN - Gökşin KEKEVİ

---

*22 Mayıs 2012*  
*KONYA*

---

**Sayfa Düzeni ve Yayına Hazırlama**  
Mutlu ÖZBEK

**Basım Yeri**

Pelin Ofset Tipo Matbaacılık Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.  
İvedik Organize Sanayi Bölgesi Matbaacılar Sitesi  
1514. Sokak No:28  
06378 Yenimahalle / ANKARA

[www.pelinofset.com.tr](http://www.pelinofset.com.tr)

ISBN 978-605-5479-15-2

YAYIN NO

0275

# İÇİNDEKİLER

---

Sayfa No

## AÇILIŞ KONUŞMALARARI

<b>Selçuk ÖZTÜRK</b> .....	3
Konya Ticaret Odası Başkanı	
<b>Prof. Dr. Ömer TORLAK</b> .....	5
KTO Karatay Üniversitesi Rektör Vekili	
<b>Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI</b> .....	9
Rekabet Kurumu Başkanı	
<b>Aydın Nezh DOĞAN</b> .....	15
Konya Valisi	

## I. OTURUM

### HIZLI TÜKETİM MALLARI PERAKENDECİLİĞİ SEKTÖR RAPORU

<b>Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN (Oturum Başkanı)</b> KTO Karatay Üniversitesi İİBF Dekanı	
<b>Neyzar ÜNÜBOL</b> .....	19
Rekabet Kurumu	
TÜRKİYE HTM PERAKENDECİLİĞİ SEKTÖR İNCELEMESİ NİHAİ RAPORU	
<b>Meltem BAĞIŞ AKKAYA</b> .....	39
Rekabet Kurumu	
TÜRKİYE HTM PAZARINDA ALICI GÜCÜNE YÖNELİK DEĞERLENDİRMELER	



<b>Gurbet ALTAY</b> .....	69
Türkiye Parekenciler Federasyonu	
<b>Doç. Dr. Ayşe ODMAN BOZTOSUN</b> .....	73
Akdeniz Üniversitesi İİBF HIZLI TÜKETİM MALLARI PERAKENDECİLİĞİ SEKTÖR RAPORUNU DEĞERLENDİRİLMESİ	
<b>Ersin TARANOĞLU</b> .....	81
Türkiye Gıda ve İçecek Sanayi Dernekleri Federasyonu	
<b>Servet TOPALOĞLU</b> .....	85
Alışveriş Merkezleri ve Parekenciler Derneği TÜRKİYE HIZLI TÜKETİM ÜRÜNLERİ PERAKENDECİLİĞİ SEKTÖR İNCELEMESİ NİHAİ RAPORU AMPD DEĞERLENDİRMESİ	

## II. OTURUM

### REKABET HUKUKU VE İKTİSADINDAKİ GÜNCEL GELİŞMELER

<b>Prof. Dr. Şahin AKINCI (Oturum Başkanı)</b> KTO Karatay Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dekanı	
<b>Yüksel KAYA</b> .....	99
Rekabet Kurumu	
<b>Dr. Orçun SENYÜCEL</b> .....	115
Rekabet Kurumu 2011 YILINDA TÜRK REKABET HUKUKU VE İKTİSADINDAKİ GÜNCEL GELİŞMELER VE 2012'YE BAKIŞ	
<b>Yrd. Doç. Dr. Aytekin ÇELİK</b> .....	139
KTO Karatay Üniversitesi TÜRK HUKUKUNDA BİRLEŞMELERİN DENETLENMESİNE İLİŞKİN GELİŞMELERİN DEĞERLENDİRİLMESİ	

## 2011 YILINDAKİ GELİŞMELERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

<b>Şahin ARDIYOK</b> .....	155
Danışmanlık Temsilcisi	
<b>Yrd. Doç. Dr. Muzaffer Eroğlu</b> .....	165
Kocaeli Üniversitesi Hukuk Fakóltesi	
<b>Derya GENÇ</b> .....	175
Hukuk Bürosu Danışmanı	



**REKABET HUKUKU VE İKTİSADINDA  
GÜNCEL GELİŞMELER SEMPOZYUMU-X**

*22 Mayıs 2012  
KONYA*

---

**AÇILIŞ KONUŞMALARI**

**Selçuk ÖZTÜRK**  
KTO Başkanı

**Prof. Dr. Ömer TORLAK**  
KTO Karatay Üniversitesi Rektör Vekili

**Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI**  
Rekabet Kurumu Başkanı

**Aydın Nezih DOĞAN**  
Konya Valisi





sürdürülebilirliği ve oluşturduğumuz refahın yayılması da mümkün olmayacaktır.

İki-üç ay önce bir ülke ziyaretimiz olmuştu. Ülke olarak parametrelerine baktığımızda bizden daha iyi, kişi başına 14 bin dolar milli gelirleri olan bir ülke ama çok büyük bir problemle karşı karşıyalar, korkunç bir gelir dağılımı adaletsizliği var. Ülkenin milli gelirinin yaklaşık yüzde 15'ini bir grup oluşturuyor; “dünyanın en zengin adamı” diyoruz, Türkiye’de yatırıma davet ediyoruz. Böyle bir piyasada siz hangi rekabeti yapabileceksiniz? Firmaların bu kadar dengesizce oluşturduğu bir piyasada hangi rekabetle yürütebileceksiniz? Bu noktada bu tür kurumlara, Ticaret Odası olarak bizlere, tüketicilere, bireylere, piyasadaki tüm aktörlere görevler düşüyor. Bu, kurumsal olarak bizim ve bireylerin, Türkiye’deki rekabet ortamının sağlıklı bir şekilde oturabilmesi için en önemli görevi.

Yine Rekabet Kurumunun bizim için en önemli anlamının, değerler sistemimiz açısından baktığımızda da, piyasa bozgunculuğunun yapılmasını engelleme görevi olduğuna inanıyorum. Piyasanın sağlıklı, serbest bir şekilde oluşması gerekirken, birileri piyasa bozgunculuğu yapıyorsa, bu piyasa bozgunculuğu, bizim değerler sistemimiz açısından baktığımızda, kazancımızı ifsat eden bir noktaya geliyor. Bu noktada Rekabet Kurumunun, sağlıklı bir şekilde çalıştığında, piyasanın doğru yapılması, piyasanın düzgün bir şekilde oturması açısından çok önemli bir Kurum olduğuna inanıyoruz.

Bu Kurumla Üniversitemizin bugün bu konuyu tartışması, bu konuyu gündeme getirmesi, bu çalışmanın Konya’da yapılmasının hem Konya’daki biz piyasa aktörleri için, hem tüketiciler için çok faydalı olacağına inanıyorum. Elbette ki, buradan yayılacak sinerjinin tüm Türkiye’de etkisinin olacağını ve Türkiye’nin gelişmesine çok büyük faydaları olacağını düşünüyorum.

Sözlerimi çok fazla uzatmak istemiyorum. Sempozyumda emeği geçen Üniversitemizin değerli Rektörüne, emeği geçen diğer arkadaşlara, Rekabet Kurumunun değerli Başkanına, üyelerine, sempozyumda sunum yapacak değerli hocalarıma çok teşekkür ediyor, saygılar sunuyorum.

## **Prof. Dr. Ömer TORLAK**

*KTO Karatay Üniversitesi Rektör Vekili*

---

Sayın Valim, Rekabet Kurumunun saygıdeğer Başkanı, değerli Hocam, Rekabet Kurumunun çok değerli Başkan yardımcıları, İkinci Başkanı ve üyeleri, Kuruldan aramıza teşrif eden değer misafirlerimiz, Ticaret Odamızın Sayın Başkanı, Mevlana Üniversitesinin saygıdeğer Rektörü, Selçuk Üniversitesi Rektör Yardımcısı, değerli Mütevelli Heyet Başkanı, çok değerli öğretim üyesi arkadaşlarım, kıymetli öğrenciler, basınımızın değerli mensupları; hepinizi saygıyla selamlıyorum. 10'uncu Rekabet Hukuku ve İktisadında Güncel Gelişmeler Sempozyumuna hoş geldiniz, sefalar getirdiniz. Sizleri böyle bir programda aramızda görmekten ve Üniversitemizde ağırlamaktan duyduğumuz memnuniyeti ifade etmek istiyorum.

Sayın Valim, kıymetli misafirler; rekabet, bireyin ve toplumların gelişmesi için kaçınılmaz ve çok önemli olgulardan biridir. Rekabetin olmadığı yerde gelişim ve yenilikten söz etmek ya da gelişim ve yenilikler beklemek çok anlamlı bir beklenti olmayacaktır. Bunun yanında, rekabetin kuralına göre oynanmadığı, rekabetin kuralına göre olmadığı yerde de elbette haksızlıkların önüne geçmek mümkün olmayacaktır. O hâlde, rekabette adalet kavramı öne çıkıyor. Rekabette adaletten söz edilemeyecekse, orada da rekabet aslında, yıkıcı bir sonuç üreten mekânizma olarak karşımıza çıkmakta. Böyle bir yıkıcı durum ise, maalesef gelişim ve yenilikleri değil, kısa vadeli kazanç artışlarını ve haksızlıkları beraberinde getirmektedir.

Rekabette adaletin sağlanabilmesi için elbette düzenleyici mekânizmalara, kurumlara ihtiyaç vardır. İnsanın karar alma ve uygulama pozisyonunda yer aldığı tüm organizasyonların doğasında doğruya ve iyiye eğilim olduğu gibi, elbette kötüye ve yanlışla da eğilim vardır ve var olmaya da devam edecektir.

Rekabette adalet sağlanamadığı takdirde, kişi ya da organizasyonların farklı gerekçelerle meşrulaştırdıkları ve haksız rekabet oluşturan tutum ve davranışlarının yıkıcı etkilerini görmeye devam edeceğiz diye düşünüyorum. İnsanlık tarihi boyunca da bu durumların gerçekleştiğinin farkındayız. Düzenleyici bir mekânizmanın ne kadar önemli olduğunu görüyoruz.

Bu noktada, ilk eserlerini daha çok ahlâki anlamda, ahlâki konularda vermiş olan Adam Smith'e baktığımızda, malum, onun iddiası, görünmez elin piyasayı denetleyebileceği, düzenleyebileceği ve fiyatın kendi şartları içerisinde oluşabileceği yönündeydi, fakat bunun böyle olmadığını görüyoruz. Biraz önce



bahsettiğim, farkında olarak ya da olmayarak kişi veya kurumların tutum ve davranışlarının sonucunda maalesef Adam Smith'in iddiasının, güzel olmakla birlikte, eğer düzenleyici bir mekânizmanız yoksa, çok da gerçekleştirilebilir bir sonuç vermediğini görebiliyoruz.

Her gelişmiş ülkede olduğu gibi, ülkemizde de, düzenleyici ve denetleyici kuruluş olan Rekabet Kurumunun bu konuda gerçekten çok önemli ve kapsamlı bir rolü, sorumluluğu olduğunu biliyoruz. Bu kurumun, rekabette adaleti tesis etmesi elbette ondan beklenen en önemli sorumluluktur. Dolayısıyla, bu sorumluluğun yerine getirilmesiyle, aynı piyasada yer alan şirketler rekabette adil şartlarla yarışabileceklerdir.

Bizde maalesef, adalet dendiğinde çoğu zaman matematiksel eşitlik anlaşılıyor; halbuki adalet; çok net tanımıyla, her hak sahibinin hak ettiğini alabileceği, hak sahiplerine haklarının verilmesinin düzenlenmesidir. Dolayısıyla, 100 metreyi 10 saniyede koşabilen birini, 100 metreyi 20 saniyede koşan biriyle eşit şartlarda değerlendirirseniz, o zaman rekabette adaleti tesis etmiş olmazsınız.

Rekabet sadece kâr amaçlı organizasyonlar için değil, bireyler ve kâr amaçsız organizasyonlar ve tabii ki ülkeler için de söz konusudur.

Bu noktada, üniversiteler olarak da, kendimizi rekabetçi bir ortama hazırlamak durumunda olduğumuz ve tabii ki, malum deyimiyle, bu anlamda da çuvaldızı öncelikle üniversiteler olarak kendimize batırmamız gerektiğinin farkında olmamız gerek diye düşünüyorum. Çok yakın bir gelecekte elbette üniversiteler olarak da, bugün belki çok farkında olmadığımız, bugün belki bizi çok fazla zorlamadığımızı düşündüğümüz çok daha ciddi rekabetlerle karşı karşıya olacağımızın da farkında olmamız gerekir.

Adaletli bir rekabet, gelişimin önünü açacak, verimlilik ve etkinliği arttıracak, dolayısıyla değerli olanı öne çıkaracaktır ve biz de bu değerlerden hem birey olarak, hem ülke olarak istifade etmiş olacağız.

Sayın Valim, değerli konuklar; Rekabet Kurumuyla Üniversitemizin ortaklaşa düzenlemiş olduğu bu sempozyumun başarılı geçeceğinden, rekabet, rekabet hukukundaki gelişmeler ve rekabette adalet konularına dikkat çekmesi bakımından anlamlı sonuçlar üreteceğinden hiç kuşku yok.

İlk oturumda bizlere Hızlı Tüketim Malları Perakendeciliği Sektörü Rekabet Raporu açıklanacak. Ve bu raporun müzakeresi, değerlendirmesi, sektördeki çok değerli katılımcıların değerlendirmeleriyle bizlerle paylaşılacak. İkinci oturumda ise, Rekabet Hukuku ve İktisadında Güncel Gelişmeler, konunun sahipleri, konunun uzmanları tarafından değerlendirilecektir.

Sempozyumun düzenlenmesinde bizleri motive eden, bizlere katkı ve destek sağlayan başta Rekabet Kurumumuzun Sayın Başkanı Prof. Dr. Nurettin Kaldırmacı, İkinci Başkan, çok değerli meslektaşım, dostum, Sayın Prof. Dr. Metin Toprak'a, onların şahsında Kurumun çok değerli uzmanlarına ve tabii mutfakta görev yapan çok değerli arkadaşlarımıza, Üniversitemizin değerli çalışanlarına, Üniversitemizin mutfağında bu çalışmayla ilgili görev yapan arkadaşlarımıza ve tabii, bu tür bir sempozyumun gerçekleşmesinde bizlere maddi anlamda da destek veren, başta Ticaret Odamız olmak üzere Müteveli Heyet Başkanlığımıza ayrı ayrı şükranlarımı ve teşekkürlerimi sunmayı bir borç biliyorum.

Rekabette adaletin yerleşik hâle geldiği bir gelecek temennisiyle şahsım ve Üniversitemiz adına sizleri aramızda görmekten tekrar mutlu olduğumu ifade ediyor, hoş geldiniz diyerek saygılarımı sunuyorum.



## **Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI**

*Rekabet Kurumu Başkanı*

---

Sayın Valim, çok değerli üniversite rektörleri, dekanlarımız, değerli hocalarım, sevgili öğrenciler, Konya Ticaret Odasının çok değerli Başkan ve yöneticileri, Rekabet Kurumunun değerli mensupları ve Kurul üyeleri; hepinizi saygıyla, sevgiyle selamlıyorum.

Bu sempozyumumuzun da başarılı geçmesini diliyorum. Biz bugüne kadar “Rekabet Hukukunda Güncel Gelişmeler” başlığı altında 9 sempozyum yaptık; 10’uncusu, küçük bir değişiklikle bugün Konya’da yapılıyor. Bu hikâye 2003 yılında Kayseri’de başladı. Değerli Hocamız Profesör Doktor Ayşe Boztosun Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde Öğretim Üyesi iken Kurumumuz ile Fakülte, Üniversite arasında iş birliği başladı ve bugüne kadar sürdü.

Rekabet Hukukunda Güncel Gelişmeler başlığı bizim ve camiamız için anlamlı idi; bunun, Rekabet İktisadında Güncel Gelişmeler başlığı altında da ayrıca ayrı bir çizgi hâlinde sürdürülmesini de düşündük. Nitekim, programı Denizli’de başlattık. İki sempozyumu Denizli’de icra ettik. Ama, sürdürülebilirlik şartları yeterince oluşmadığı için, iki başlığın bir araya getirilmesini, bundan sonra bu şekilde devam etmeyi uygun bulduk. Bugün, Rekabet Hukuku ve İktisadında Güncel Gelişmeler Sempozyumunu bu şekilde yapmış oluyoruz.

Bendeniz rekabetin anlamı, önemi üstünde konuşmayacağım; rekabet olgusunun nasıl evrensel, toplumsal, yerel, -nasıl dersiniz deyin- bir gerçek olduğundan söz etmeyeceğim. Rekabetçi ortama uymanın zorunlu olduğu üzerinde çok fazla durmayacağım. Rekabetçi ortamdaki sorumlulukların neler olduğundan çok fazla söz etmeyeceğim. Belki bütün bunlarla ilgili, belki bütün bunları yansıtan bazı düşüncelerimi kısa süre içinde kısaca sizlerle paylaşmak istiyorum.

Bir kere, bütün teşebbüslerimiz, bütün işletmelerimiz (küçük, orta, büyük ölçek) Rekabet Kanununun hükümlerine uygun hareket etmek zorundalar. Hukuk çevresinin, hukuki çevrenin, bu ülkede cari, hukuki kuralların bir parçası da Rekabet Kanunudur. Türkiye’de 4054 Sayılı Rekabet Kanunu çerçevesinde, 1997 yılından beri faaliyette olan bir Kurum teşkil edilmiş bulunuyor ve bu Kurum kararlar alıyor. Rekabetin engellenmesini, kısıtlanmasını önlemek için, rekabeti korumak, geliştirmek için çaba sarf ediyor, görev yapıyor, ceza veriyor. Ceza çok sevimli bir şey değil ama zorunlu, çünkü kanun var, yönetmeliğimiz

var. Bir kısım platformlarda olabildiğince, elden geldiğince rekabetin anlamını, önemini topluma duyurmaya çalışıyor, ilgililere, ilgilenenlere özellikle ulaşmaya çalışıyoruz. Belki duymuşsunuzdur, rekabet savunuculuğu diye de bir görevimiz var. Belki yeterince duyurmadık, belki profesyonelce yapamadık; mektuplar yazıyoruz, raporlar hazırlatmaya çalışıyoruz, bu tür toplantılar yapıyoruz. 10'uncu toplantının arka planında tabii ki rekabet savunuculuğu görevimiz var. Motive edici unsur ise, rekabetçi açıdan, toplumun Kurumu daha fazla bilmesi ve toplumsal çevreyle bütünleşmesi. Rekabet meselesi tek başına Rekabet Kurulundaki 320 arkadaşımızın meselesi değil, bu toplumun meselesi, iş adamlarımızın meselesi, siyasetçilerin meselesi, sivil toplumun meselesi, herkesin meselesi.

Rekabet faydalı ise, zorunlu ise, bunu kurumsallaştırmak, bunu derinleştirmek, toplumsal hayatın bir parçası hâline getirmek herhâlde herkesin sorumluluğu, vatandaşlık görevinin bir parçası diye düşünülebilir. Bizler için de kamu hizmetinin bir gereği.

Hikâye nasıl başlıyor? Rekabet tabii bir olgu, hep var, hep olmuş, geçmişte de var, bugün de var, gelecekte de olacak ama, rekabet, rekabete karşı olabilir, rekabet, rekabeti öldürebilir. Nitekim, hatta seçimli sistemlerde dahi, temelde gerekli ahlâk ve hukuk misyonundan yoksun ise rekabetçi davranışlar maalesef olumsuz sonuçlar doğuruyor, olumsuzlukları öne çıkarabiliyor, tersine seleksiyon süreci gibi işleyebiliyor. Survivor tipi yarışmalarda falan görüyorsunuz; diyelim ki, birilerini seçeceksiniz, seçim liyakat esasına göre olmayabiliyor, hatta çok layık olanlar çok arkada kalabiliyor, tasfiye edilebiliyor, yani olumsuzluk örgütlenebiliyor. Piyasalardaki teşebbüsler, dernek bünyesinde, oda bünyesinde veya misafirlikte veya bir hafta sonu yemeğinde fiyatlar konusunda, dağıtım konusunda, indirimler konusunda, alımlar satımlar konusunda vatandaşın aleyhine olacak şekilde, küçük işletmelerin piyasaya girmesini önleyecek şekilde, sonuçta ülke refahını kısıtlayacak şekilde, toplumsal kaynakları israf edecek sonuçlar doğuracak biçimde örgütlenebilirler, anlaşabilirler. Bu, bütün teşebbüslerin bu şekilde davranacağı anlamına gelmiyor. Böyle davrananların olduğu ekonomilerde sağlıklı bir işleyiş ortaya çıkmıyor. Liyakat, başarılı olmaya yetmiyor. Halbuki, başarılı olmak için alın teri dökenlerin sistemik olarak ödüllendirilmiş olması lazım. Öyle bir toplumsal sistem olacak ki, hak eden hakkını alacak, alın teri döken en fazla sonuç alacak, akli en çok olan, ahlâki en çok olan, kurallara en çok riayet eden, en çok yenilik yapan, en çok verimlilik elde edenin en çok başarılı olması lazım. Bunun önünü açarsanız toplum sıçrar, ekonomi hareketlenir.

Kamu yönetiminin, politik sistemin, hükümetlerin de bu işi dert etmesi lazım. Özel sektörün bunu ciddi olarak mesele etmesi lazım, inanması

lazım. Sivil toplumun bunun peşinde olması lazım. Medya ortamının da böyle bir anlayışı desteklemesi lazım. Biz bunun için mesela bu seneki 4'üncü Mektubumuzu, belki yine de herkese profesyonelce duyuramadık ama bütün bakanlarımıza, bütün milletvekillerimize, bütün valilerimize, kaymakamlarımıza, belediye başkanlarımıza gönderdik. Mesajımız şuydu: Tamam, işletmelerin sorumlulukları var, uymaları gereken kurallar var, kartellerin, hâkim durumunu kötüye kullananların peşindeyiz, bu konuda elimizden geleni yapıyoruz ama yetmez, ülkede kamu yöneticilerinin, kamu kurumlarının, bütün yöneticilerinin de bu konuda duyarlı olması gerekiyor, çünkü bu iki kanatlı bir sistem. Hem özel sektör, hem kamu bunu dert etmelidir. Kamu ne yapacak? Kamu yöneticileri daha duyarlı olacak, çünkü ortada bir kanun var, başarılması gereken bir görev var. Ülkemizde merkezde-taşrada binlerce ihale yapılır. Doğrudan tedarik diye bir sistem var. Lisanslar verilir. Kanunlar, yönetmelikler vardır, bunların uygulanması gerekir. Rekabet Kurumunun, sürücü kurslarıyla baş edemeyecek derecede belki yoğun bir mesai içine sokulmaması lazım. Biz soruşturma açıp ceza veriyoruz ama, tabiri caizse vukuat bitmiyor. Niye? Çünkü regülasyon yeterince uygulanmıyor. Milli Eğitim Müdürlüğünün, vilayetin herhalde bu alanda meseleye sahip çıkması lazım. Yönetmeliğin, kanunun, uygulanması için çaba göstermesi gerekiyor. Sonuçta bütün bunlar vatandaşımız için, bu ülkede yaşayan insanlar için, hayatımızı kolaylaştırmak için.

Dolayısıyla, rekabet, rekabete karşı olabilir. Sayın Başkanımızın söylediği gibi, rekabetçi anlayış eğer objektif, adil, olmaz ise rekabeti öldürebilir. İnsanın şeytan tarafının, organizasyonların bu kötü tarafının da olduğunu düşünmek lazım ve rekabetçi ortamı zapturapt altına almak lazım; bunun için rekabet hukuku üretilmiştir.

Yerli değildir, menşei yabancıdır; o tartışmaya girmeye hiç gerek yok. Bence evrensel aklın ürünüdür. Ahlâkla, hukukla bağdaştırılabilecek bir anlayış, bir yaklaşımdır. Özü hakkaniyettir, özü adalettir.

Kurum olarak, Kurul olarak, Kurum yönetimi olarak, işletmelerin rekabetçi ortama uymaları konusunda, kamu yöneticilerinin rekabetçi duyarlılığı konusunda çaba sarf ediyoruz, elimizden geldiğince uğraşıyoruz.

Ben de biliyorum ki, -az önceki konuşmacılarımız, Sayın Hocamız söyledi, Sayın Başkanım işaret etti- kamu kurumlarının da, tıpkı özel sektör işletmeleri gibi sorumlulukları var. Kamu kurumları da kesinlikle yenilik yapmalıdır. Kamu kurumları da ölçmeli. Kamu kurumları da verimlilik hesabı, kaynakları etkin kullanma hesabı yapmalı. Amaçlara ulaşmak için yol, yöntem tartışması yapmalı, kendini değiştirmeli, geliştirmeli. Dün de bugün de, dünyanın her tarafında, hatta rejimlerin muhafızı vardır. Diyelim ki, herkesin

hep birlikte ağladığı Kuzey Kore’de bile, -zorunlu, binlerce kişinin sokaklarda ağlaması lazım, çünkü Başkan öldü, yakın zamanda gördük- o düzenin ne kadar iyi olduğunu savunacak şairler, yazarlar bile vardır, bırakınız yöneticileri, bırakınız bürokratları.

Şunu demek istiyorum: İster toplumsal ölçek için, ister kurumsal ölçek için, ister aile şirketi için, ister kamu kurumları için, sürekli reform için, gösterilen çabalar hiçbir zaman kurumsallaşmanın, istikrarın alternatifi değildir. Reform yaptıkça, kalıcı olması gerekenler zaten muhafaza edilecektir, ama tasfiye edilmesi gerekenlerden de kurtulunacaktır.

Dolayısıyla, kamu kurumları özel sektörden belki çok fazla sorumluluk mevkiindedir, çünkü kamu buna kaynak harcamıştır, devletin bütçesinden, milletin cebinden kaynak harcanmıştır. Kamu yöneticileri; bu kaynağı iyi kullanmak konusunda ellerinden geleni yapmak mevkiindedirler, bunun için hesap vermek durumundadırlar, görevlerini daha iyi yapmak, başarılı olmak için çaba sarf etmek durumundadırlar.

Biz Rekabet Kurumu yönetimi olarak, çağdaş dünyanın bu kaçınılmaz, bu yakıcı, bu fark ettiren olgusunun farkında olarak dünyada olup bitenleri yakından takip etmeye çalışıyoruz. Başka ülkelerde ne tür kararlar alınıyor, ne tür politikalar takip ediliyor, bunların peşindeyiz. Kendi ülkemizde de, ne olup ne bitiyor, bilmek için çalışıyoruz. Üniversitelerimizle toplantımızın arka planında böyle bir yaklaşım var. Başka üniversitelerimizde de, başka platformlarda da belki aynı sözleri tekrarlıyoruz. Sonuçta amacımız, kamu yönetimiyle, özel sektörle, sivil toplumla, modern dünyaya örnek olabilecek bir ülke olmak, bir yönetim sergilemek. Demokrasinin, hukuk devletinin, aynı zamanda kalkınmanın, gelişmenin, belki bir arada gerçekleşeceği inancıyla böyle bir çabayı sergilediğimizi düşünüyorum.

Unutmadan Konya’yla da ilgili birkaç söz söylemek gerekir. Konyalılar Konya’nın kıymetini bilmeliler. Bütün Türkler, bütün Türk toplumu Konya’nın farkında olmalı diye düşünüyorum. Bunu sadece akşam yukarıdan Konya’ya bakarken düşünmedim, öteden beri böyle. Hazreti Mevlana’nın burada olması çok anlamlı. Burada, tarih içinde farklılıkların yoğrulması, bir arada yaşamasının somut örneği ile iç içeyiz. Belli ki Konya dinamik; hem fiziksel hem sosyal gelişmelerle; hızlı treniyle, üniversiteleriyle bence pek çok ili, kıyasladığımızda sollayabilir. Hem tarihi, hem aktüel potansiyeli var.

Bu toplantıyı Konya’da yapmanın da bizim için ayrı bir anlamı, önemi olduğunu ifade ediyorum. O yüzden, bir otobüs dolusu arkadaşımız Konya’ya geldi.

Bu bir hava, bu bir değişiklik. İnşallah, bu olumlu duygularla geleceğe çok daha iyi hazırlanacağız, çok daha motive olacağız.

Hepinize saygılar, sevgiler sunuyorum. Bu toplantıya iştirak eden herkesi kutluyorum, tebrik ediyorum. Özellikle organizasyonda görev alanlara çok teşekkür ediyorum.





## Aydın Nezih DOĞAN

*Konya Valisi*

---

Sayın Başkan, Sayın Rektörler, Ticaret Odasının değerli Başkanı, değerli Akademisyenler; hepinizi saygıyla selamlıyorum.

Ben daima üniversitelerde yapılan konuşmalardan ürkmüşümdür. Özellikle de, bilim adamlarının yoğunlukta olduğu yerlerde bilimsel konularda biz genel idarecilerin konuşma yapması işine hep soğuk bakmışımdır ama, vazifemiz gereği şu kürsüden bir şeyler söylemek zorunda kalıyoruz. Onun için önce affınıza sığınıyorum efendim.

Küreselleşmenin dayandığı üç temel görev olduğunu biliyoruz: Rekabetçilik, yenilikçilik ve iş birliği. İşin doğrusu, insanlık adına ekonomik temelli düşünmeli miyiz düşünmemeli miyiz tartışmasını bir kenara bırakıp meselelere eğer ekonomik temelli olarak bakacak olursak, rekabetçiliği göz ardı edemeyiz. Rekabetçiliğin -belki bugünün gündemi piyasa rekabetçiliği olacak-yavaş yavaş toplum hayatını, devlet hayatını etkilediğini düşündüğümüzde, bir kamu görevlisi, bir yöneticisi olarak da, özellikle kamu hayatında eşitçilik yerine rekabetçiliğin egemen olmaya başladığına işaret etmek istiyorum. Özellikle kamu fonlarının kullanımında geçmişte eşitlikçi bir anlayış yerleşirken, belki bu yerleşik anlayışı sadece siyasi birtakım talepler bozarken, bugün artık kamu fonlarının rekabetçi anlayışla dağıtılmakta olduğuna şahit oluyoruz. Buna aslında hayırlı bir gelişme olarak da inanmamız lazım. Ülke ekonomisinin daha iyi yönetilebilmesi için, güçlü olduğumuz yerlerin desteklenmesi ve daha bu fonların doğru amaçla kullanılması doğrudur diye düşünüyorum.

Sonuçta bu ülkenin bir Anayasası var ve her ne kadar hocalarımız itiraz etse de, kamu hizmetleri bakımından bir eşitlikçi anlayış var. Dolayısıyla, bugün Türkiye’de anayasal reformun konuşulduğu dönemde, eşitlik anlayışının nerede başlayıp nerede duracağını altının iyi çizileceği hukuki bir formata ihtiyaç olduğunu düşünüyorum. Bugünkü toplantının buna da fayda sağlayacağı inancındayım.

Katılımcılara, emeği geçenlere teşekkür ediyorum. Hepinizi saygıyla selamlıyorum.



**REKABET HUKUKU VE İKTİSADINDA  
GÜNCEL GELİŞMELER SEMPOZYUMU-X**

*22 Mayıs 2012  
KONYA*

---

**I. OTURUM**

**HIZLI TÜKETİM MALLARI PERAKENDECİLİĞİ  
SEKTÖR RAPORU**

**Prof. Dr. Çağatay ÜNÜSAN**  
(Oturum Başkanı)  
KTO Karatay Üniversitesi İİBF Dekanı



# TÜRKİYE HTM PERAKENDECİLİĞİ SEKTÖR İNCELEMESİ NİHAİ RAPORU

**Neyzar ÜNÜBOL**

*Rekabet Kurumu*

---

Bu sempozyuma katıldığınız için Kurumum adına teşekkür ederek başlamak istiyorum.

Bildiğiniz üzere Rekabet Kurumu bünyesinde Türkiye hızlı tüketim malları perakendeciliği sektörüne yönelik bir inceleme yürütülmekteydi. İncelemenin tamamlanmasının ardından nihai rapor geçtiğimiz haftalarda Kurulun bilgisine sunuldu, bugün de burada ilk defa sizlerle paylaşma imkânı bulacağız.

Sunumumda öncelikle sektör incelemesi süreçlerini, alıcı gücü ve rekabet ilişkisini, ardından da, Türkiye HTM perakendeciliği pazarının yapısı ve gelişimi başlıklarını aktarmaya çalışacağım. Ardından da sözü Meltem Hanıma, alıcı gücüne yönelik çalışma, analizler ve sektöre yönelik rekabet politikası önerilerini anlatmak üzere bırakacağım.

Böyle bir incelemeye başlanmasının sebebi neydi? Hızlı tüketim malları perakendeciliğinde son 15-20 yıllık süreçte önemli bir yapısal dönüşüm yaşanıyor. Eskiden, büyük tedarikçiler karşısında dağınık ve küçük perakendecilik varken, günümüzde artık, büyük tedarikçiler karşısında yine büyük perakendecilerin olduğunu görüyoruz. Bu değişen yapı içerisinde sektörün gelişiminin ortaya konması, sektöre yönelik düzenlemelerin neler olduğunun incelenmesi ve sektörde alıcı gücüne bağlı rekabet sorunlarının araştırılması ve politika önerileri oluşturulması amacıyla bu inceleme başlatılmıştı.

Raporun hazırlanması sürecinde, ilk önce bir önrapor hazırlandı ve bu rapor kamuoyuyla paylaşıldı. Önraporun hazırlanması sürecinde, perakendecilerle ve tedarikçilerle, sektör paydaşlarıyla hem yüz yüze görüşmelerimiz, hem de bilgi taleplerimiz oldu. Ardından, ülke uygulamaları, dünyada bu sektördeki sorunlara yönelik neler yapıldığının incelenmesi süreci geldi. Sonuç olarak da, ilk bulgular ve ülke uygulamalarından, bizim ülkemizde uygulanabileceğini düşündüğümüz çözüm önerilerinin tartışmaya açılması süreci yaşandı. Nihai rapor sürecinde ise, önrapora ilişkin tarafların görüşleri toplandı ve bu amaçla çalıştaylar düzenlendi. Katılımcı bir süreç izlenmesi ve sektör paydaşlarının konuya bakış açılarının alınması bizim için önemli bir

süreçti. Ardından, tedarikçilerin dile getirdikleri sorunların, sektörde yaşadıklarını belirttikleri durumların sektörün geneline ne kadar yaygın olduğunu ve bunun alıcı gücüyle ne kadar ilişkilendirilebileceğini ölçmek adına, tedarikçilere yönelik olarak bir saha çalışması yapıldı. Gene perakendecilerden bazı bilgi taleplerimiz oldu. Sonuç olarak da nihai raporun tamamlanması ve önerilerin oluşturulması sağlanmış oldu.

Öncelikle, alıcı gücü ve rekabet arasındaki ilişkinin ne olduğundan ve bu sektörde alıcı gücünün neden bir rekabet sorunu olarak görülebileceğinden bahsetmek isterim.

“Alıcı gücü” dediğimiz kavram, alt piyasadaki alıcıların üst piyasada yer alan satıcılarla olan ticaret koşullarını ne şekilde etkilediğiyle ilişkili bir kavram.

Alıcı gücü tartışmalarının odağında, -özellikle de organize perakende sektörü bakımından- geleneksel pazar gücü kavramının, perakende sektöründeki bu yapısal dönüşüm süreci sonucunda oluşan yeni yapıyı ve beraberinde perakendecilerin alıcı gücünü karşılamaktan uzak olduğu görüşü hâkim.

Bildiğiniz üzere pazar gücü kavramının rekabet hukukundaki en önemli unsuru pazar payı. Tek taraflı davranışlara rekabet hukuku ile müdahale imkânı ancak hâkim durumun kötüye kullanılması söz konusu olduğunda var. Perakendeciler için baktığımızda, en yoğunlaşmış pazarlarda dahi (örneğin İngiltere gibi), perakendecilerin hâkim durumda olduğunu söylemenin zor olduğunu söyleyebiliriz, çünkü hâkim durum değerlendirmelerinde en az yüzde 40 gibi bir pazar payı söz konusu.

“Geleneksel pazar gücü analizi”, tedarik zincirinde üretici egemenliğine dayalı bir kavram. Ancak, bu yapısal dönüşüm, özellikle yoğunlaşmanın yüksek olduğu ülkelerde, üretici egemenliğinden perakendecilerin güçlenerek neredeyse perakendeci egemenliğine doğru giden bir yapı çiziyor.

Peki, perakendecilere, bu geleneksel pazar gücü dışında güç kaynaklarını veren unsurlar neler?

Bildiğiniz üzere perakendeciler öncelikle tedarikçiler karşısında müşteri konumunda. Diğer yandan, tedarikçiler için çok önemli bir satış alanı olan raf sahipliği söz konusu. Özellikle organize perakendenin toplam perakendecilik pazarındaki payı arttıkça raf sahipliği tedarikçiler için çok daha önemli bir duruma geliyor, çünkü raf, üreticilerin ürünlerini nihai tüketiciye ulaştırabilecekleri en önemli alan durumunda. Ayrıca, perakendeciler tedarikçiler karşısında, özel markalı ürün üretimiyle rakip durumunda da oluyorlar. Böylece, bu çok yönlü yapıları, onların alıcı güçlerinin artmasına ve sağlamlaşmasına neden oluyor.

Tedarik zincirinde değişen dengelerden söz ettik. Geleneksel pazar gücü tamamen karşılayamıyorsa ne gibi bir kavram kullanılabilir? Bunun için de “pazarlık gücü” kavramı gündeme gelen ve literatürde tartışılan bir konu.

Pazarlık gücünü ikiye ayırabiliriz: Biri telafi edici pazarlık gücü; telafi edici pazarlık gücü, perakendecilerin büyük ölçeklere sahip olması nedeniyle, pazar gücüne sahip tedarikçilerden etkinliğe bağlı ve maliyet azalışlarına bağlı indirimler elde edebilmeleri ve bunun da tüketiciye gene olumlu sonuçlar olarak yansması. Diğer yandan, alıcı pazar gücü ise, artık etkinlikten bağımsız olan ve doğrudan alıcının gücüne bağlı olan ve maliyet avantajı sağlamayan indirimler elde edebilecek bir güce sahip olmasını tanımlıyor. Rekabet sorunu yaratabilecek olan da zaten bu “alıcı pazar gücü” dediğimiz kavram.

Peki bunun sonuçları neler?

Maliyetten bağımsız olarak ve etkin karşılığı açıklanamayan bu tür indirimlerin elde edilmesi sonucunda, alıcı gücüne sahip perakendeciler rakipleri karşısında her zaman bir avantaj elde edecekler ve bu kısır döngü sonucunda, alıcı gücüne sahip perakendecinin alıcı gücü daha da artabilecek. Aynı zamanda, alıcı gücüne karşı koyamayan ve talep edilen indirimleri karşılayamayan tedarikçilerin pazar dışına itilmesi de söz konusu olabilecek. Ancak bütün bunlar etkilerini kısa vadede değil, uzun vadede gösterebilecek rekabetçi endişeler.

Sonuç olarak, yoğunlaşmış bir perakende pazarı karşısında yoğunlaşmış bir tedarikçi pazarının oluşması ve bunun da tüketicilere olumsuz yansması bu alandaki temel rekabetçi endişe.

Geleneksel rekabet kuralları ile müdahale sınırlı demiştik. Hâkim durumun kötüye kullanılması işletilemiyor; hâkim durum varlığı bu sektörde perakendeciler için söz konusu değil. Ayrıca, alıcı gücünü, düşük eşiklerde toplumsal refah kaybıyla ilişkilendirilen iktisadi altyapı da henüz olgunlaşmış değil, tartışmalar devam ediyor.

Bu ortaya çıkan sorunlara karşı başka ülkelerde bu soruna karşı neler yapılmış? Örneğin Litvanya’da, pazar payı eşiği, hâkim durum eşiği sadece perakende sektörüne yönelik olarak aşağı çekilmiş, yüzde 30’lara gelmiş. Fransa’da, birleşme ve devralmaların kontrolünde bu sektöre özel bir düşük bildirim eşiği uygulaması var. Almanya, Fransa, İtalya gibi bazı ülkelerde ülkelerde ise; ekonomik bağımlılık veya üstün pazarlık gücü temelinde bazı düzenlemeler getirilmiş; örneğin ekonomik bağımlılığın kötüye kullanması hâlinde idari para cezası verilmesi veya davranış kodu uygulamasıyla, perakendecilerin tedarikçilerle olan ilişkilerine birtakım düzenlemeler



getirilmesi. Bu tür düzenlemelerin de, genelde perakendecinin alım pazarındaki pazarının yaklaşık yüzde 10'u aşması hâlinde uygulandığını görüyoruz.

Türkiye'deki durum ne diye bakarsak, öncelikle organize perakendeciliğin getirdiklerine değinmek istiyorum. Aramızda pek çok organize perakendeci temsilcisi var; belki öncelikle haklarını da vermek gerekiyor.

Organize perakendeciliğin yapısal dönüşümü sürecinde tüketici tercihlerinde bir iyileşme olduğu kuşkusuz. Daha büyük satış alanlarına sahip olmaları nedeniyle çok daha fazla çeşidi bir arada sunabiliyorlar. Tüketicilere tek duraklı alışveriş imkânı sağlıyorlar ve bütün ihtiyaçlarımızı tek bir mağazadan karşılama imkânı olabiliyor. Hatta bazen, hızlı tüketim malları haricinde, dayanıklı tüketim ürünlerini dahi tek mağazadan satın alma imkânımız olabiliyor. Bunun yanında, gene organize perakendecilikle birlikte kalitede ve hizmet sunumunda artışlar olduğu görülüyor. Belki en önemlisi de, az önce bahsettiğim, telafi edici pazarlık gücünün etkisiyle tüketicilere daha uygun fiyatlar olarak geri dönüş yapması. Kurumsallaşma ve buna yönelik kayıt dışılıkta azalma yine organize perakendeciliğin getirdiklerinden. Ekonomi bakımından belki de en önemli hususlardan biri de, organize perakendeciliğin çok fazla iş alanı yaratması ve istihdam artışı sağlaması.

Toplam pazar büyüklüğüne baktığımız zaman, biz, bağımsız bir araştırma şirketi olan Euro Monitor Araştırma Şirketinin hesapladığı pazar büyüklüklerinden faydalandık. Pazar büyüklüğünün 2010 yılında 117 milyon 412 bine ulaştığını görüyoruz. Diğer yandan, organize kanalın ve geleneksel kanalın toplam perakendecilik içerisindeki ağırlığına baktığımızda, 2011 yılının önemli bir yıl olduğunu, çünkü organize kanalın toplam kanal içerisindeki pazarının ilk defa yüzde 50'ye ulaştığını ve geleneksel kanalı geçtiğini görüyoruz. 2005 yılından itibaren zaten bir büyüme trendi söz konusu ve bu büyüme trendinin de bu şekilde devam etmesi bekleniyor.

Ön raporumuzu okumuş veya önrapora aşına olanlar bilecektir, pazar büyüklükleri önraporda bundan daha küçüktü, Euro Monitor 2011 yılında yayımladığı raporunda, geçmişe yönelik olarak pazar büyüklüklerini güncelledi; bu da bizim sonucumuza, raporumuza, daha küçük pazar payı oranlarının saptanması olarak yansıdı.

Sektördeki yoğunlaşma oranlarına baktığımız zaman, tabloda ilk sıradaki toplam perakende pazarı, geleneksel artı organize perakende pazarı için, ikinci sıradaki de, sadece organize perakende pazarı için verilen veriler.

CR-3, CR-4, CR-5, CR-8 dediklerimiz de, pazardaki ilk 3, ilk 4, ilk 5 ve ilk 8 firmanın pazar payları toplamı.

Toplam perakende pazarında ilk 8 firmanın pazar payları toplamı 2010 yılında yüzde 14 olarak görünüyor; organize perakende pazarına baktığımızda ise, bu oranın yüzde 29 olduğunu görüyoruz. Önraporda daha yüksek oranlar (yüzde 32, yüzde 41 gibi) hesaplanmıştı. Pazar büyüklüğündeki güncelleme dolayısıyla oranların düşmüş olduğuna dikkat çekmekte fayda var.

Format gelişimine baktığımızda, indirim marketleri formatının hızlı büyümesi dikkat çekiyor. İkinci olarak en çok büyüyen format hipermarket formatı. İndirim mağazacılığı formatının hızlı büyümesi elbette sektördeki firmaların da dikkatini çekiyor ve yerel perakendeciler de bu yönde çaba gösteriyor, pazara giriş yapıyorlar; örneğin Hakmar Ekspres, Ardaş'ın, yerel zincirlerinde indirim mağazacılığı formatında faaliyetleri mevcut.

Sektördeki bir diğer önemli gelişme, MİGROS'un ŞOK'u Ülker'e devretmesi. 2011 yılında gerçekleşen bu gelişme, hem sektörde dikey entegrasyonun artması, Ülker gibi bir üretici firmanın 1200 mağazaya sahip büyük bir perakendeciye sahip olması, diğer yandan, ŞOK'un devriyle MİGROS'un toplam pazar payının ve format çeşitliliğinin azalması sektördeki önemli gelişmeler.

Görmüş olduğunuz grafik, Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansının hazırladığı bir raporda yer alıyor. Bu da gene, sektördeki gelişimin, -2014 yılına kadar olan tahminlerde- gene indirim mağazacılığının lehine büyüdüğüne dair bir projeksiyon olması nedeniyle önemli.

Bölgesel ve yerel perakendeciler, Türkiye'de HTM perakendeciliği pazarının önemli bir unsuru. Ulusal gıda perakende zincirlerinde de rakipler özellikle süpermarket formatında faaliyet gösteriyorlar. Hipermarket gibi, büyük ölçekli, büyük alanlı mağaza sayıları süpermarketlere oranla çok daha az.

Yerel perakendeciler ve bölgesel perakendecilerin sektörde oldukça başarılı olduğu görülüyor. Örneğin Makro Market, Kiler, ADS gibi, yerel olarak başlayan, ancak zamanla ulusal kategoride yer alan perakendeciler mevcut.

Gördüğümüz tablo, genellikle üyeleri yerel perakendecilerden oluşan Türkiye Perakendeciler Federasyonunun üye sayısı, şube sayısı ve toplam metrekare bakımından gelişimini göstermekte. Yerel perakendecilerin durumuna baktığımızda, son 2 yılda şube sayısında -toplam metrekare olarak- neredeyse yüzde 50'lik bir artış görüyoruz.

Gene bu tabloda, TPF'ye üye bazı yerel perakendecilerin bir yıl içerisinde mağaza sayılarındaki artışı görüyoruz. Bu bizim açımızdan oldukça hızlı bir büyüme ve rekabet bakımından oldukça olumlu bir gelişme olarak değerlendiriliyor.

İlgili pazarın tanımlanması gene nihai raporda ele alınan önemli konulardan biriydi. Özellikle birleşme ve devralmaların değerlendirilmesi bakımından ilgili pazarların tanımlanması kritik öneme sahip.

Rekabet Kurumunun bugüne kadarki kararlarına baktığımızda, organize kanalın ve geleneksel kanalın tamamen bağımsız pazarlar olarak ele alındığını ve bunun tamamen ayrı olarak kabul edildiğini görüyoruz. Bunun dışında, perakendeci tanımları, perakendecilerin mağaza alanı, ürün çeşitliliği, ilave hizmetler, özel markalı ürün oranı, HTM oranı, mağaza yerleşimi gibi hususlar dikkate alındığında, Kurul kararlarında bugüne kadar 1000 metrekare ve 300 metrekare eşikleri kullanılmış olmasına rağmen, 1500-2000 metrekareden büyük, tek noktalı alışverişe imkân sağlayan satış alanlarının, perakendecilerin ve orta büyüklükteki satış alanlarına sahip, 300-400 metrekareden büyük perakendecilerin ana pazarlar olarak ele alınmasının daha uygun olacağı değerlendirmesine vardık. Bunun dışında, elbette indirim mağazacılığı da, hem çeşitliliğin çok daha az olması, belirli ürün kategorilerinin indirim mağazalarında bulunamaması ve bunların çok daha küçük alanlı satış noktaları olmaları nedeniyle farklı pazar olarak tanımlanması gerektiği noktasına vardık.

İlgili coğrafi pazar bakımından ilgi çekici bazı sonuçlara ulaştık. Bugüne kadarki Kurul kararlarında en çok, il veya ilçe bazında dar olarak tanımlanan ilgili pazarlar mevcut. Sadakat kart satışlarının sürüş mesafesi dağılımına, sürüş mesafesine bağlı olarak cironun değişimine, perakendecilerin mağazalarını açarken çevredeki ne kadar mağazayı rakip gördükleri gibi hususları analiz ederek, hipermarketlerin yaklaşık 10-15 dakikalık bir sürüş mesafesi gibi bir çekim alanı olduğu, süpermarkette bunun 10 dakikaya düştüğü değerlendirilmesine, sonucuna vardık. Bu da aslında, ilçe bazındaki pazar tanımlarının dahi bu sektör için geniş olduğu ve sürüş mesafesi bakımından pazar tanımlarının yapılması noktasına geldiğimizi gösteriyor.

İndirim mağazaları bakımından ise, mağaza çekim alanlarının, sürüş mesafesi yerine 5 dakikalık yürüme mesafesine kadar düştüğünü görüyoruz.

İlgili coğrafi pazar bakımından bu değerlendirmelerin bundan sonra Kurul kararlarında dikkate alınması gerektiği noktasına vardık.

HTM perakendeciliğinde mevcut yasal çerçeveye de bir miktar değinmek istiyorum. Düzenlemelere baktığımız zaman, Türkiye'deki HTM perakendeciliğinde, birçok Avrupa ülkesine göre çok daha serbest bir yapı olduğunu görebiliyoruz. Şu anda, son yıllarda zaman zaman gündeme gelen mevcut Büyük Mağazalar Yasa Tasarısı var. Bu yasa tasarısı küçük gıda perakendecileri organize perakendecilerin rekabetinden korumak veya küçük ve orta ölçekli tedarikçilerin büyük perakendeciler karşısında korunması gibi

birtakım düzenlemeleri, hatta mağazaların açılış-kapanış saatlerine ilişkin düzenlemeleri de barındıran oldukça kapsamlı bir yasa tasarısı. Rekabet Kurumu daha önce bu tasarıya, asimetrik regülasyonun ve böyle bir düzenlemeyle getirilebilecek giriş engellerinin sektöre zarar verebileceği görüşünü vermişti.

Bu tablo, OECD tarafından yapılan, ülkelerin perakendecilik alanında düzenleme skorlaması. Bu tabloya baktığımızda, Türkiye'nin 2008 itibarıyla 1.5 olan skoru, oldukça serbest ve düzenlemelerin az olduğu bir piyasa yapısına dikkat çekiyor. Türkiye sıralamada 4. sırada. Büyük Mağazalar Yasa Tasarısının uygulamaya alınması hâlinde, endeks düzenlemeleri, bu endeks hesaplama yöntemine dahil ederek Türkiye için yeniden bir endeks hesapladığımızda, Türkiye'nin puanının 3.3'e yükseldiğini ve sıralamasında 24'e çıktığını görüyoruz. Bununla birlikte, pek çok ülkede deregülasyon sürecinin olduğuna, mağazaların açılış-kapanış saatleri gibi konularda daha esnek bir yaklaşıma gidildiğine de dikkat çekmekte fayda var.

Sektörü ilgilendiren önemli bir yasal gelişme, yeni Türk Ticaret Kanunu ve yeni Borçlar Kanununun kabul edilmesi.

Yeni Türk Ticaret Kanununda ödeme sürelerine ilişkin düzenlemeler mevcut. Ödeme süreleri, tedarikçiler tarafından belki de en sık dile getirilen şikâyetlerden, sorunlardan biriydi. Bu da, yeni Türk Ticaret Kanunundaki 60 günlük ödeme süresi sınırıyla birlikte bir miktar önüne geçilebilecek bir sorun olarak görülmekte. Söz konusu düzenleme, Avrupa Birliği'nin Geç Ödemelerle Mücadele direktifine de uyumlu bir düzenleme.

Ayrıca, yeni Borçlar Kanununun genel işlem koşullarını düzenleyen maddeleri, hükümleri de gene perakendeci-tedarikçi ilişkilerindeki zaman zaman oluşan gerilimin çözümüne yönelik bir düzenleme. Genel işlem koşulları, tek tarafın, örneğin perakendecilerin tedarikçilere matbu bir sözleşme metni sunarak, bunu kabul etmeye mecbur bırakması gibi durumlarda, sözleşmeyi kabulünde “evet ya da hayır” olduğu durumlarda, ama, “şunu değiştirelim” olmadığı durumlarda, tedarikçiyi koruyan, karşı tarafı koruyan düzenlemeler getiren bir hüküm.

Benim anlatacaklarım bu kadarla sınırlı. Sunumu tamamlamak üzere sözü Meltem Hanıma bırakıyorum.

## SUNUM PLANI

- Sektör İncelemesi Süreçleri
- Alıcı Gücü ve Rekabet
- Türkiye HTM Perakendeciliği Pazarının Yapısı ve Gelişimi
- Türkiye HTM Pazarında Alıcı Gücüne Yönelik Çalışma ve Analizler
- Sektöre Yönelik Nihai Rekabet Politikası Önerileri

2



## İNCELEMENİN KONUSU

- Hızlı tüketim malları (HTM) perakendeciliği sektöründe organize perakende kanalın tedarik zincirinde güç kazanmasını ve pazarda yoğunlaşma artışını besleyen yapısal dönüşüm sürecinde gelinen noktada:
  - sektörün yapısının ve gelişiminin,
  - sektöre yönelik düzenlemelerin,
  - sektörde alıcı gücüne bağlı rekabet sorunlarının varlığının araştırılması ve
  - bu sorunlara yönelik rekabet politikası önerileri geliştirilmesi

3



# SÜREÇ

- **Ön Rapor Süreci**
  - Perakendeci bilgi talepleri
  - Tedarikçi görüşmeleri
  - Ülke uygulamalarının detaylı olarak incelenmesi
  - İlk bulguların ve ülke uygulamalarından hareketle oluşturulan önerilerin raporlanarak tartışmaya açılması
- **Nihai Rapor Süreci**
  - Ön Rapora ilişkin taraf görüşlerinin toplanması ve çalıştaylar
  - Tedarikçi Saha Çalışması
  - Perakendeci bilgi talepleri
  - Alıcı gücü analizleri ve raporlama

# ALICI GÜCÜ ve REKABET


# Alıcı Gücü

- Alt piyasadaki alıcıların üst piyasada yer alan satıcılarla olan ticaret koşullarını ne şekilde etkilediğiyle ilişkili bir kavram
- **Alıcı Gücü tartışmalarının odağı:**
- Geleneksel pazar gücü analizinin perakende sektöründeki yapısal değişimle oluşan yeni yapıyı ve beraberinde alıcı gücünü karşılamaktan uzak.
- Pazar gücünün en önemli unsuru yüksek pazar payı (~%40)
- Perakendeciler hakim durumda mı?
- Geleneksel pazar gücü analizinin tedarik zincirinde üretici/sağlayıcı egemenliğine bağlı kurulduğu

6



# Alıcı Gücü

- **Geleneksel pazar gücü analizinin dışında kalan güç kaynakları:**
  - Müşteri
  - Sağlayıcı (raf sahibi)
  - Rakip (özel markalı ürünler)
- **Tedarik zincirinde değişen dengeler:**
  - Geleneksel Pazar Gücü mü Pazarlık Gücü mü?
- Pazarlık Gücü  Telafi edici pazarlık gücü  
**Alıcı Pazar Gücü**
- **Alıcı Pazar gücünün kullanılmasının sonuçları:**
  - Maliyetten bağımsız olarak ve etkinlik artışı ile açıklanamayan alıcı gücü kaynaklı indirimler elde edilmesi
  - Alıcı gücüne sahip perakendecinin rakiplerine karşı avantaj elde etmesi
  - Bazı tedarikçilerin pazar dışına itilmesi

7



# Alıcı Gücü

- Yoğunlaşmış bir perakende pazarı  $\longleftrightarrow$  Yoğunlaşmış tedarik pazarı
- **Geleneksel rekabet kuralları ile müdahale sınırlı**
  - “hakim durumun kötüye kullanılması” işletilemiyor- hakim durum yok.
  - Alıcı gücünü daha düşük eşiklerde toplumsal refah kaybı ile ilişkilendiren iktisadi altyapı olgunlaşmış değil- *haklı sebep* yaklaşımı esas
- **Geleneksel kuralları genişleten düzenlemeler**
  - Hakim durum eşiğinin perakende sektörü için aşağıya çekilmesi (Litvanya %30)
  - Birleşme/devralmaların kontrolünde düşük bildirim eşiği (Fransa)
- **Ekonomik bağımlılık (üstün pazarlık gücü) temelinde (~%10 itibaren) ve geleneksel kuralların dışında değerlendirme eğilimi, etkinlik kaybını engellemek için *haklı sebep* yaklaşımı, yeni kurallar**
  - Ekonomik bağımlılığın kötüye kullanılması
  - Davranış Kodu

8

# TÜRKİYE HTM PERAKENDECİLİĞİNİN YAPISI VE GELİŞİMİ

9



## Organize Perakendeciliğin Getirdikleri

Yapısal dönüşümle birlikte

- Tüketici tercihlerinde iyileşme
  - Çeşitlilik
  - Tek duraklı alışveriş imkanı
  - Kalite
  - Hizmet sunumu
  - Fiyat
- Kurumsallaşma
- Kayıtdışılıkta azalma
- İstihdam

10



## Türkiye HTM Perakendeciliği

	Toplum HTM Perakendeciliği İçindeki Pay						
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011 ilk 6 ay*
Organize/Toplam (%)	31,25	34,40	38,85	42,31	45,51	49,05	50,85
Geleneksel/Toplam (%)	68,74	65,60	61,14	57,69	54,49	50,95	49,14
Toplam Pazar Büyüklüğü (milyon TL)	64.290,4	88.565,4	107.024,1	111.604,7	118.064,7	117.412,2	61.253,62
Kaynak: Euromonitor							

- Pazar büyüklüklerinde Euromonitor (2011) ile Euromonitor (2010) arasındaki geriye dönük güncelleme nedeniyle farklılık bulunmaktadır. Örneğin Euromonitor (2010) 2009 Pazar büyüklüğü= 93.243 milyon TL fark= $\sim$ %21,3
- Sonuç= Ön raporda hesaplanan pazar payları oranları güncellendi, daha küçük değerlere ulaşılmıştır.

11



## Yoğunlaşma Oranları

Toplam Perakende Pazarı						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011 İlk 6 Ay
CR3	7,08	8,06	9,12	10,48	11,47	11,88
CR4	7,62	8,86	10,05	11,47	12,64	13,74
CR5	8,06	9,43	10,63	12,11	13,23	14,45
CR8	8,59	10,16	11,53	13,22	14,62	16,01

Organize Perakende Pazarı						
	2006	2007	2008	2009	2010	2011 İlk 6 Ay
CR3	20,57	20,23	21,56	23,03	23,38	23,36
CR4	22,15	22,22	23,75	25,20	25,76	27,01
CR5	23,44	23,66	25,13	26,61	26,96	28,41
CR8	24,97	25,48	27,25	29,04	29,79	31,47

Ön Raporda organize pazar için hesaplanmış 2009 yılı **CR4** ve **CR8** değerleri sırasıyla **%32** ve **%41** iken güncel verilerle ise sırasıyla **~ %25** ve **%30**

12



## HTM Perakendeciliği Format Gelişimleri

Format	Ciro bazında büyüme (2004-2009)
Hipermarket	129,99%
Süpermarket	71,20%
İndirim Mağazası	182,19%
Toplam Organize	94,90%

- BİM ~3 kat
- İndirim mağazacılığı formatındaki gelişme dikkat çekici

13



## Format Gelişimi

- En hızlı büyüyen format indirim mağazacılığı- yerel perakendecilerin de bu yönde çabası Hakmar Ekspres, Ardaş...
- Migros'un ŞOK'u Ülker'e devri-dikey entegrasyon
- ŞOK'un devri ile Migros toplam pazar payında azalma

14

## Format Gelişimi



Kaynak: T.C Başbakanlık Yatırım Destek ve Tanıtım Ajansı "Türkiye Gıda Sektörü Raporu"

15

## Bölgesel/Yerel Perakendeciler

- Ulusal gıda perakende zincirlerine rakipler
- Faaliyetleri özellikle süpermarket formatında, son dönemde indirim mağazacılığı formatına yöneliş
- Önemli bir yerel perakendeci olan Adese de artık ulusal kategoride, Makromarket ve Kiler daha önceden bu kategoriye girmişlerdi.
- TPF'ye üye perakendecilerin gelişimi:

	2008	2009	2010	2011	2009- 2008 (%)	2010- 2009 (%)	2011- 2010 (%)
Üye Sayısı	208	245	257	306	18	5	19
Şube Sayısı	1.477	1.634	2.242	3.222	24	22	43
Çalışan Sayısı	32.396	37.934	44.080	62.000	15	16	40
Toplam m <sup>2</sup>	1.244.221	1.513.249	1.801.042	2.223.332	22	19	24

Kaynak: TPF



## Bazı TPF üyesi yerel perakendecilerin mağaza sayısı gelişimi

Perakendeci	Faaliyet Bölgesi	Mağaza Sayısı		Artış
		01.01.2011	01.01.2012	
Hakmar Express*	Istanbul	119	234	115
Makro Market	Ulusal	124	156	32
Onurex	Istanbul	64	95	31
Genpa	Antalya	85	91	6
Mopaş	Istanbul	77	84	7
Çagdaş	Ankara	57	67	10
Altunbilekler	Ankara	49	59	10
Happy Center/Gross	Istanbul	50	55	5
Yunus	Ankara	37	46	9
Uyum	Istanbul	32	45	13
Onur	Istanbul	32	44	12
Pekdemir	Denizli	37	42	5
Akyurt	Ankara	37	40	3
Başgimpa	Ankara	29	40	11
Ardaş	Istanbul	32	38	6
Hadim	Bursa	27	37	10
Birebir	Antalya	24	31	7
Grup Hatipoğlu	Istanbul	26	30	4
Kibaroğlu	Izmir	23	30	7
Oncü	Sivas	21	29	8

Kaynak: İstanbul PERDER  
\* Hakmar Ekspres indirim mağazacılığı segmentinde faaliyet göstermektedir.



## İLGİLİ PAZARIN TANIMLANMASI

- Perakende Seviyeye İlgili Ürün Pazarı
  - Perakendeci tanımları ve sunulan hizmetler
  - Perakende Pazar seviyesinde ilk ayırım: organize kanal ve geleneksel kanal ayrı pazarlar olarak ele alınıyor.
  - Perakendeci tanımları:

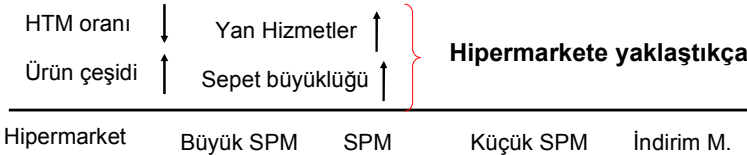
	Büyükük (m <sup>2</sup> )	Kasa Sayısı	Diğer Özellikler
Hipermarket	2500 ve Özeri	8+	Self servis, park alanı, ATM
Büyük Süpermarket	1000-2499	2+	Self servis
Süpermarket	400-999	2+	Self Servis
Küçük Süpermarket	100-399	2	Self servis
Orta Market	50-99	1	Ana cadde/ana caddeye açılan yan sokak Özeri
Bakkal	50 altı	1	
Kaynak: AC Nielsen			

18



## Perakende Seviye İlgili Ürün Pazarı

- Organize perakende içinde alt kırılımlarda formatlar kullanılmakta- m<sup>2</sup> eşikler
  - Kurul kararlarında 1000 m<sup>2</sup> ve 300 m<sup>2</sup>
- Organize kanal içinde nitelikleri bakımından iki aktör: süpermarketler ve indirim mağazaları
  - Mağaza alanı, Ürün çeşidi, İlave hizmetler, Özel markalı ürün oranı, mağaza yerleşimi,...



19



## Perakende Seviye İlgili Ürün Pazarı

- İndirim mağazalarının özellikleri
  - Ürün çeşitliliği az
  - Sınırlı hizmet
  - Küçük metrekareler
- Format ortalamaları

Format	Ortalama Sepet Büyüklüğü (TL)	HTM Oranı(%)	Toplam Sayı (İ)	AVM İçindeki Sayı (İ)	Oran(%)
Hypermarket	27,8	87	155	114	73,5
Bigın: SPK	18,7	72	180	68	37,8
SPK	14,1	62,2	604	12	2
Küçük SPK	10,8	81,6	1353	0	0
Autom Marketın	6,3	92,1	2095	0	0

Kaynak: RK Perakende Anketi

20



## Perakende Seviye İlgili Ürün Pazarı

- İlgili Ürün Pazarı Bakımından İki Temel Ayrım
  - Tek noktalı alışverişe imkân sağlayan çoğunlukla AVM içinde bulunan tüketiciye çok sayıda yan hizmet veren, çeşitli kolaylıklara sahip büyük perakende satış noktaları (1500-2000 m<sup>2</sup>den büyük).
  - Orta büyüklükteki perakende satış noktalarını da içeren perakende satış pazarı (300-400 m<sup>2</sup>den büyük).
  - İndirim Mağazaları

21



## İlgili Coğrafi Pazar

- Perakende Seviye İlgili Coğrafi Pazar
  - Yerel pazarlar
  - Müşteri çekim alanları
- Sadakat kart satışlarının sürüş mesafesine dağılımı

	5 dakika	10 dakikaya kadar	15 dakikaya kadar	20 dakikaya kadar	30 dakikaya kadar	60 dakikaya kadar
Hipermarket	55	75	84	88	92	100
Büyük Süpermarket	64	79	90	94,5	96	100
Süpermarket	67	87	90,5	94	97,5	100
Küçük Süpermarket	70,5	81	95,5	97	98,5	100

Kaynak: F&K Perakende Anket

- İndirim Mağazalarında yürüme mesafesi esasına dayalı değerlendirme
  - 1. erişim alanı (500 mt, %50), 2. erişim alanı (1000 mt, %85), 3. erişim alanı (1500 mt, %100)

22

## HTM PERAKENDECİLİĞİNDE YASAL ÇERÇEVE

23

## Yasal Çerçeve-1

- Birçok Avrupa ülkesine göre daha serbest
- Büyük mağazalar yasa tasarısı:
  - Küçük gıda perakendecilerini organize perakendecilerin rekabetinden korumak
  - Küçük/orta ölçekli tedarikçilerin büyük zincirler karşısında korunması
  - Rekabet Kurumu yasa tasarısına görüş bildirmiştir.
  - Asimetrik regülasyon
  - Giriş engelleri

24



### OECD Çalışması

	1994	2003	2008	Sıralamadaki Yeti	Büyük Mağazalar Yasa Tasarısı Uygulamaya Alınır mı	Sıralamadaki Yeti
Slovakya	..	1,0	..	..	..	..
Yunanistan	4,1	4,2	..	..	..	..
Hollanda	1,3	1,1	..	..	..	..
Lüksemburg	..	..	4,3	..	..	..
Belçika	3,7	3,9	3,7	..	..	..
Avusturya	4,1	4,5	3,6	..	..	..
Polonya	3,5	3,2	3,2	..	..	..
Finezya	3,4	3,1	3,1	..	..	..
Türkiye	3,3	1,8	1,5	4	3,3	34
Fransa	4,0	3,1	3,1	..	..	..
Kanada	2,4	2,7	3,0	..	..	..
Portoiz	3,1	2,9	3,0	..	..	..
Danimarka	2,8	2,6	2,9	..	..	..
İspanya	3,5	3,4	2,7	..	..	..
Norveç	3,5	3,0	2,9	..	..	..
İtalya	3,0	2,5	2,5	..	..	..
ABD	..	2,6	2,6	..	..	..
Japonya	2,2	2,4	2,4	..	..	..
Almanya	2,3	2,6	2,4	..	..	..
İrlanda	2,0	2,4	2,4	..	..	..
Meksika	2,2	2,0	2,4	..	..	..
Hollanda	2,0	1,6	2,1	..	..	..
Macaristan	1,0	1,3	2,1	..	..	..
Yeni Zelanda	..	2,0	2,1	..	..	..
Birleşik Krallık	2,5	2,0	2,0	..	..	..
Çek Cumhuriyeti	2,7	2,9	1,6	..	..	..
Akromsya	1,2	1,2	1,3	..	..	..
Kore	1,1	1,5	1,0	..	..	..
İsviçre	1,3	0,0	0,0	..	..	..
İsviçre	1,3	0,5	0,5	..	..	..

Kaynak: OECD, Retail Distribution: Country Scores

5



## Yasal Çerçeve-2

- **Yeni Türk Ticaret Kanunu**
  - Ödeme süreleri düzenlemeleri
  - Altmış günlük ödeme süresi sınırı
  - AB'nin geç ödemelerle mücadele direktifine uyumlu
  - “Haksız rekabet” ve “Ticari Hükümlerle Yasaklanmış İşlemler ile Mal ve Hizmet Tedarikinde Geç Ödemenin Sonuçları”
- **Yeni Borçlar Kanunu**
  - “Genel işlem koşulları”

# TÜRKİYE HTM PAZARINDA ALICI GÜCÜNE YÖNELİK DEĞERLENDİRMELER

Meltem BAĞIŞ AKKAYA

*Rekabet Kurumu*

---

Rekabet Kurumunun Sayın Başkanı, Sayın üyeler, Sayın Rektör, değerli katılımcılar; bana ayrılan sürede bu raporumuzun geri kalan kısmını mümkün olduğu kadar kısa ve öz anlatmaya çalışacağım. Bir miktar grafiklere boğulacağız. Onun için önceden özür dileyeyim.

Öncelikle şunu bir kere daha hatırlatmak isterim: Rekabet Kurumu olarak 2 yıl evvel acaba neden bu sektör incelemesini yapma ihtiyacı duymuştuk, onu bir söyleyelim. Birincisi, o tarihte perakendeci grupların giderek sayıca ve hacimce artması söz konusuydu. Bir diğeri perakendeci gruplar gerek organik, gerekse devralmalar yoluyla büyüyorlardı ki bu fenomen halen devam ediyor.

Son yıllarda indirim marketleri kavramını sıkça duymaya başlamıştık. Bu raporu hazırlarken gördük ki, bizim düşündüğümüzün de ötesine geçen bir indirim marketleri kavramı var. Dolayısıyla, bu kavramlardan “Soft discountenter ve hard discounter”ları görmek istedik. Bu arada tabii, bize tedarikçilerden, üreticilerden ulaşan birtakım şikâyetler de vardı: Bir tanesi, genel olarak perakendeci grupların ödeme sürelerine riayet etmedikleri, mümkün olduğu kadar uzattıkları, bu durumun da tedarikçileri ticari olarak çok zor duruma düşürdüğü. Bir diğeri şikâyet de, çeşitli isimler altında çok çeşitli bedeller talep edildiği. Bizim de çalışma sırasında bulduğumuz, mesela listeleme bedeli diye bir şey var; bu çok normal, duyuyoruz, biliyoruz. Evet, sınırla sayıda raf var, çok sayıda üretici var, perakendeci ne yapsın? Kendince en etkin kullanabileceğini düşündüğü tedarikçiye raf açıyor, dolayısıyla bunun için de bir şeyler istiyor; bunu biraz makul buluyoruz. Bir tedarikçi bize dedi ki, “geçmiş yıllarda bir birleşme ve devralma oldu, bunun maliyetini bile bize, birleşme bedeli diye bir bedel altında ödettiler.” Bu bizim için çok fantastik bir örnekti. “Yıl dönümü bedeli” diye bir şey duyduk. Dolayısıyla, dedik ki, acaba gerçekten böyle bedeller var mı, bedellerin oranları ne?

Bu noktada hemen şunu da söylemek lazım: Rekabet Kurumunun ve rekabet hukukunun görevi tabii ki, “hangi bedeller alınsın, hangi bedeller rasyonel”, bu değil. Bizim böyle bir görevimiz yok ama bedellerin sonucuna, etkilerine bakmak gerekiyor. Çok fazla ödeme vadeleri, bedeller, geriye doğru gönderilen faturalar filan gibi sıkıntılar tedarikçiyi piyasa dışına doğru itmeye

başlarsa işte orada rekabet hukuku müdahil olma ihtiyacı duyuyor. Burada mıyız, böyle mi diye inceleme başlatma ihtiyacı duyduk.

O arada bir de şöyle bir gelişme yaşandı: Krizin etkisiyle uluslararası piyasalarda gıda fiyatları dalgalanmaya başladı. Ülkemizde de, et gibi, süt gibi ürünlerde ciddi gıda fiyatları artışı sıkıntısı baş gösterdi. O tarihte bize yağmur gibi şikâyet yağmaya başladı.

Bu türlü doneler altında, en iyisi bir sektör incelemesi başlatalım, sektörde ne olup bittiğini görelim, biz veya kamu kurumu, mesela Sanayi ve Ticaret Bakanlığı müdahil olacaksa, onlara da elimizde bir doneyle gidelim istedik, çünkü bizden, Neyzar Hanımın da bahsettiği gibi, yasa tasarısına zaman görüş istenir. Onlar sürekli revize ederler, biz de her seferinde yeni koşullar altında bir görüş veririz. Görüşümüzü muhafaza etmekle beraber onlar aşağı yukarı aynı şeyleri talep eder, biz de sektörün daha rekabetçi olması gerektiğini söyleriz. Bu kayıtlar altında bu çalışmayı başlattık. Neyzar Hanımın anlattığı gibi, perakende kısmındaki tablo aşağı yukarı böyle.

Sektör gerçekten çok dinamik. Biz raporu yazarken bile sonuçlarımızı değiştirmemize yol açan bir şey oldu. Pazarın büyüklüğü ölçülemez bir büyüklük aslında; biraz kayıt dışısı var, biraz kayıt içisi var, çok karışık bir sektör. Sürekli sektör büyüklüğüne dair böyle ihtilaflar var. Biz kendi büyüklüklerimizi ortalama bir şekilde bulmuştuk, sonra anlatılırken bu rakamlar değişince biz de o büyüklüğü aldık. Bu sefer perakendecilerin o yıl içindeki payı düştü filan. Sürekli bir şeyler değişiyor. Bu arada, indirim marketleri fenomeni ciddi dikkati çeker hâle geldi. BİM gibi, 101 gibi, ŞOK gibi, daha önce çok da dikkati çekmeyen kavramlarla karşılaşmaya başladık. Perakendeci kısmını az çok halledince tedarikçi kısmında ne oluyor, bize gelen bu şikâyetler ne kadar gerçekçi veya ne durumda diye bakmamız gerekti. Perakendecilerle yapılan kısmı Rekabet Kurumu olarak biz kendimiz yapmıştık. Tabii tedarikçiler neredeyse sonsuz sayıda. Her ürün grubunda binlerce ürünün bir markette satıldığını düşünün. Dolayısıyla, bu tedarikçilere ulaşmak bizim için biraz zordu. Bizim Gıda Federasyonundan aldığımız rakamlarda aşağı yukarı 1000 civarında tedarikçiden bahsediliyordu. Tam bu noktada, Kurumumuzun Başkanının şahsında Rekabet Kurumuna teşekkür etmemiz gerekecek, çünkü 1000 tane tedarikçiye tek tek ulaşamazdık, bir bağımsız araştırma şirketiyle çalışmak gerekti, sağ olsunlar, orada bize o imkânı tanıdılar. Bu saikle de, bizim kendi aramızda tedarikçi anketi dediğimiz, tedarikçi saha çalışmasını başlattık. Burada bağımsız bir şirketle çalıştık. İnternet üzerinden yapıldı. Bunun sebebi de, tedarikçiler yüksek sesle, adlarını vererek şikâyet etmeye, hatta rakamlarla konuşmaya çok da cesaret edemiyorlar; bu dünyada da böyle, yalnız bize özgü bir şey değil, çünkü bir ticari ilişki, kimse ticari ilişkisi zedelensin istemiyor.

Tam olarak şikâyet ettikleri aşama, o anlaşmanın mahkemeye gittiği aşama. Zaten davaya ulaşıp bir şey de çok ender görülüyor. Genellikle, ticari ilişkinin kendi dinamikleri içinde halletmeye çalışıyorlar filan.

Bizim saha çalışmamızın ölçmeye çalıştığı nokta, tedarikçi-perakendeci ilişkisinde güç dengesi ne yönde değişiyor ya da değişiyor mu, değişiyorsa biz ne yapabiliriz? Az evvel de söylediğim gibi, ticari ilişkinin ne şekilde düzenlendiğini, niteliğini ölçmek istedik. Türkiye’de perakende gruplarına mal veren üretici firmalara ulaşmayı hedefledik. Aşağı yukarı dört aylık bir cevaplama süresi verdik. Bize internet üzerinden ulaştılar. Çok kolay olmadı. Burada bir sitemimi de söylemem gerekecek herhâlde. Tedarikçilerin verilerinde, kendilerinde her şey çok dağınık, çok kolay ulaşılabilir rakamlar, bilgiler yok. Onun için de biraz uzun sürdü; biz 2 hafta + 2 hafta diye düşünmüştük ama, 4 aya kadar uzatmak durumunda kaldık ki, zaten bu rakamlar da onu söyleyecek. Toplam 521 tane firmaya ulaştığımız. 521 tanenin, telefonlarla, e-maillerle, artık taciz derecesine varan şeylerle, rica minnet maalesef 230 tanesini tamamlayabildik, tamamlanmayan 229 tane var. Diğerlerini saymıyorum bile, çünkü onlar bizimle iletişim bilgileri tamamen kopuk olanlar.

Bunların kendi içinde dağılımı bize iyi-kötü bir fikir veriyor doğrusu. Tamamlayan teşebbüslerin, tedarikçilerin toplam yüzde 70’inin cirosu 250 milyonun üzerinde; büyük şirketlere ulaştığımızı gösteriyor. Orada küçükler de var, dağılımları da var. Onları alt pazarlar bakımından kendi sektörleri içinde kategorize ettik. Bunlar genel olarak üretici firmalar. Zaten Türkiye’de tedarikçiler genellikle üretici ama, paketleyici veya ithalatçı gibi de olan şirketler de var.

Şimdi, raporun sonucuna ulaşmadan önce saha çalışmasının sonuçlarını biraz paylaşmak isterim. Ulusal ve uluslararası zincirler ve yerel-bölgesel zincirler, tedarikçilerin en çok çalıştığı perakendeci kategorileri; indirim marketleri bu kategorilere göre düşük. Bunun da nedeni, indirim marketleri format gereği az sayıda tedarikçiyle çalışıyor, yani çok az sayıda ürün bulunduruluyor ve dolayısıyla az sayıda tedarikçi oluyor. Bir hipermarketi gözünüzün önüne getirin, bir de bir indirim marketini; dolayısıyla, bunların tedarikçileri doğal olarak nispeten daha az oluyor.

Doğrudan mal verilen satış kanallarının gelişimi de aşağı yukarı Nezar Hanımın söyledikleriyle paralel gidiyor. Sonuçlar gösteriyor ki, organize perakende sektörü büyüdükçe tedarikçilerin organizeyle çalışma oranı da artıyor; doğal olarak bunun daha da artmasını bekliyoruz. Artık 50-50’yi bile geçtik, bugün 51-49 oranından bahsediyoruz. Toptancılar ve geleneksel kanal hacim kaybediyor, giderek daralıyor. Ulusal ve uluslararası zincirlerin

satışlardan aldıkları pay giderek artıyor. CR-4 dediğimiz ilk 4 firmanın payı giderek artıyor. Vakit olmadığı için burada bazı şeyleri söylemek mümkün değil.

Şöyle bir gelişim var: İlk önce yerel olarak adlandırdığımız bazı marketler (örneğin Kiler gibi) bir süre sonra kurumsallaşma sürecini tamamlıyor ve ulusal zincir hâline geliyor. Bu tabii bizim için çok önemli ve olumlu bir gelişme, çünkü sektörün bu tarafında düzenli bir hareketlilik olduğunu gösteriyor.

Tedarikçi-perakendeci anlaşmalarında en önemli husus olan, ihtilafların dayanağını oluşturan anlaşmalar yazılı mı değil mi'yi ölçmeye çalıştık. Genellikle yazılı anlaşma yapıyorlar. Ulusalarda bu oran daha yüksek, yerel zincirlerde daha düşük, yüzde 72'lere kadar düşüyor, diğerleri yüzde 80'lerde.

Yazılı sözleşme neden önemli? Yazılı sözleşme ilişkilerde bir kere şeffaflığı, ticari ilişkide riskin taraflarca öngörülen şekilde paylaşılmasına olanak sağlıyor ve Avrupa Birliği de biraz buna zorluyor. Mesela İngiliz davranış kodunda, yazılı anlaşmalar neredeyse zorunlu hâle getiriliyor.

Ulaştığımız tedarikçilere, anlaşma şartlarında değişikliğe gidiliyor mu diye sorduk. En çok, “nadiren”, “hayır, değişikliğe gidilmiyor” dediler.

Yazılı anlaşma şartlarında değişiklik talep etme sıklığı nedir dediğimizde, “o da 12 ayda bir” dediler. Burada kategoriler var.

Bu ticari ilişki, bir yerde de alım-satım şartları ne şekilde belirleniyor, yani karşılıklı oturup müzakere mi ediyorsunuz, yoksa perakende zinciri, daha genel bir ifadeyle süpermarket kendi kurallarını size empoze mi ediyor diye sorduk. Genellikle dediler ki, “karşılıklı müzakere yapıyoruz, yazılı anlaşma şartlarını karşılıklı müzakereyle belirleriz.” Ulusal zincirlerde anlaşma şartlarını karşılıklı müzakereyle belirleme, diğer perakendeci kategorilerine göre daha düşük; perakendeciler “yüzde 60” olduğunu söylüyorlar.

Yazılı anlaşma şartları karşılıklı müzakereyle belirlenmekle beraber, yapılan anlaşmalardan memnunluk derecesi nedir, ticari olarak mutlu musunuz, bu anlaşma sizi koruyor mu diye sorduk. Görüyorsunuz ki, çoğu “hayır, değiliz” diyor. Tüm tedarikçilerin yüzde 61'i, “ulusal ve uluslararası zincirlerle yapılan anlaşmalardan memnun değilim” ya da “hiç memnun değilim” diyor.

İndirim marketlerinde yüzde 35, yerel-bölgesel zincirlerde giderek düşüyor, organize toptan marketler için de 35.10.

Dolayısıyla, anlaşma şartlarından en az memnunluk duyulan perakendeci kategorisi aynı zamanda tedarikçilerin satışı içinde en çok paya

sahip olan ulusal ve uluslararası zincirler. Aslında, tedarikçi bir yandan şikâyet ediyor, bir yandan da ilişkisini sürdürüyor.

Ödemelerde durum nedir, memnun musunuz diye sorduk. Bize hep söyledikleri şey, “ödeme vadeleri çok uzun, bıktırıyorlar bizi, alamıyoruz.” En yüksek sıkıntıyı ulusal zincirlerde yaşıyorlar. Ödeme vadelerinin, 3 yıl içinde her perakendeci kategorisi için giderek uzadığını görüyoruz; ulusal zincirlerde 82 güne kadar uzuyor, gelenekselde ise aşağı yukarı 60 güne kadar uzuyor.

Bir diğer sorumuza karşılık, “iskonto şartları bizi korumuyor, biz giderek kendi ürünümüzün fiyatını göremez hâle geliyoruz, şartları e-maillerle, fakslarla sürekli değiştiriyorlar” demişlerdi.

İskonto şartlarından memnun musunuz, bunları makul buluyor musunuz, ticaretin gereği midir diye bir soru vardı. Gördüğünüz gibi, çoğu doğal olarak buna “makul değil” diyor.

Genel olarak ödeme tutarlarını makul buluyorlar aslında. Eğer ödenebilirse ödeme tutarından memnunlar. Bütün sorun, süresi içinde ödemeyi alabilmekte. Tabii kategoriler bakımından değişiyor, çok farklılık gösteriyor.

Kalite standartlarına, teslimat şartlarına ilişkin, markete teslim etme şartlarına ilişkin aşağı yukarı 100 tane soru sormuştuk. Kalite standartlarını, teslimat şartlarını makul buluyorlar, “evet, benim malı oraya bırakmam gerekir” diyorlar. “Ödeme tutarı makul değil” diyenlerden, “yalnızca ulusal zincirler için makul” diyenler daha yüksek. Diğer kategoriler için ödeme tutarını makul bulma oranı yüzde 50’nin üzerinde, indirim marketleri için yüzde 67’ye ulaşıyor. Tedarikçilerin yüzde 61’i, ulusal ve uluslararası ödemelerin tutarını makul bulmuyor.

İskonto şartları ise, bütün perakendeci kategorilerinde makul bulunmuyor, herkes iskontoya ilişkin sıkıntılardan bahsediyor, bütün perakendecilerin aynı uygulamayı benimsediğini söylüyorlar.

Bir ticari ihtilaf oldu, anlaşmadınız, iskonto şartlarını uygun bulmadınız, ne yapıyorsunuz, mahkemeye mi gidiyorsunuz, yasal yollara mı başvuruyorsunuz diye sorduk. Genellikle, yasal yollar yerine uzlaşmaya yoluna gitmeyi tercih ettiklerini söylediler; dediğim gibi, bu dünyada da böyle. Ancak, bir anlaşma bir taraf tarafından açıkça sona erdirildiğinde mahkemeye gidiliyor, çünkü bu, biraz da ticari hayatın getirdiği bir şey. İlişkiniz devam ediyor, malınızı bağlamışsınız, ona göre bir yatırım yapmışsınız, pat diye mahkeme gitmek istemiyorsunuz. Bir de, kimse adının bu şekilde anılmasını da istemiyor. Geçtiğimiz yıllarda bir süt firmasının bir grupla böyle bir olayı olmuştu. Kimse bu şekilde anılmak istemiyor, açık açık söylemek istemiyorlar. Kimse sektörün

kötü çocuğu olmak istemiyor. Bu huzursuz bir üretici, neticede tedarikçi sayısı da çok, sizi beğenmezse diğeriyle ticaret yapar; böyle bir etiket yemek istemiyorlar. Bu nedenle de yasal yol en son çare. Çok az bir kısmı sorunu mahkemeye taşıyor dedik. Bu oran yine en yüksek ulusal zincirlerde. Ulusal zincirlerde, tüm ihtilafların yüzde 15'i mahkemeye taşınıyor.

Uzlaşma yöntemini tercih ettiklerini söylüyorlar ama, bu çözümün onları ticari olarak memnun etmediğini, biraz mecburiyetten yaptıklarını söylüyorlar.

Her kategori için, taleplerinin perakendeciler tarafından karşılanma oranı da aslında birbirine yakın. Bu iki taraflı bir sorundu. Perakendeciler bir talepte bulunuyor, peki siz bir şey istediğiniz zaman perakendeci sizin isteğinizi yerine getiriyor mu diye sormuştuk. Bu bir miktar da müzakere gücünü gösteren bir soruydu. Dediğim gibi, bu değişiyor ama, burada genellikle birbirine yakın bir cevap çıkıyor.

Bu ilginç bir sonuç; tedarikçilerin aşağı yukarı yüzde 57'si, ulusal zincirler arasında müzakere gücü en yüksek perakendeci olarak MİGROS'u, yüzde 30'u CarrefourSA'yı, yüzde 10'u KİPA'yı sayıyor.

İndirim marketleri arasında BİM'i yüzde 55'le birinci sıraya koyuyorlar, "BİM'in müzakere gücü çok yüksek" diyorlar.

Peki bu problemlerin odaklandığı nokta nedir dediğimizde de, yine baştaki noktaya geri dönüyoruz, iskonto ve maliyet dışı nedenler olduğunu söylüyorlar. Yüzde 66'sı, sorunların tüm perakendeciler için aslında ortak olduğunu söylüyor.

Bu da ilginç bir soruydu; katılımcıların yüzde 51'i, son 5 yılda brüt kâr marjının azaldığını söylüyor. Bunun kendi içinde de dağılımları var. Soru, "brüt kâr marjında yaşanan azalmanın nedenleri nedir" diye devam ediyor. "Yüzde 75'i, perakendecilerle çalıştığım için azalıyor" diyor. Azalan pazarlık gücü nedeniyle kâr marjının azaldığını söyleyenlerin oranı yüzde 36. Satışlarda azalma olduğunu söyleyenlerin oranı yüzde 22. Normale doğru acaba rekabet mi itti dediğiniz zaman da, -en ilginç, çarpıcı sonuç bu- bunu söyleyenler yüzde 10. "Pazar küçüldü diyenler yüzde 12. Herkes birden çok şıkkı işaretlediği için toplam 100'ün üzerine çıkıyor. Mesela krizin etkisi neredeyse en az; yüzde 16'sı, "krizin etkisi nedeniyle kâr marjım azaldı" diyor. O zaman, vazgeçmek ister misiniz diye sordüğümüzda da, "hayır" diyorlar. Piyasada kalma ihtimalin var mı, kalacak mısın dediğimizde, "evet, piyasada kalacağım" diyorlar.

Kâr marjındaki azalma nedeniyle piyasadaki çıkma endişeniz ne kadar diye sorduk. Yüzde 92'inde bu endişe yok; bu tuhaf bir durum. Doğrusu bizi, o

bölümü bir kez daha okumaya sevk etmişti. “Devam edeceğini düşünüyorum, tahminim yok” şeklinde filan aşağıda detayları var.

Buradaki sorun galiba şu: Büyük perakendeci gruplar, süpermarketler aslında vitrin. Ne kadar mutsuz da olsalar, ne kadar şikâyetçi de olsalar, ticari yönden zarar gördüklerini de iddia etseler tedarikçiler aslında marketlerde olmak istiyorlar. Hele ulusal marketlerde olmak herkes için bir vitrin. Orada olmak demek başka bir şey. Bir büyük markette olmak, ben orada varım diye pazar gücünü bu sefer tedarikçiye geçiriyor. Bu nedenle de çoğu, “kâr marjım azalsa bile, bana eziyet bile etseler ben süpermarkette kalacağım” diyor.

Ürünlerinin liste dışı bırakılma nedenlerini sorduk. Birinci sırada, beklenen kâr marjının yakalanamaması var. “Ben umduğumu bulamadım, onlar da umduğunu bulamadı, böylece beni marketten çıkardılar” diyor. Bu kendi içinde gene dalgalanıyor; en yüksek ulusal zincirlerde. Organize, yerele doğru gittikçe düşüyor.

Maliyet altı fiyatlandırma da bize iletilen şikâyetlerden biriydi. Dolayısıyla buna ilişkin bir sorumuz da vardı. Market maliyet altı fiyatlandırma yapıyor mu, yapıyorsa senin bilgin dâhilinde mi yapıyor ve uzun süreli mi yapıyor diye sormuştuk. Genellikle “hayır” dediler. Yapılsa bile çok kısa süreli olduğunu söylediler. Yüzde 67’si de, “ben bundan etkilenmedim” diyor. Demek ki, bu kısımda bir sorun görmüyorlar diye anlıyoruz.

Özel markalı ürünler aslında çok önemli bir konu ama, bizim sektörün gelişimi bakımından o önemi henüz göstermiyor, henüz dikkati çekmiyor.

Özel markalı ürünler, marketin kendi markasıyla sattığı, tedarikçiye kendi markasını vererek yaptırttığı ürünler. Ankete cevap veren tedarikçilerin yüzde 55’inden fazlası özel markalı ürün ürettiğini söylüyor.

Özel markalı ürün üretiyorsan, yarın bir gün bu markette, bu markalı ürünlerin yerine, senin özel markalı ürününün yerini alacağını düşünüyor musun dediğimizde bu ihtimali çok öngörmüyorlar doğrusu. Demek ki, sektör bu bakımdan daha çok başlangıç evresinde. Özel markalı ürünler aslında temel olarak dört evrede inceleniyor; önce, -biraz karikatürize olarak söyleyelim- ucuz ve tüketiciye daha cazip gelen, daha basit bir aşamadan, neredeyse, markalı ürünle eşleştirilebilir hâle gelen, tüketicinin gözünde neredeyse market markasıyla kendi markası arasında birebir geçişkenliği olan bir evreye doğru gidiyor. Biz onun daha başlangıcındayız; özel markalı ürünlerimiz Avrupa ortalamasının çok altında, yüzde 13.

Bu çalışmayı yaparken, bize yardımcı olun, sizde de var mı, tedarikçilerle sizin ilişkilerinizi, kendi durumunuzu ortaya koyan çalışma var mı



diye çok çeşitli sektör derneklerinden de çalışmalar istemiştik. Tedarikçilere de gönderdik, perakendecilerden de çeşitli çalışmalar aldık. AMPD'nin bize ilettiği bir çalışma var. Burada detaylarına girecek vakit yok maalesef ama, yakında rekabet kurumu sektör raporunu internette yayınlayacağız nasılsa. Süt, süt ürünleri, kırmızı et, kırmızıyla çizili pazarlarda kısmen daha az olduğunu söylüyorlar.

AMPD'nin ve tedarikçilerin bize söylediği şey yahut da bize yansıdığı kadar, sektör genelinde çok da riskli bir durum olmadığı. AMPD çalışmasının özeti şu: Dondurulmuş gıda, kırmızı et, beyaz et, genel gıda, kahvaltılık, bebek maması, süt, süt ürünleri ve yumurta kategorisinde ilk 4 perakendecinin pazar payı, aynı kategorideki ilk 4 üreticinin toplam pazar payını geçiyor. Diğer bütün kategorilerde tedarikçilerin CR-4 oranı perakendecilerden yüksek. Dolayısıyla, bazı ürün kategorileri bakımından perakendecilerin pazar gücü daha yüksek ama, bu genel bir görüntü değil. Bizim de kendi bulduğumuz sonuçlarımız, tam olarak aynı sektörlere denk gelmese bile bunu kısmen teyit ediyor. Biz de et ve et ürünlerinde, süt ve süt ürünlerinde ve kuru gıdada buna yakın bir sonuç bulduk. Buralarda biraz riskli alanlar olabilir. Henüz, birdenbire müdahale edeceğimiz bir alan var diyemeyiz, rakamlar bizi o kadar teyit etmiyor doğrusu.

Bütün bu rakamlar, grafikler filan, bu işin tatsız kısmından sonra nereye vardığımızı da söylemekte yarar var. Tedarikçilerle yaptığımız saha çalışması ve perakendecilerle kendi yürüttüğümüz saha çalışması birlikte değerlendirildiğinde gördük ki, organize perakendecilerin pazar gücü yüksek; bunu teyit edebiliyoruz. Tedarikçiyle olan ticari şartların yenilenmesinde etkili mi? Evet, onda da kısmen etkili. Bunda da, iki taraf özgür iradesiyle yan yana gelip mükemmel bir anlaşma yapmıyor açıkçası. Burada perakendecinin biraz gücü var.

Tedarikçilerle perakendeciler arasında anlaşmazlık, ihtilaf yaratan hususlar var mı? Bunlar var, mevcut. Ancak raporun kaleme alındığı tarih itibariyle, organize perakendeci kategorilerinden birinin veya tamamının şiddetli bir rekabet sorunu yaratacak düzeyde yüksek alıcı gücü olduğuna işaret etmiyor. Tabii, bu alıcı gücünü burada gösteriyoruz ama, bunu istatistiki yöntemlerle de raporun ilgili bölümünde matematiksel olarak değerlendirdik çeşitli yöntemlerle. Dolayısıyla, alıcı gücü olarak tabir edilen kavrama buralarda tam olarak bulamadık.

AMPD çalışması ve bizim kendi yaptığımız bu görelî pazar gücü çalışması sonuçları da, ekonomik bağımlılık düzeyine ulaşmış bir alıcı gücünün söz konusu olmadığını destekliyor. Sektörde, Avrupa Birliği ortalamasına yaklaşmış bir alıcı gücü yok; ama bu, perakendecilerin güçsüz olduğu anlamına

gelmiyor. Karşımızda, artan ve giderek de güçlenen perakende sektörü de var. Rekabet Kurumu veyahut herhangi bir kamu kurumu tamamen ilgisiz kalmaz.

Peki ne yapmalıyız? Bir kere, önraporda, uluslararası deneyimlerden çıkan üç tane öneri tartışmaya açmıştık: Bunlardan birincisi, davranış kodu denen bir etik kodu var. Perakendeci ve tedarikçi tarafları bir masanın etrafında toplanıp kendi etik kodlarını kendileri yazıyor. Genellikle gönüllülük esasına göre başlıyor ama, mesela İngiltere’de, Avustralya’da, İrlanda’da örnekleri var, zaman içinde yavaş yavaş zorlayıcı hâle doğru gidiyor ve en son geldiği noktada neredeyse regülasyon boyutuna geliyor. Bu davranış kodunun, mesela İngiltere’de ombudsmanla, kamu denetçisiyle desteklenmesi söz konusu. Konuştuğumuz bütün bu ihtilaflarla (ödeme süresine uyuyor mu uymuyor mu, anlaşma şartlarını size tek taraflı mı dayatıyor? gibi), sıkıntılarla ilgili kuralları davranış kodu etrafında yazıyorsunuz. Böyle bir sıkıntı olduğunda ombudsmanın çözmesi bekleniyor. Her iki taraf da “Kod”daki belli etik kurallara uymakla mükellef. Bu aslında sektörün özdenetimi. Bu çalışmanın bize söylediği henüz bu aşamaya gelmediğimizi düşünüyoruz. İngiltere’yi tamamen geçiyoruz, çünkü ombudsmanlık şu anda dünyada bir tek İngiltere’de var; onun da atanması zaten çok politik ve tartışmalı bir aşamada.

Davranış kodu olan ülkelerin CR-4 ortalamaları, yoğunlaşma oranları çok yüksek. Bir örnek vereyim. Türkiye’nin CR-4 toplamı tüm perakende sektörü içinde yüzde 12.64. Yalnızca organize perakende içindeki payına baktığımız zaman, -belki bu rakam olarak daha doğru- ilk 4 perakendecinin pazar payı bizde yüzde 25. İngiltere’de, ilk 4 perakendecinin, yani marketçinin pazar payı yüzde 67, Fransa’da yüzde 65, Almanya’da yüzde 67, İsveç’te yüzde 91, Norveç’te yüzde 63. Biz pazar payı olarak yarısının bile altındayız. Dolayısıyla bu aşamada, etik kod kullanan ülkelere pazar payı bakımından yaklaşıyoruz doğrusu. Dediğimiz gibi, rapor ilk kaleme alındığında, pazar büyüklüğünden dolayı rakamlar farklıydı. Her ne kadar çok yakın değilsek de, acaba bir şeyler söyleme vakti mi diye bakmıştık ama, şimdi rakamlar tamamen değişti.

Bu aşamada, bizce davranış kodu uygulamasının, hele ombudsmanlığın gündeme gelmesi mümkün değil, çok erken. Peki, ne yapabiliriz? Yoğunlaşma kontrolünün etkin kılınması; bu zaten ilk raporda da kısmen vardı. Yalnız bu sektör için değil, birleşme ve devralmalar için bütün sektörler için hayati. Onların kontrolü zaten ilk aşama. Olmadan evvel tamir etmek daha faydalı. Bir hasar olduktan sonra geriye döndürmek çok zor oluyor.

Bir de şöyle bir kural var: Bu sektörler çok hassas, hızlı ve dinamik bir sektör. Burada bir regülasyon yaptığınız zaman çok ağır etkileri olabilir.

Dolayısıyla, belki hiç regülasyon yapmamak, kötü bir regülasyondan daha faydalı olabilir. Onun için en doğrusu, yoğunlaşma kontrolünün etkin kılınması.

Burada devralmaları görüyoruz. Alıcı gücü bakımından rekabeti sınırlayıcı etkiler, hâkim durumun altındaki pazar paylarında da ortaya çıkabiliyor. Bizim baktığımız klasik yoğunlaşma kontrolünde, kanunumuzun 7'nci maddesi var; hâkim durum testini öngörüyor. Bunu biz kendi içimizde de çoğu zaman konuşmuşuzdur ve zaten kanun değişikliği tasarımızda da sanırım var; AB müktesebatına paralel olarak, rekabetin önemli ölçüde sınırlandırılması testine geçmiş olmak bu yoğunlaşma kontrolünü biraz daha rahatlatacak, yani artık hâkim durum testine takıp kalmadan daha esnek bir aşamada bakabileceğiz. Hem bu sektör için, hem de genel olarak, bütün birleşme ve devralmalar için çok etkin bir kontrol sağlayacağını düşünüyoruz.

Neyzar Hanımın anlattığı bölümde çok ilginç sonuçlar bulmuştuk; onlar tamamen Rekabet Kurumuna özgü sonuçlardır. Doğal pazar tanımlarını artık değiştirmek gerekiyor, klasik usulden ayrılmak gerekiyor. Mesela eskiden İstanbul'da bir market devralması olduğu zaten, biz pazarı Avrupa ve Anadolu diye ikiye bölüyorduk, şimdi artık, indirim marketi söz konusuysa, 5 dakikalık yürüyüş mesafesi dememiz gerekecek. Arabayla gidişleri, bütün bunları daha atomize pazarları tanımlamamız gerekecek. Belki de şunları kullanmak gerekecek: Daha organize bir perakendeci varsa, onun süpermarket kartlarındaki adreslerden çıkan sonuca göre bir müşteri etki alanı, "catchment area" bulmak lazım. Artık bu pazarlar üzerine odaklanmamız gerekecek. Rekabet hukukunun klasik birleşme ve devralma analizini biraz daha özenli ve biraz daha, her olay bakımından apayrı bir şekilde ince ince tanımlamamız gerekecek.

Muafiyet rejiminde yapabileceğimiz şeyler var. Avrupa Birliği'nde, 2010 yılında muafiyet rejiminde, tüzüğe alıcı pazar payı eşiği getirildi; sağlayıcı bakımından yüzde 30'du, bunu alıcı taraf için de aynı şekilde getirdiler. Ayrıca listeleme bedellerini ve kategori yönetimi kavramlarını da eklediler. Bir rafin idaresini belli bir tedarikçiye bırakma uygulaması var; Türkçede kategori kaptanlığı diye geçiyor. Bu bizde henüz çok yaygın değil ama, sektördeki uygulamaların bütün perakendeciler tarafından çok çabuk benimsendiği ve ülkemizde de önemli sayıda uluslararası zincirlerin faaliyetlerinin var olduğu düşünülürse, bu yöntemin de yaygınlaşacağını söylemek mümkün. Burada çok dikkatli olmak gerekiyor. Listeleme bedelleri ve kategori yönetimi kavramlarını biz de, onlar gibi Dikey Sınırlamalar kılavuzumuza alabiliriz ve burada, geleneksel bir yaklaşımdan ziyade, her olay bazında ayrı ayrı değerlendirmemiz, her pazar için, her perakendeci için ayrı ayrı bakmak gerekecek, pazarlar ve pazar paylarıyla bakmak gerekecek.

Dediğim gibi, bu alıcı gücü bileşeninin aslında sembolik bir anlamı da var. Rekabet hukukuna artık alıcı gücü kavramının yerleştiğini, Kurulun daha fazla içselleştirdiğini gösteriyor.

Alıcı gücü ve pazar gelişiminin takip edilmesi çok önemli. Rekabetçi süreci tehdit eder boyutta bir alıcı gücü hâlihazırda yok; eğer varsa, tedarikçi sayısının çok ve dağınık yapı gösterdiği bazı pazarlar et, süt, az evvel söylediğimiz sektörlerde, pazarlarda arttığı açık.

Tedarik zincirinin bütün aşamalarında rekabet sürecinin korunması gerekiyor elbette. Bu süreç üzerinde olumsuz etkiler doğurabilecek nitelikteki alıcı gücü kaynak sorunları, zamanında tespit edilmesini teminen, sektörün yakından izlenmesi gerekiyor. Bu nasıl yapılacak? Yoğunlaşmaların ve beraberindeki alıcı gücünün artacağı beklentisiyle doğru orantılı olarak sektörün yapısını ve gelişimini ortaya koyan parametreler temelinde bir veri tabanı oluşturuluyor. Bununla ilgili bir çalışmamız var. İnternette raporu açtığımız zaman ne söylediğimiz daha net alışı olacak.

Perakendeci formatları, çeşitli ürün kategorileri temelinde yoğunlaşmalara bakmak gerekecek. Sektör şimdilik farkında değil ama, özel markaların gelişimlerini takip etmek gerekecek. Alıcı gücü endekslerini yeniden hesaplamamız gerekecek. Pazarda bulunan ve pazara yeni girecek olan oyunculara yönelik uluslararası, ulusal, yerel süpermarket ve indirim mağazası gibi kriterler temelinde basın yayın organlarını takip etmemiz gerekiyor; bunu zaten yapıyoruz. Çoğu zaman, bize bildirilmemiş başvuruları da bu yöntemle buluyoruz zaten. Burada da veri tabanımız oluşmalı. Elimizin altında, birleşmelere ilişkin her kategori bazında böyle bir trend olması gerekiyor.

**Rekabet Hukuku ve İktisadında Güncel  
Gelişmeler Sempozyumu - X**

**Karatay Üniversitesi  
21-22 Mayıs 2012 Konya**

**Meltem BAĞIŞ AKKAYA  
Rekabet Başuzmanı**

**Rekabet Kurumu Hızlı Tüketim Malları  
Perakendeciliği Sektör Raporu**

## **TÜRKİYE HTM PAZARINDA ALICI GÜCÜNE YÖNELİK DEĞERLENDİRMELER**

- Tedarikçi-perakendeci ilişkisinde güç dengesi ne yönde değişmektedir?

## Tedarikçi Saha Çalışması

- Amaç:
  - Tedarikçiler ile perakendeciler arasındaki ticari ilişkinin ne şekilde düzenlendiği ve niteliğini ölçmek
- Örneklem:
  - Türkiye'deki perakendeci gruplarına mal veren üretici firmalar
  - Soruların cevaplanma süreci 7 Nisan-1 Ağustos 2011 arasında gerçekleşmiştir

29



## Tedarikçi Saha Çalışması

- %95 güven düzeyinde gerçekleştirilen araştırmaya geçerli cevap veren **209** üretici firma dahil edilmiştir. **229** firma anketi tamamlamadığı için, **83** firma da örneklem kapsamına uygun olmadığı için araştırmaya dahil edilmemiştir.
- **Tamamlanan** 209
- **Kapsam Dışı** 83
- **Tamamlanmayan** 229
- **Toplam** 521

30



## Tedarikçi Saha Çalışması

Anketi tamamlayanların ciro büyüklüğüne göre dağılımı

	Sayı	Yüzde (%)
25 Milyon TL altı	16	7,7
26-50 Milyon TL	4	1,9
51-100 Milyon TL	4	1,9
101-200 Milyon TL	10	4,8
201-300 Milyon TL	12	5,7
301-400 Milyon TL	33	15,8
401-500 Milyon TL	19	9,1
501 Milyon TL ve üstü	78	37,3
Belirtmek istemeyenler	33	15,8
<b>Toplam</b>	<b>209</b>	<b>100,0</b>

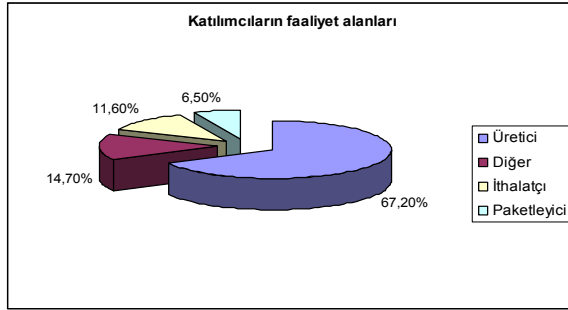
Tamamlayanların toplam %67,9'unun cirosu 200 milyon TL'nin üzerindedir

31



## Tedarikçi Saha Çalışması

- Anketi tamamlayan katılımcıların çoğunluğu üretici firmalardır.
- Sonuçlar hem genel olarak hem de faaliyet gösterilen ürün kategorisi ayrımında analiz edilmiştir.

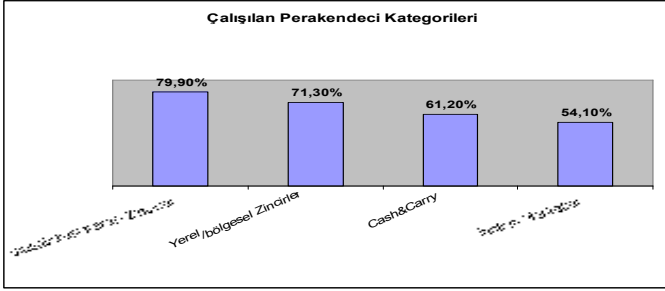


32



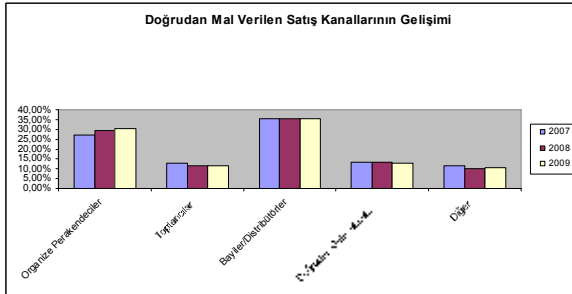
## Saha Çalışması Sonuçları

- Ulusal/Uluslararası zincirler ile yerel/bölgesel zincirler en çok çalışılan perakendeci kategorileridir.
- İndirim marketlerinin oranının düşük olmasının nedeni indirim marketlerinin format gereği az sayıda tedarikçi ile çalışmasıdır.



33

## Saha Çalışması Sonuçları

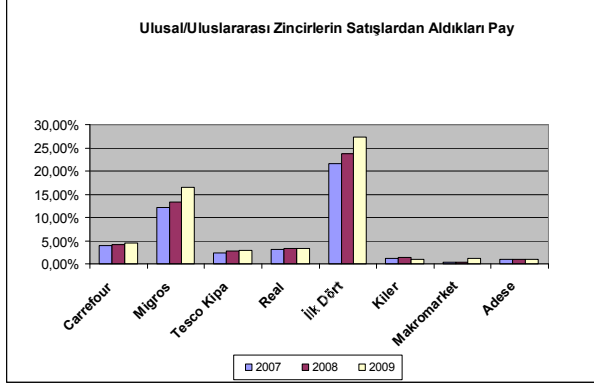


Tedarikçilerin organize perakendecilerle çalışma oranı artmaktadır.  
Toptancılar ve geleneksel kanal hacim kaybetmektedir

34



## Saha Çalışması Sonuçları



İlik dört firmanın satışlardan aldığı pay artmaktadır.

35



## Tedarikçi-Perakendeci Anlaşmaları

- Yazılı anlaşma yapma oranı yüksek
  - Yerel zincirlerde %72
- Yazılı sözleşmeler, ilişkilerde şeffaflık ve ticari ilişkide riskin taraflarca öngörülen şekilde paylaşılmasına olanak sağlamaktadır.
- Anlaşma şartlarında değişikliğe gidiliyor mu sorusuna en çok verilen cevap nadirendir.
- Yazılı anlaşma şartlarında değişiklik talep etme sıklığının her 6-12 ayda bir seçeneğinde yoğunlaşmaktadır.

Perakendeci Kategorisi	Hiçbir zaman	Nadiren	Genellikle	Her zaman
Ulusal/uluslararası zincirler	16,00%	47,30%	26,10%	10,60%
İncinim (discount) marketler	14,20%	60,40%	23,90%	11,50%
Yerel/bölgesel zincirler	14,10%	67,00%	20,90%	8,10%
Organize Topran Marketler	11,70%	69,10%	24,20%	10,90%

36



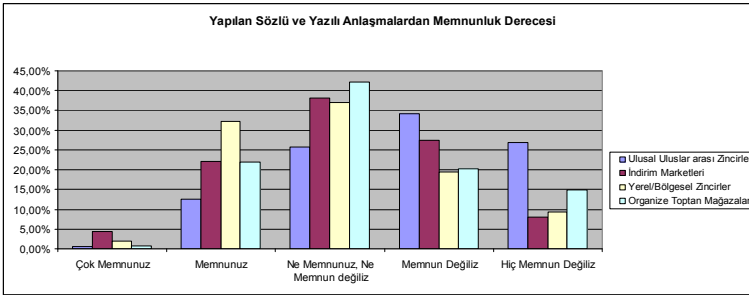
## Tedarikçi-Perakendeci Anlaşmaları

- Ulusal zincirler, indirim marketleri ve organize toptan marketler ile tedarikçiler arasındaki ticari ilişkilerin, diğer bir deyişle alım-satım şartları ne şekilde belirleniyor?
  - **Karşılıklı Müzakere** ya da **Zincir belirliyor**
- Yazılı anlaşma şartlarının çoğunlukla karşılıklı müzakere ile belirleniyor.
- Ancak anlaşma şartlarının karşılıklı müzakere ile belirlenme oranı ulusal zincirlerde diğer perakendeci kategorilerine göre daha düşüktür (%60).

37

## Tedarikçi-Perakendeci Anlaşmaları

- Tedarikçiler yazılı anlaşmaların şartlarının büyük oranda karşılıklı müzakere ile belirlendiğini belirtmekle beraber yapılan anlaşmalardan memnuniyet derecesi sorulduğunda olumsuz bir tablo çizmektedir



38

## Tedarikçi-Perakendeci Anlaşmaları

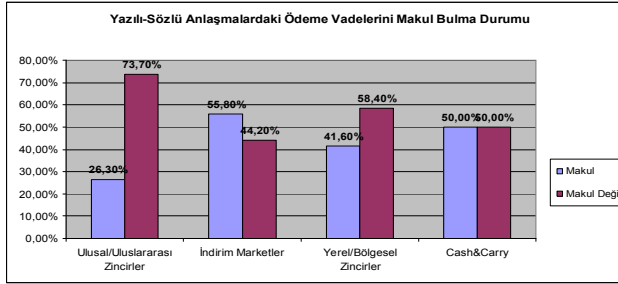
- Tedarikçilerin %61'i ulusal/uluslararası zincirlerle yapılan anlaşmalardan memnun değil/ hiç memnun değil.
- Bu oran indirim marketleri için %35,40, yerel/bölgesel zincirler için %28,90 ve organize toptan marketler için %35,10 düzeyindedir. Dolayısıyla anlaşma şartlarından en az memnuniyet duyulan perakendeci kategorisi aynı zamanda tedarikçilerin satışları içinde en çok paya sahip olan ulusal/uluslararası zincirlerdir.

39



## Tedarikçi-Perakendeci Anlaşmaları

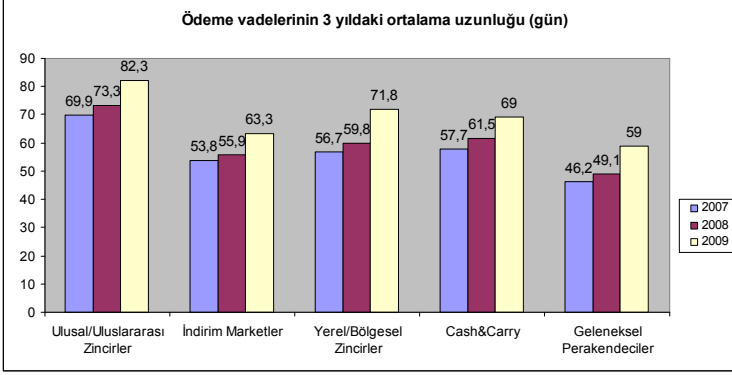
- Özellikle ödeme vadeleri bakımından memnuniyetsizlik yüksek
- Memnuniyetsizlik ulusal zincirlerde daha fazla
- Ödeme vadelerinin 3 yıl içerisinde her perakendeci kategorisi için oldukça uzadığı gözlemlenmiştir.
- Ulusal zincirlerde 82,3 gün, geleneksel perakendecilerde 59 gün



40



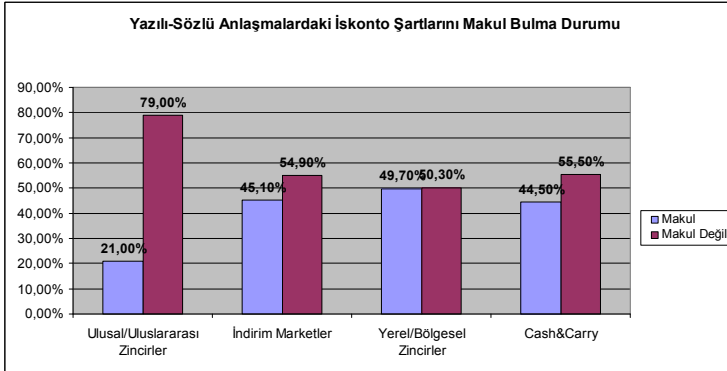
## Tedarikçi-Perakendeci Anlaşmaları



41



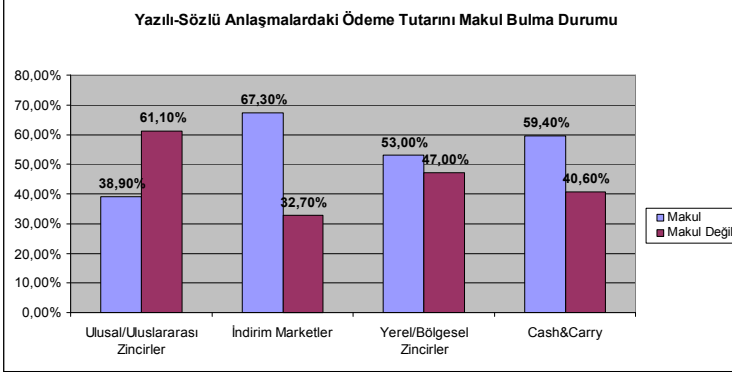
## Tedarikçi-Perakendeci Anlaşmaları



42



## Tedarikçi-Perakendeci Anlaşmaları



43

## Tedarikçi-Perakendeci Anlaşmaları

- Kalite standartları ve teslimat şartları makul olarak değerlendiriliyor.
- Ödeme tutarı makul değil diyenlerin oranı yalnızca ulusal zincirler için makul diyenlerden yüksek!
- Diğer kategoriler için ödeme tutarını makul bulma oranı %50'nin üzerinde, hatta indirim marketleri için %67'ye ulaşmış iken tedarikçilerin %61,10'u ulusal/uluslararası zincirlerin ödeme tutarını makul bulmamaktadır.
- İskonto şartları bütün perakendeci kategorilerinde makul bulunmuyor

44

## Tedarikçi-Perakendeci Anlaşmaları

- Tedarikçiler perakendecilerle anlaşmalar konusunda yaşanan uzlaşmazlıkların çözümünde yasal yollar yerine uzlaşma yoluna gitmeyi tercih etmektedir.
- Uzlaşmazlıkların çok az bir kısmı mahkemeye taşınmakla beraber bu oranın en yüksek olduğu perakendeci kategorisi %15 ile ulusal zincirlerdir.
- Tedarikçileri uzlaşma yöntemini tercih etmelerine rağmen bu çözümlenme sürecinden çoğunlukla memnun değildir.

45



## Tedarikçi-Perakendeci Anlaşmaları

- Perakendecilerin taleplerinin tedarikçiler tarafından karşılanma oranı her kategori için birbirine yakın.
- Sözleşme şartlarından en az memnun olunan kategoride talep karşılanma oranı en yüksek
  - Müzakere gücü?

Perakendeci Kategorisi	Evet	Hayır
Ulusal/uluslararası zincirler	51,50%	48,50%
İndirim ( <i>discount</i> ) marketler	46,90%	53,10%
Yerel/Bölgesel zincirler	43,60%	56,40%
Cash&Carry	48,40%	51,60%

46



## Tedarikçi-Perakendeci Anlaşmaları

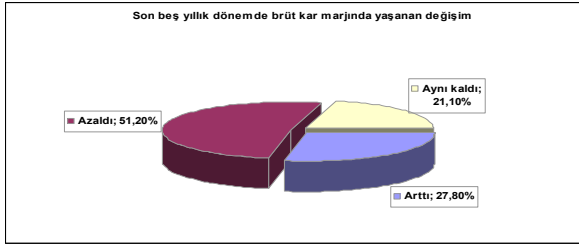
- Tedarikçilerin %56,9'u ulusal zincirler arasında müzakere gücü en yüksek perakendeci olarak *Migros*'u, %29,3'ü *Carrefoursa*'yı ve %10,3'ü *Tesco-Kipa*'yı saymıştır.
- İndirim marketleri arasında BİM % 55 ile 1. sıradadır.
- En çok sorun yaşanan konu iskonto ve maliyetten bağımsız bedeller
- Tedarikçilerin %66,5'u sorunların tüm perakendeciler için ortak olduğunu belirtmiştir.

47



## Tedarikçi-Perakendeci Anlaşmaları

- Katılımcıların %51'i son beş yılda brüt kar marjının azaldığını belirtmiştir.
- Kar marjında azalma olanların % 75,70'si bunu perakendecilerle çalışmanın artmasına bağlıyor.



48



## Tedarikçi-Perakendeci Anlaşmaları

- Tedarikçiler piyasada kalma ihtimallerini yüksek görüyorlar.
- **Kar marjındaki azalmaya bağlı olarak piyasadan çıkma endişesi %92,3'ünde yok.**

	Sayısı	Yüzde (%)
Kuvvetle devam edeceğini düşünüyorum	83	44,5
Devam edeceğini düşünüyorum	86	41,1
Tahminim yok	14	6,7
Devam etmeyeceğini düşünüyorum	11	5,3
Kuvvetle devam etmeyeceğini düşünüyorum	5	2,4

49



## Tedarikçi-Perakendeci Anlaşmaları

- Ürünlerin liste dışı bırakılma nedenleri içinde 1. sırada beklenen kar marjının yakalanamaması vardır.

	Ulusal/uluslararası zincirler	İndirim Marketleri	Yerel/bölgesel zincirler	Organize Toptan Marketler
Beklenen kar marjının yakalanamaması Ülkesiyle ilgili yönetimi kapsamında liste dışına çıkartılma	53,90%	36,40%	37,40%	35,10%
İskonto konusundaki anlaşmazlık	43,40%	37,80%	43,50%	36,60%

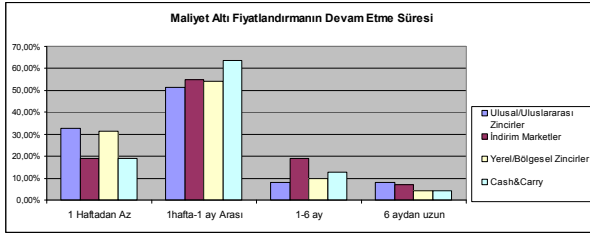
50





# Maliyetin Altında Fiyatlandırma

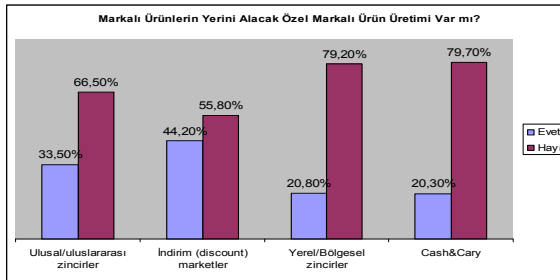
- Maliyet altı fiyatlandırma yapıyor mu sorusuna çoğunluk Hayır cevabını veriyor.
- Maliyet altı fiyatlandırma yapılsa da genellikle kısa süreli uygulanıyor.
- Tedarikçilerin %66,7'si bundan etkilenmediğini söylüyor.



51

# Özel Markalı Ürünler

- Tedarikçilerin % 55'i özel markalı ürün üretiyor.
- Özel markalı ürünlerin markalı ürünlerin yerini alacağını düşünenlerin oranı düşük.



52

## AMPD- Ipsos KMG Çalışması

	İlk Dört Firmanın Payı				İlk Dört Perakendecinin Payı			
	2007	2008	2009	2010	2007	2008	2009	2010
Alkollü İçecekler	36	33	33	37	20	22	25	30
Dondurma	73	81	72	72	7	9	9	11
Dondurulmuş Gıda	41	41	35	41	47	46	51	58
Kırmızı ve Beyaz Et	8	10	11	11	9	10	11	12
Genel Gıda	7	8	8	8	11	14	16	16
Hazır Konserve Gıda	49	48	43	47	32	37	41	44
Kahvaltılık-Bebek Maması	54	56	53	54	19	19	23	24
Maması	11	11	12	13	12	13	16	16
Kişisel Bakım	51	52	58	57	15	17	18	19
Kozmetik-Parfüm	33	33	34	31	5	7	7	6
Saklatma	59	62	61	62	16	16	21	23
Sıvık İçecekler	58	60	63	64	15	17	19	20
Alkoliziz İçecekler	47	43	40	40	9	9	10	11
Süt ve Süt Ürünleri	21	22	23	23	16	16	20	21
Temizlik Ürünleri	36	38	38	32	16	16	20	20
Yemelikli Yağ	37	41	40	39	16	20	21	21
Yumurta	5	5	7	9	7	9	10	11
Sigara	30	34	34	34	2	1	1	1

53

## AMPD Çalışması

- Dondurulmuş gıda, kırmızı-beyaz et, genel gıda, kahvaltılık-bebek maması, süt ve süt ürünleri ile yumurta kategorisinde ilk 4 perakendecinin pazar payı aynı kategorideki ilk 4 üreticinin toplam pazar payını geçmektedir.
- Diğer bütün kategorilerde tedarikçilerin CR4 oranı perakendecilerden yüksektir.
- Belirli ürün kategorileri bakımından perakendecilerin pazarlık gücü daha yüksektir, ancak bu durum genele yayılmamakta.

54

## Genel Değerlendirme

- Saha alışması sonuçları organize perakendecilerin pazarlık gücünün yüksek olduğuna ve tedarikçi ile olan ticaret şartlarının belirlenmesinde etkili olduğuna işaret etmektedir.
- Tedarikçiler ile perakendeciler arasında anlaşmazlık yaratan hususlar mevcuttur **ancak raporun kaleme alındığı tarih itibariyle organize perakendeci kategorilerinden birinin veya tamamının rekabet sorunu yaratacak düzeyde yüksek alıcı gücü olduğuna işaret etmemektedir.**
- RSP analizi ve AMPD araştırmasında elde edilen sonuçlar da ekonomik bağımlılık düzeyine ulaşmış bir alıcı gücünün söz konusu olmadığını desteklemektedir.

55

## REKABET POLİTİKASI ÖNERİLERİ

56

## Rekabet Politikası Önerileri

- Ön Raporda Tartışmaya Açılan Öneriler:
- Davranış kodu ve ombudmanslık sisteminin hayata geçirilmesi, anlaşmaların Rekabet Kurumuna gönderilmesi ve yoğunlaşmaların kontrolünde eşiklerin HTM perakendeciliğine özgü olarak düşürülmesi tedbirlerinin, nihai **raporun ilgili bölümlerinde sunulan analizler, bilgi ve bulgular çerçevesinde** nihai politika önerileri arasında yer almasına bu aşamada **gerek olmadığı** sonucuna varılmıştır.

57



## Nihai Rekabet Politikası Önerileri

### 1- Yoğunlaşma Kontrolünün Etkin Kılınması

- Devralmalarla yoğunlaşmalar artmaktadır.
- Alıcı gücü bakımından rekabeti sınırlayıcı etkiler hâkim durumun altındaki pazar paylarında da ortaya çıkabilmektedir.
- 4054 sayılı Kanun'un 7. maddesi kapsamında hâkim durum testi bu tür durumlarda müdahil olmaya uygun değil.

58



## Nihai Rekabet Politikası Önerileri

- 4054 sayılı Kanunda AB müktesebatına paralel olarak “rekabetin önemli ölçüde sınırlanması” testine geçmek hem bu sektör bakımından hem de genel olarak daha etkin bir yoğunlaşma kontrolü sağlayacaktır.
- Birleşme/devralma kontrolünün etkinliği bakımından coğrafi pazar tanımlarının rekabet koşullarını yansıtabilecek şekilde yapılması.
- Türkiye çapında yoğunlaşma oranları düşük olsa dahi, değerlendirmelerin yerel pazar koşulları dikkate alınarak yapılması ile daha etkin bir yoğunlaşma kontrolü sağlanacaktır.

59



## Nihai Rekabet Politikası Önerileri

### 2- Mevcut Kuralları Alıcı Gücü Yönüyle Genişleten Düzenlemeler:

- Muafiyet Rejiminde Alıcı Gücü Bileşeni !
- “alıcı pazar payı eşiği” AB Komisyonu Grup Muafiyeti Tüzüğünde getirildi.
- “listeleme bedelleri” ve “kategori yönetimi” Dikey Sınırlamalar Kılavuzuna girdi.
- Kılavuz’a göre listeleme bedelleri, *her olay bakımından ayrı ayrı değerlendirilmeli*, diğer yandan geleneksel yaklaşım korunarak rekabeti sınırlayıcı etki bakımından perakende sektörünün yüksek yoğunlaşma oranına sahip olması gerektiği de belirtilmektedir.

60



## Nihai Rekabet Politikası Önerileri

- Muafiyet Rejiminde Alıcı Gücü Bileşeni
  - Alıcı pazar payı eşiği ve alıcı kaynaklı dikey sınırlamalar, sektör dinamiğinin içselleştirilmesi ve Kurul'un alıcı gücünü analizlerine daha fazla dâhil edeceği anlamını taşıyacaktır

61



## Nihai Rekabet Politikası Önerileri

- 3- Alıcı Gücü ve Pazar Gelişiminin Takip Edilmesi
  - Rekabetçi süreci tehdit eder boyutta bir alıcı gücünün hâlihazırda söz konusu olmadığı tespit edilmekle birlikte, alıcı gücünün özellikle tedarikçi sayısının çok ve dağınık yapıda olduğu ürün pazarları başta olmak üzere sektörde artmakta olduğu ortadadır.
  - Tedarik zincirinin bütün aşamalarında rekabetçi sürecin korunması ve rekabetçi süreç üzerinde olumsuz etkiler doğurabilecek nitelikte alıcı gücü kaynaklı sorunların zamanında tespit edilebilmesini teminen sektörün yakından takip edilmesi önemlidir

62



## Nihai Rekabet Politikası Önerileri

- Alıcı Gücü ve Pazar Gelişiminin Takip Edilmesi
  - HTM perakendeciliği sektöründe yoğunlaşmaların ve beraberinde alıcı gücünün artacağı beklentisi ile doğru orantılı olarak sektörün yapısı ve gelişimini ortaya koyan parametreler temelinde bir veritabanı oluşturulması.
  - İlgili ürün pazarları ve alt pazarlar temelinde pazarın perakendeci ve tedarikçi tarafında yoğunlaşmaların, özel markalı ürün gelişiminin yıllık olarak takip edilmesi, gerekli verilerin temin edilerek alıcı gücü endekslerinin hesaplanması.
  - Pazarda bulunan ve pazara yeni giriş yapan oyunculara yönelik uluslararası, ulusal, yerel, süpermarket ve indirim mağazası gibi kriterler temelinde basın ve yayın organlarının takibi ile veritabanı oluşturulması.

63

## Gurbet ALTAY

### *Türkiye Perakendeciler Federasyonu*

---

Türkiye Perakendeciler Federasyonu ile ilgili bazı veriler verilirken, sektörün çok hızlı geliştiğini, değiştiğini, aynı zamanda arttığını bir kez daha gördük, çünkü 306 şirket yazarken, şimdi 332 şirket olduk, 3222 market yazarken, şu anda tüm Türkiye’de 3282 market olduk. Bunlar Türkiye Perakendeciler Federasyonuna bağlı şirketler.

Normal perakendeci arkadaşlarımızın market açılışlarıyla ilgili bizim telefonlarımıza hemen hemen her gün mesajlar gelir.

Raporda öne çıkması gereken birkaç konu var. Sayın Servet Topaloğlu da mutlaka konuların bazılarına değinecektir. Benim üzerinde durduğum birkaç konu var.

Biz Türkiye Perakendeciler Federasyonu olarak, hemen hemen 2005 yılından sonra çok hızlı bir şekilde değişen, özellikle organize yerel perakendenin gelişimini görüp bir nevi rekabetin daha etik değerler hâline gelmesi için tüm Türkiye’de dernek ve Federasyon çalışmamız oldu. Federasyonu 2006 yılında kurduk. Şu anda 14 bölgede 3332 şirket, 3282 perakende noktamızla, 65 bini aşkın çalışanımızla hizmet vermeye çalışıyoruz. Her ile gittiğimde ya da bir arkadaşla tanıştığımda, nerelisin diye soruyorum. “Şu yerliyim” diyor. Orada şu şu marketler bizim üyemiz diyorum. Tabii ki, üye sayımızı her geçen gün artırıyoruz.

Gelişme için ne yapıyoruz? Perakendecinin gelişmesi demek, verilerden de anlaşılacağı gibi, tedarikçinin de gelişmesi anlamına geliyor.

Raporu incelerken şunu gördük: Tabii ki şikâyetler var, tabii ki sorunlar var. Biliyorsunuz, Türk milleti olarak, herhangi bir kurumu açarken, 3 yıllık, 5 yıllık, 10 yıllık planlar yapmadan önce, hele bir yürüyelim diyip oradaki veriye göre, oradaki talebe göre kendi gelişimlerimizi tamamlıyoruz. Dolayısıyla, dönem dönem gündeme gelen, Bakanlar Kurulunda sürekli görüşülen, fakat hâlâ yasası olmayan büyük bir sektör; her geçen gün büyüyor. Sadece Türkiye Perakendeciler Federasyonu üyeleri 2011 yılında yüzde 21 büyümüş; ortalamaya baktığımızda, her yıl yüzde 10’lar, 15’ler civarında büyüme oranımız var. Yüzde 20, yüzde 15 büyüyen bir sektörün, -yetkililere sesleniyoruz, sürekli dile getirmeye çalışıyoruz- belki 5 yıl önceki yasasıyla şimdiki yasası farklı olacak ya da şimdi yasa çıkmış olsa, belki birkaç yıl sonra da yasanın hızlı değişmesi gerekecek.



Tabii hep tedarikçiler, üreticiler, perakendeciler ayağını izliyoruz ama, diğer taraftan, perakendeyle beraber büyüyen yatırım şirketlerimiz de var, raf firmalarımız da var, dolap firmalarımız da var. Raf ve dolap firmalarının 2005 yılındaki gelişimini incelediğimde, hem sayı olarak arttığını, hem de kendilerinin iş hacimlerinin arttığını gördüm. Perakendeyle beraber hem tedarikçi büyüyor, hem onlara hizmet eden firmalar büyüyor. Sorunlar olmaz mı? Olacaktır. Bir evde bile kardeşler arasında sorunlar oluyor, kardeşler arasında rekabet oluyor. O rekabeti ya da geçişi iyi sağlayacak kim? Aile büyükleri. Biz de buradan devlet yetkililerine sesleniyoruz tabii ki.

Raporu incelediğimde çok az gördüm ama, hanımefendilerin de değindiği, nitelikli eleman, personel sorunu perakendecilerin en büyük sorunlarından bir tanesi. Biz market açısından baktığımızda buna marketin içi açısından bakıyoruz da, biraz önceki, tedarikçilerin serzenişte bulunduğu raf bedelleri, gondol bedelleri, jip bedelleri, çeşitli bedelleri mutlaka lanse ediliyor ama, bu anlaşmaları yapan arkadaşlarım, merkezlerde bulunan satın almacı arkadaşlarımız, genel merkezde bulunan arkadaşlarımız. Çok hızlı gelişen bir sektör. Eleman bulmak için gazeteye ilan veriyorsunuz, bazen öyle oluyor ki, kötünün iyisini seçmek zorunda kalıyorsunuz. Okulumuz var mı diye baktığımızda, -biraz önce çay içerken arkadaşlarımızla sohbet ettik- perakende satış ve mağaza yönetimiyle ilgili Türkiye’de 4 tane 2 yıllık okul var. Gazi Üniversitesinin uzaktan eğitimi var. Eleman sayısına baktığımızda, İstanbul Ticaret Üniversitesinde şu anda 6 tane öğrenci var. Perakende satış ve mağaza yönetimiyle ilgili okulların olduğunu biliyor muydunuz? Belki çoğumuz bilmiyorduk?

Türkiye Perakendeciler Federasyonu adına konuşuyorum. Biz, perakende satış ve mağaza yönetiminin lisans programına girmesi taraftarıyız, çünkü hem büyümesiyle, hem de vermiş olduğumuz hizmetlerle Rekabet Kurumunun, ülkelerin, sektörlerin, herkesin dikkatini çekiyoruz. Hızlı tüketim ürünlerinde ya da “fast food”da perakende var, gıda perakendesi de var, tekstil perakendesi de var. Hepimizin ortak bir sorunu var. Dönem dönem AMPD’deki arkadaşlarlar, Birleşmiş Markalar Derneğiyle konuştuğumuzda, en büyük sorunumuzun personel sorunu olduğu ortaya çıkıyor. Tabii ne kadar değiniyoruz, bu da tartışılır.

Hazır burada Karatay Üniversitesi yetkililerini yakalamışken, perakende satış ve mağaza yönetimindeki lisans programındaki açıklığı belirtmiş olalım. Olması gelecek açısından avantaj sağlayacaktır. Bunları bilenler, akademisyenler, Servet Bey gibi, gerçekten bu işin içinden gelmiş, püf noktalarını bilen beyefendilerin olması sektöre çok çok katkı sağlayacaktır. Bizler, Türkiye Perakendeciler Federasyonu olarak buna tam destek veriyoruz.

Bunun en önemli noktası da, tanıtım çalışması. Bakın size şu anda duyurmaya çalışıyorum, söylemeye çalışıyorum, başka platformda siz söyleyeceksiniz, başka arkadaşım söyleyecek. Derler ya, iyilikler konuşa konuşa iyi hâle gelir, ama hep kötülük konuşursak da kötü hâle gelecektir. Açıkçası biz bunun taraftarıyız. Tabii ki, çok incelenip gerçekten sistematiik bir şekilde çalışılması gerekiyor. Bunun bir ihtiyaç olduğunu düşünüyorum.

Yasadan bahsettim. Son dönemde ette KDV indirimi oldu. KDV indirimini tüketiciye yansıttınız mı diye bütün perakendecilere sorduğumuzda, “yansıtamadık maalesef” dediler. Doğru, yüzde 1’le alıyoruz, -Adese yetkilimiz, Genel Müdürümüz burada- 8’le satıyoruz, çünkü kural böyle. Biz istiyoruz ki, sadece ette değil, tüm ana tüketim maddelerinde, yüzde 1’le aldıklarımızı yüzde 1’le satalım. İşte o zaman tüketici gerçekten hem doğru ürün, hem de uygun fiyatlı ürün yesinler. Dolayısıyla, ben 1’le alıp 8’e satarken perakendecinin sırtında büyük bir yük oluyor. Açıkçası, bizler bu konudan rahatsızız. Onu da dile getirmek istedim.

Biraz da raporun özel markalı ürünler kısmına değinmek istiyorum. Biraz önce Hanımefendi de söyledi, özel markalı ürünler dediğimiz kategori grubu ülkemizde çok fazla yok. Biraz önce söylediğim, tedarikçilerin, perakendecilerin yüzde 44’ü, yüzde 55’i, “hâlâ özel markalı ürünler yapıyoruz ama, kendi pazarımızın düşeceğine inanmıyoruz” diyor. Doğru, çünkü ayrı bir rekabet. Özel markalı ürünler de ikiye ayrılmalı. Bir, marketin kendi ismiyle yaptığı ürünler, bir de, kendisi bir marka oluşturup sadece kendi marketlerinde sattığı var (örneğin BİM’in yaptığı ürünler gibi); artık marka olmuş, özel markalı ürün. Bütün marketlerimizde gerçekten çok kaliteli ürünler var. Bunun oranları yükselmeli mi? Evet, yükselmeli.

Bizdeki bu yoğunluk gibi, hızlı büyüme gibi, tedarikçiler firmalarımızda da çok hızlı büyümeler var.

Biz Federasyon olarak her yıl üç tane konferans düzenliyoruz. 6-7 Haziran’da da Ordu’dayız. Bu yıl “IT Yılı” ilan ettik. Perakendecilerin en büyük sorunları, bilişim sektörü diye düşündük, çünkü çok hızlı değişiyor. Biz üç yılda bir dolaplarımızı değiştirirken, IT’de programlar çok hızlı değişiyor. Onlarla ilgili gelişimleri takip etmek istedik ve bunu üçe indirdedik. Belki çoğumuzun duyduğu, bu yıl 4’üncüsünü gerçekleştirdiğimiz “Yerel Zincirler Buluşuyor” organizasyonumuz var; sağ olsun, Servet Beyin de sunumları vardı. Orada şunu gördük: 2012 yılında, Yerel Zincirler Buluşuyor Konferansına karar verdiğimizde bir çekincemiz vardı. Tedarikçilerden şöyle bir tepki geldi: 2012 yılı yatırım yapılı, dolayısıyla çok dikkat etmem gerekiyor. Krizlerle ilgili bir olasılık da olabilir dediğinizde, inanın, üreticiyle perakendeciye, tedarikçiye birleştirdiğimiz için çok büyük bir katılım sağladık ve bu bizi çok gururlandı.

Özellikle ulusal ve uluslararası zincirlerde arkadaşlarım, “ne kadar kötü olursa olsun mutlaka devam etmek istiyorum” diyor, çünkü hayatlarını idame ettirmek zorundalar. Özellikle özel markalı ürünler 2009 yılından sonra hızlılık kazanmış ve belki de en yüksek seviyeye o dönemde ulaşmış.

Şunu da belirtmek istiyorum: Hep 2023 vizyonu, 2015 vizyonu deniyor. “2025 yılında bir markette yüzde 50’ler civarında özel markalı ürünler göreceğiz” deniyor ama, ben bunun çok hızlı değişeceğini düşünüyorum. Naçizane, çalıştığım şirket, 2002 yılında ilk özel markalı ürünlere başlayan şirketlerden bir tanesiydi. Gerçekten çok zordu. Özel markalı ürünleri hem tedarikçiye, üreticiye anlatmak çok zordu, hem de, nasıl bir şey yapacağız, ucuz mu yapacağız, -tamam, noktamız var- yoksa ucuz ürün yapmak için neleri yapmamız gerekiyor, bunu bilmiyor idik. İlk yaptığımız dönemde çok şikâyetler almıştık ama, şimdi görüyorum, gerçekten çok güzel, kaliteli özel markalı ürünler var. Belki de artık son kullanma tarihine bakmıyoruz bile, aldığımızda güvenerek alıyoruz. Şu bir gerçek ki; yaklaşık 30 saniyesini ayırarak, o ürünün ne kaliteli olup olmadığını tüketici artık biliyor. Her şeyde olduğu gibi, tüketicinin gelişim süreci var tabii ki.

Türkiye’de perakendenin bu kadar hızlı değiştiği bir ortamda, özellikle rekabet ortamının çok hızlı geliştiği bir ortamda, tedarikçilerin çok fazla olmaya başladığı bir ortamda mutlaka ayıklanmalar olacak. Biz şunu kabul ediyoruz: Evet, biz keşke katılım bedeli almasak, “Insert” bedeli keşke almasak, bunları yapmasak. Bunları savunuyoruz ama, rekabet bir yere kadar geliyor, sizleri mecbur duruma getiriyor. Bunun çözümü için Perakende Yasasının çıkması gerektiğini düşünülüyor. Yasa bir an önce çıkarsa, organize olmuş perakendenin daha organize, daha disipline olacağını düşünülüyor.

# HIZLI TÜKETİM MALLARI PERAKENDECİLİĞİ SEKTÖR RAPORUNUN DEĞERLENDİRİLMESİ

**Doç. Dr. Ayşe ODMAN BOZTOSUN**

*Akdeniz Üniversitesi İİBF*

---

Bugün burada olmak benim için çok anlamlı. Bunu özellikle ofisime götürüp saklayacağım; burada Romen rakamıyla yazılı “10” benim için çok şey ifade ediyor.

Sayın Başkan büyük bir nezaketle ifade ettiler; bu sempozyum Türkiye’de rekabet hukukunun gelişiminde bir rol oynadı. Bunda tabii Rekabet Kurumunun yaklaşımının da önemi çok büyük. Buna sahip çıktılar, devam ettirdiler. Dolayısıyla, buna büyük önem veren ve devam ettiren Sayın Başkana ve onun şahsında, bu etkinliği el birliğiyle sürdüren, gelişmesine katkı sağlayan herkese çok teşekkür ediyorum. Ayrıca, bu davet benim için son derece özel. Burada davetli konuşmacı olarak bulunmak hakikaten son derece onur verici. Umarım bundan sonraki sempozyumlarda yine Anadolu’nun başka başka şehirlerinde, başka üniversitelerde, bilim kurumlarında yine bu camia bir araya gelmeye devam eder. Sempozyum, hem içerik, hem katılımcı çeşitliliği açısından daha da gelişerek ve güçlenerek bu camianın bir araya gelme etkinliklerinden biri olmayı sürdürür.

Yemek öncesinde ben rapor hakkındaki görüşlerimi en kısa, en öz, mümkün olduğu kadar dikkatinizi dağıtmadan yansıtmaya çalışacağım.

Öncelikle, bu raporda emeği geçen Sayın Erdoğan, Sayın Barış Akkaya, Sayın Ünübol, Sayın İnce ve Sayın Işık’a şahsen de çok teşekkür ediyorum. Hakikaten büyük bir emek ürünü. Aynı zamanda Kurumun da desteği, dışarıdan da alınan destekle önemli bilgiler içeriyor. Dolayısıyla, bir araştırmacı olarak teşekkür etmek istiyorum.

Ben şöyle bir ayırım yaptım: Öncelikle, raporda kesinlikle katıldığım, olumlu bulduğum başlıkları beş başlık hâlinde özetleyeceğim, daha sonra, geliştirilebileceğini düşündüğüm üç konu var, bundan bahsedeceğim. Son olarak da, hem rapordan hem de bu konuda yaptığım diğer çalışmalardan elde ettiğim çıkarımlar dolayısıyla bu sektörle ilgili geleceğe ilişkin üç projeksiyonum var. Bunları hemen sizinle kısaca paylaşacağım. Mümkün olursa soru-cevap kısmında veya aralarda görüşlerimi tekrardan sizlerle paylaşma olanağı bulacağımı umuyorum.

Bu beş olumlu noktayı şöyle özetleyebilirim: Bir kere, sektörün fotoğrafı çok iyi çekilmiş. Biliyorsunuz, belirli bir zaman diliminde bilimsel şekilde hazırlanmış bu gibi raporların varlığı, özellikle daha sonradan karşılaştırma yapmak açısından son derece yararlı; bunu belirtmek gerekir.

İkinci olarak, daha önceden benim konuşmalarında bulunmuş sayın katılımcıların bildiği gibi, sürekli vurguladığım, Türkiye'ye özgü, Türkiye'yi gözeten, Türkiye'nin şartlarını dikkate alan tespitler ve değerlendirmelerin yararlı ve gerekli olduğunu düşünüyorum. Bu çabanın raporda gösterildiğini görmek son derece memnuniyet verici.

Üçüncü olarak, -bu hakikaten Rekabet Kurumunun çok önemli artılarından biri, bu insan kaynaklarının son derece gelişmiş olmasından da doğuyor, bunu hem kararlarda görüyoruz, hem bu gibi çalışmalarda görüyoruz- birleşme ve devralmaların denetlenmesi konusundaki son gelişmeler, son tartışmalar da rapora yansıtılmış; bu da güzel. Hatta, ilgili pazar analizinden uzaklaşılmasına dair son gelişmelerin raporda yer aldığını görüyoruz.

Dördüncü olarak, alıcı gücüyle ilgili yapılan genel değerlendirmelere aynen katılıyorum. Önraporu ve önerileri okuduğumda biraz tereddüt etmişim. Nihai raporda, alıcı gücünün incelenmesi açısından, önraporla ilgili önerilerin revize edilmesini son derece olumlu karşıyorum. Kanımca da, esas itibarıyla konu rekabet hukukunun dışında kalmaktadır. Burada bir sapmaya yol açmamak gerekir. Rekabet hukukunun, rantın paylaşılmasını regüle etme gibi bir işlevi yoktur, olmamalıdır da. Buraya müdahale etmek, girmek, içinden çıkılamayacak ve tutarlılığın kaybolacağı, amaçla bağlantının kaybolacağı bir alana girmek demektir. Dolayısıyla burada ufacık bir çekincem var; acaba davranış kodu hâlen yapılabilir öneriler arasında, uygulanabilir öneriler arasında yer almalı mıydı veya bu konuyla ilgili Rekabet Kurumunun müdahil olması düşünülebilir miydi, orada bir soru işareti var, çünkü raporda genel yaklaşım, "bu iş bizim işimiz değil" şeklinde veya ben öyle algılıyorum.

Benim saptadığım beşinci olumlu nokta, perakende sektöründe, Sayın Altay'ın acilen çıkarılmasını beklediği, ümit ettiği yasa tasarısıyla ilgili Rekabet Kurumunun rekabetçi sürece olumsuz etki yapacağı yolundaki görüşleri ve değerlendirmeleri; ben bunlara da aynen katılıyorum. Bilirsiniz, Ferhan Şensoy'un, "Kahraman Bakkal Süpermarkete Karşı" diye bir tiyatro oyunu vardı. Bu çerçevede, bu anlayışta konumlandırılmış bir yasanın, perakende sürecinin bu ivmesine, Türkiye'nin gelişimine yaptığı katkıya da olumsuz etkileri olacağını düşünüyorum. Eğer böyle bir yasa düzenlenecekse, -tabii ki hâlen içeriği kesinleşmiş değil ama, kamuoyuna yansıyan şekliyle söylüyorum- bizatihi küçüğü büyüğe karşı korumaya odaklanan bir yasa şeklinde karşımıza çıkacaksa, bunun yarardan çok zarar getireceğini düşünüyorum. Raporun da

benim bu görüşümle örtüştüğünü tahmin ediyorum. Muhtemelen gönderilen görüş de bunu içeriyordu.

Raporda, geliştirilebileceğini düşündüğüm yönleri üç başlık altında hemen sizlerle paylaşmak istiyorum. Raporu ilk elime aldığımda, -gerçi önraptordan ne geleceğini tahmin ediyordum, yorum yapmamız için bize son hâli gönderildi- büyük bir hacmin içerisinde alıcı gücü konusuna ciddi bir emek, zaman ve muhtemelen masraf da harcadığını tespit ettim. Acaba bu şekilde mi olmalıydı? Rekabet Kurumunun vurgulaması gereken, üzerinde daha çok durması gereken alan, tedarikçilerin organize perakende tarafından ezilip ezilmediğini veya ne kadar ezildiğini saptamaya yönelik bir çalışma şeklinde mi olmalıydı? Kaynakların verimli dağılımı ilkesi bu gibi çalışmalar için de geçerli. Dolayısıyla, belki bunun bir kere daha düşünülmesinde ve değerlendirilmesinde fayda var.

Tabii bu, bu alandaki ilk rapor. Dediğim gibi, yine söylüyorum, bir fotoğrafın çekilmesi başlı başına önemli. Rekabet hukuku açısından baktığımızda belki de bu daha farklı bir şekilde değerlendirilebilirdi. Alıcı gücü ne zaman rekabet hukukunu ilgilendirebilir? Toplumsal refah kaybına yol açma olasılığı bir hayli yüksekse. O bağlantı kurulmadığı sürece, bizatihi tedarikçileri koruma saikiyle bir araştırma çabasına, hatta daha sonra da bir müdahale çabasına girişilmesi herhâlde uygun olmayacaktır.

Yine diyorum, bunda belki de, AB'deki gelişmelerin takibi ve oradaki düzenlemelerin bizde de gerekip gerekmediği yolunda bir kaygı rol oynadı. Belki bunun için bir tüketici araştırması da yapmak lazım. Türkiye, Avrupa Birliği değil, sosyoekonomik açıdan da farklı bir noktadayız. Olumlu veya olumsuz demiyorum, sadece bir ayrışma olduğunu tespit ediyorum, vurguluyorum. Birçok başka çalışmada da vurgulandığı üzere, organize perakendenin şu düzeyde, Türkiye'deki üreticilere, sağlayıcılara, genel olarak ekonomiye verebileceği, -kayıt dışılığı azaltma, istihdam, burada vurgulananların hepsi- çok şey var. Büyük bir potansiyel var ve bu kinetik enerjiye dönüşüyor. Dediğim gibi, Avrupa'nın yapısı içerisinde, küçük ve orta ölçekli işletmelerin korunması, zaten belirli bir vergi kayıt dışılık sorununu çözmüş bir yapı içerisinde birtakım ekstra korumacı alanlar yaratılması, bunlar bizim için çok alakalı değil kanaatindeyim.

Bir de şöyle bir tutarlılık sorunu tespit ettiğimi düşünüyorum: Eğer bütün bu tespitlerime rağmen yine de, alıcı gücü önemli, tedarikçilerin sıkıştırılıp sıkıştırılmayacağı önemli diyorsak, bu çerçevede, Ülker-Şok birleşmesinin, eğer buna gidilecekse daha farklı değerlendirilmesi gerekirdi diye düşünüyorum. Bu yöne gidilmemesi gerektiğini düşünüyorum ama alıcı gücü eğer bu kadar önemli bir mesele olarak Kurumun önüne gelecek ise, o zaman,

dikey entegrasyon açısından önem ifade eden, hatta yatay açıdan da belki sorunlu olabileceği düşünülen, -Ülker/Şok devralmasında sorun olmadığı yoluna sonuca varılmış- birleşmelerin de o zaman çok farklı değerlendirilmesi gerekir. Rapordaki çıktılarla kararlar açısından da uyum gerektiğini düşünüyorum.

Şimdi ikinci noktaya geliyorum. “Yoğunlaşma kontrolünün etkin kılınması” kavramı; ben rapordaki ağırlığın burada olmasını bekliyordum. Son kısımda, önerilere geldiğimizde, her ne kadar uzun bir kısım ilgili pazar analizine ayrılmış, yeni kavramlar getirilmiş olsa da, öneriler noktasında baktığımızda, yoğunlaşma kontrolünün etkin kılınmasında yine alıcı gücünün merkeze yerleştirildiğini görüyoruz. Sanki yoğunlaşma kontrolünün temel işlevi alıcı gücünü kontrol etmiş gibi bir algılama doğuyor. Halbuki bizim neye odaklanmamız gerekiyor? Perakende sektöründe yoğunlaşma artıyor mu, bu da tüketici açısından bir refah kaybına yol açacak mı; meseleye bu noktadan gelmemiz gerekiyordu. Bu bağlamda alıcı gücü meselesinin ikincil planda kalması gerekiyor.

Unutmadan çok kısaca bir şeyi de söyleyeyim. Pazarın dinamikleri, Meltem (Bağış) Hanım’ın da vurguladığı gibi, bizim tahminlerimizin ötesinde, çok hızlı geliyor. Kahve arasında Hakan (S. Ölmez) Bey’le de konuştuk, çok yeni pazarlama kanalları ortaya çıkıyor. “*Tedarikçi organize perakendeciye mahkûm, başka bir kanalı yok*” demek de gerçeği ne kadar yansıtıyor, onu da ayrıca bir kenara parantez içinde koyuyorum.

İkinci noktayı tekrardan vurguluyorum; bu yoğunlaşma kontrolü konusunda daha ayrıntılı ve daha tutarlı bir analiz beklentisi içerisindeyim. Bu da belki bundan sonraki çalışmalarda karşımıza çıkacak.

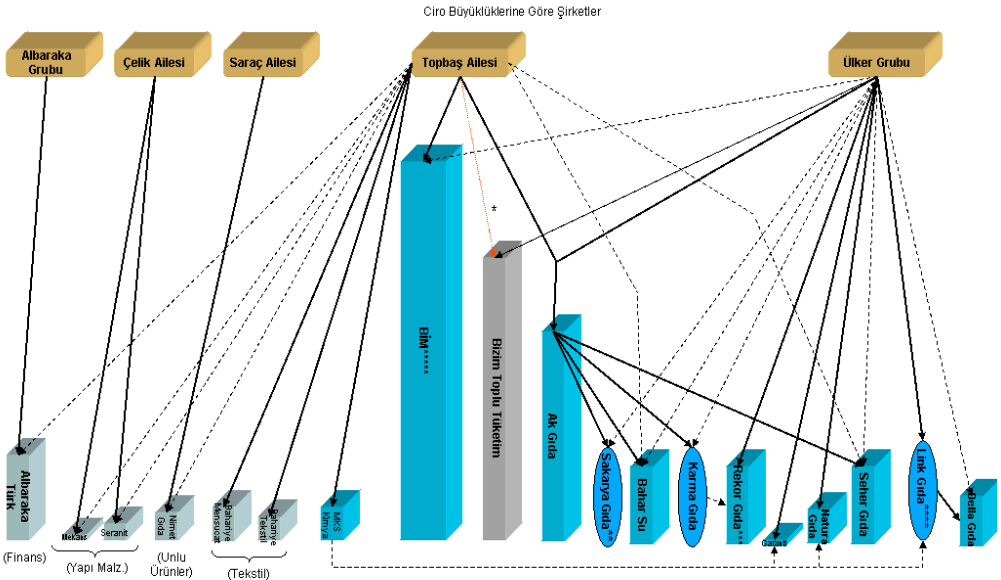
Üçüncü geliştirilmesi gerektiğini düşündüğüm alana geliyorum. Tedarik alanından ayrıldım, şu anda perakende sektöründeyim. Raporda güzel bir tespit yapılıyor. Bizim bildiğimiz klasik ilgili pazar analizi artık ihtiyaçlarımızı karşılamıyor, en azından bu sektörle ilgili doğru tespit yapmamızı sağlamayabilir. Dolayısıyla ne yapalım? Rekabetin önemli ölçüde azaltılması ölçütünü kullanalım. Güzel. Bu önemli bir öneri. Dolayısıyla burada, “ilgili pazar” dar kalıbından çıkmış, biraz daha bu sektörün özelliklerine uygun bir değerlendirme yapmış oluyoruz. Tabii bunu böyle söylemek de yetmiyor, bunun geliştirilmesi gerekiyor, çünkü yine bir alan belirlemek zorundasınız, bir analiz yaparken bir yöntem belirlemek zorundasınız. Bu konudaki bir-iki gelişmeden de bahsetmek istiyorum; raporda bahsedilmiş ama çok ayrıntılı açıklanmamış.

Artık ilgili pazar tanımından özellikle bu sektörlerde tamamen ayrılınması gerektiği yönünde görüşler de ortaya çıkıyor. Yukarı doğru fiyatlama, pazar simülasyonu, belki bunlara da bir bakmak gerekiyor; hatta,

bunların da ötesine geçilip karşı görüş olarak, -ilgili pazarı bir kenara bıraktık- “pazar simülasyonu, yukarı doğru fiyatlama gibi ileri sürülen yöntemler bile uygun değil” diyenler var; bana ilginç geldi, bu sektör açısından değerlendirmenizi öneriyorum. Şöyle deniyor: “Yapılacak analiz, tarafların uygulayacakları fiyatlar üzerinde neyin baskı yarattığının saptanması üzerine olmalı.” Bakın, perakende sektöründe, krizden sonra ne oldu? Tüketiciler alımı daralttılar. İndirim marketlerinin bir anda yükselmesinde bunun da önemli bir etkisi var. Dolayısıyla sektör ne yapmak zorunda kaldı? Bu şartlardan dolayı perakende sektörü uyum sağlamak zorunda kaldı. Rekabetten de daha önemli farklı ekonomik koşullar çıkabiliyor. Bu nedenle, sadece “rekabet var mı”ya bakmak yeterli değil, tüketici açısından fiyatı düşük tutup belirli bir kaliteyi sunmayı sağlayacak başka hangi olgular var, bunları da değerlendirmeye katmak gerekiyor.

Dolayısıyla, belki perakende sektörü Rekabet Kurumunun birleşme ve devralma denetlemeleri açısından da en yenilikçi ve öncü inceleme alanı, araştırma alanı, belki de deney alanı olacak. Rapor hacmi açısından baktığımızda, bu konuyla ilgili daha fazla çalışma yapılması gerekebilir.

Geleceğe dair üç öneri ve düşüncemi paylaşarak bitiriyorum. Önce sizinle şu tabloyu paylaşmak istiyorum:



\* Mustafa Latif Topbaş 31.12.2007 tarihli Ticaret Sicil Gazetesi'ne göre BİM Toplu Tüketim A.Ş. Yönetim Kurulu üyeliğinden ve hissedarlığından ayrılmıştır.

\*\* Sakarya Gıda 04.01.2008 tarihli Ticaret Sicil Gazetesi'ne göre AK Gıda tarafından küllü halinde devralınmıştır.

\*\*\* Rekor Gıda, Halk markalı ürünlerin (margarin dahil) dağıtımını yapmaktadır.

\*\*\*\* Link Gıda kontrol amaçlı bir şirket olup cirosu bulunmamaktadır.

\*\*\*\*\* Topbaş Ailesi'nin BİM A.Ş.'deki toplamı hisse payı % dolayında olup halka açık hissedarlık yapısından dolayı halihazırda fiili kontrolü sağladığı anlaşılmaktadır.



Bu tablo, 2008 tarihli Rekabet Kurulu “GıdaSA” kararından alınmış<sup>1</sup> Burada perakende sektöründe de faaliyet gösteren çeşitli sermaye gruplarını ve bunların karşılıklı ilişkilerini görüyorsunuz. Tabii biraz ticaret hukuku bağlamında da, şirketler topluluğu, karşılıklı ilişkiler, iştirakler konusunda çalışma yaptığım için ayrıca da ilgileniyorum.

Konunun rekabet hukuku boyutu açısından da baktığımızda, Ülker’in ŞOK’u devralmasıyla pazarda nasıl bir güç yoğunlaşması ortaya çıkaracağı konusu benim için hakikaten bir soru işareti ve ben bunu merak ediyorum. Devralma kararında verilmiş birtakım taahhütler var. Gıdasa kararından ortaya konulan yapının devralma kararı açısından dikkate alınmadığını tespit ediyoruz. Orada da Ülker Grubu tarafından verilen birtakım taahhütler var. O taahhütler çerçevesinde bu devralmaya izin verildi. Buna izin verilebilir, ancak rekabet hukuku açısından önemli olan konuların, bu kararda da olduğu gibi, devralmalarda gündeme gelecek konular olduğunu düşünüyorum. Bundan sonraki kararlarda tutarlılığı sağlayabilmek açısından Kurulun en azından belirli bir marj içerisinde uygulayabileceği bir ölçüt geliştirmesi gerekiyor.

Koordinasyon doğurucu etki: Bu meselede, Ülker Grubu ile BİM Grubu arasında acaba nasıl bir koordinasyon doğurucu etki olacak; bununla ilgili bir analiz yapılması gerekiyor. Sonunda bu birleşme ve devralmaya izin verilecekse bile, bunun tutarlı ve rasyonel gerekçelerinin önce Kurumu, sonra kamuoyunu, sonra da, bu tür birleşmelerden etkilenebilecek olan tüm tarafları tatmin edecek bir şekilde ortaya konması gerektiğini düşünüyorum.

Yine bu bağlamda ikinci saptamam:

Bir denetim şirketi tarafından hazırlanmış 2010 tarihli bir rapor buldum<sup>2</sup>. Orada ilginç saptamalar vardı. Sektörde ciddi bir etkinlik ihtiyacından, perakendecilerin ciddi bir baskı altında olduğundan, tedarikçilerle kendilerini stratejik ortak olarak gördüklerinden bahsediliyordu. Bir diğer vurgulama da şuydu: Bu sektörde belirli bir ölçeği ulaşmak, insan kaynağının profesyonel olması son derece önemli. Dolayısıyla, profesyonelce yönetilmeyen firmaların, daha büyük ve profesyonelce yönetilen firmalar tarafından devralınması doğal bir süreç gibi görünüyor. Bu bana çok daha cazip geliyor. Zaten belirli bir ölçek ekonomisini sağlamış, belirli bir profesyonelliğe ulaşmış, belirli bir etkinliği sağlamış büyük bir firmanın, aynı veya benzer niteliklere sahip olan bir firmayı

<sup>1</sup> (Dosya Sayısı : 2007-3-124, Karar Sayısı : 08-12/130-46, Karar Tarihi : 7.2.2008.)

<sup>2</sup> (AMPD, PriceWaterhouseCoopers, “Shining Star: The Effects of the Retail Industry on the Turkish Economy”, 2010, [https://www.pwc.com/en\\_TR/TR/publications/industrial/retail-consumer/published/PwC\\_AMPD\\_2010\\_TR\\_Final.pdf](https://www.pwc.com/en_TR/TR/publications/industrial/retail-consumer/published/PwC_AMPD_2010_TR_Final.pdf) (Erişim Tarihi: 21 Mayıs 2012)

devralması yerine, bu tür büyük firmaların, küçük ve verimsiz işletilen bu firmaları devralması, büyümesi ve etkinliğini yansıtması kanımca pazarda daha sağlıklı bir sonuç doğururdu. Dolayısıyla, biraz önce bahsettiğim devralmayı bu gözle de bir değerlendirmek gerektiğini düşünüyorum. Sonuçta hep neyin üzerine kurguluyoruz? Verimlilik artışı, etkinlik artışı üzerine kurguluyoruz. Dolayısıyla, büyüğün küçüğü devraldığında doğabilecek sakıncaları, büyükle büyüğün birleşmesinden ayırtırmak gerekir. Muhtemelen ilkinde sakıncalar daha az olacaktır.

Son tahlilimi de paylaşayım. Çok açık bir olgu; sektördeki büyüme eğilimi hızla devam ediyor. Daha alınacak çok yol var. Genç nüfus var. Tüketim alışkanlıkları değişiyor. Dolayısıyla bu sektör büyüyecek. Büyük bir potansiyel var. Sait Koç gelemeyen konuklar arasında. Ben internetten tüm konuşmacıların çalışmalarını, faaliyetlerini incelemiştım. İnternette kaydı yayınlanan bir televizyon konuşmasında Sayın Koç şöyle diyor:<sup>3</sup> *“Yabancılar belirli bir büyüklüğe ulaşmadan zaten Türkiye’ye gelip alım yapmıyorlar, zaten belirli bir büyüklüğe ulaşmış olması gerekiyor.”* Rekabet Kurumunun biraz da buna hazırlıklı olması gerekir. Size bahsettiğim raporda şöyle ilginç bir ifade vardı: *“Dünyanın en büyük perakendecisi Walmart’ın henüz Türkiye’ye pazarına girmemiş olması, önümüzdeki dönemde, hâlâ olgunlaşmamış olan perakende sektöründe ilginç devralmaların yaşanacağına dair beklentileri güçlendiriyor.”* Rekabet Kurumunun buna ilişkin simülasyon yapması, politika geliştirmesi, bu konuda nasıl bir pozisyon alacağı üzerinde düşünmeye başlamasının uygun ve yararlı olabileceğini düşünüyorum.

Bence iki yönlü bir amaç güdülebilir, yani burada iki parametre var: Bir yandan organize perakendeyi yaymak, çünkü faydaları son derece fazla, ama bir yandan da, bu organize perakendenin yoğunlaşırken mümkünse, -nasıl olduğunu sorarsanız, yanıtını veremeyeceğim şekilde- optimal ölçüğü aşmamasını sağlamak olduğunu düşünüyorum.

Bitirmeden, Karatay Üniversitesi misafirperverlikleri için çok teşekkür ediyorum. Saygılarımı sunuyorum.

---

<sup>3</sup> Piyasa Ekranı, Sait Koç ile söyleşi, <http://tvarsivi.com/player.php?i=2012030482347> (Erişim Tarihi: 21 Mayıs 2012)



## Ersin TARANOĞLU

*Türkiye Gıda ve İçecek Sanayi Dernekleri Federasyonu*

---

Saygıdeğer hanımefendiler, değerli konuklar; Türkiye Gıda ve İçecek Sanayi Dernekleri Federasyonu Başkanı, Yönetim Kurulu, Federasyonumuza üye 24 dernek ve onlara üye 2000 ticari şirket adına bu toplantıya katılmaktan duyduğum mutluluğu ifade ediyor, bizi davet ettiğiniz için teşekkür ediyor ve hepinize saygılar sunuyorum.

İnsanlığın kuruluşundan beri iki tane kavram var: Biri vakıf, diğeri pazar. Yerine yenisi daha ikame edilemedi, ikisi de yaşıyor. Bu anlamda, Konya Ticaret Odasının Vakıf Üniversitesinde, pazarı şekillendiren rekabet meselesini konuşmak için bir araya gelmiş olmamızı çok anlamlı buluyorum.

Nenemin yoğurdu getirip pazarda sattığı, ticaretin tahterevalli şeklinde döndüğü günlerden bugünkü modern çağa, bir ucunda tedarikçi, bir ucunda perakendeci, bir ucunda da tüketicinin olduğu bir üçgenin dengesini kurmakla meşgul olan Rekabet Kurumunun bu faaliyetini öncelikle tebrik ederek konuşmama başlamak istiyorum.

Modern Türkiye'nin en modern ilk üç kurumunu sayın dersiniz, ben ilk için içerisine Rekabet Kurumunu koyarım. Bu seçimim Kurumun görev alanı ile ilgili olmakla birlikte, asıl nedeni Kurumun saygınlığını sağlayan çalışan kadroların çok özel kişiler olmasıdır. Ben Kurumu kurulduğu günden bugüne tanıyorum. Onun için, bu raporun doğru sonuçlanacağını en büyük teminatının, başta yönetim kurulu üyeleri olmak üzere tüm çalışanları olduğunu düşündüğümü belirtmek istiyorum.

Bu ciddi toplantının havasını biraz yumuşatmak adına, “hiçbirimiz masum değiliz” derken, Rekabet Kurumu da, Sibel Can'ın dediği gibi, “kimse padişah değil, sultan değil.” Dedi. Bu dengeyi bir yerde kuracağız.

Churchill'in bir lafı vardır,“Soruna yakın olanlar çözüme en yakın olanlardır”. Burada sorun yaşayan iki kişi vardır: Biri tüketicisi, diğeri de tedarikçidir. Perakendecilerin durumu iyidir. Tüketicisi, en kaliteli malı en ucuza almak ister. Ne bilgisi, ne becerisi aslında bu kadar büyük gücün karşısında buna müsait değildir, bunun bir yerde korunması gerekmektedir; kamu otoritesi bu anlamda çok önem taşımaktadır. Aslında meselede tüketicisi de 1'dir, perakendeci de 1'dir, ama iki 1 birbirine eşit değildir, bu 1, öbür 1'den çok büyüktür. Zaten bu kurumların, bu kavramların sosyal hayatımıza girmesinin sebebi de, bu iki 1'in birbirine eşit olmayışıdır. Dolayısıyla, hem tedarikçi

olmamız, hem de tüketici olmamız açısından bu işte en çok bizi dikkate alırsanız doğruya yaklaşırsınız diye düşünüyorum.

Tedarikçilerle perakendecilerin ilişkisini de sigara içen adamla sigaranın ilişkisine benzetirim; kimse bırakmak istemiyor, fakat herkes de şikâyet ediyor. Zararlı ama ne yapayım, vakit gelmedi diyor. Vakit gelecek ama, bu arada problem de giderek büyüyor.

Bu anlamda şunu söylemek istiyorum: Ortada bir sorun var, doğru. Ben, Rekabet Kurumunun bu fotoğrafı çok doğru çektiğine inananlardanım. Yaklaşık 2 senedir bu raporun ön rapor ve diğer safhalarında birlikte çalıştık. Bu çok modern ve çağdaş yaklaşımdan dolayı sizleri tekrar kutluyorum. Arkadaşların ve teknisyenlerin çözüm için çok kafa yorduklarının da farkındayım. Dolayısıyla, en doğru çözüme yakın bir noktada durduklarını da gayet net bir şekilde görüyorum. Doğruları ve gerçekleri bulmak başka, onları hayata geçirmek başka bir kabiliyet konusudur; burada iradeye ihtiyaç vardır. Bu noktada, Rekabet Kurumundan biz tedarikçiler olarak bu iradeyi bekliyoruz. Onların medeni cesaretleri ve bilgi birikimleri de bu iradeyi göstereceklerini ortaya koymaktadır.

Ben mühendis olduğum için rahatlıkla söyleyebilirim, mühendisler sonuç odaklı insanlardır, sonuca bakarlar, yol önemli değildir, esas olan sonuçtur. Zaten siyasetin görevi de idarecilerin görevi de budur, sonuç almaları lazımdır. Dolayısıyla, bu işin bizim açımızdan da üç tane önemli noktası vardır: Bunlardan bir tanesi, ciro eşiği meselesidir. Bunun dikkate alınmasını talep etmekteyiz. Kamu otoritesinin bu noktada, herkesi dinlemek suretiyle ağırlıklı ortalamayı bulması gerekmektedir. Bu toplantıya katılan kişilerin hepsine leblebi demeye gerek yoktur, “L” dediğiniz zaman gerisini anlayacak evsafıta insanlardır. Onun için uzun laf salatasına hiç gerek yoktur.

Bu çalışma ile ilgili olarak belirtmek istediğim hususlar şunlardır. İlk olarak daha önce de belirttiğim gibi ciro eşiği meselesini çok önemsiyoruz. Burada kimse padişah ve sultan olmamalı, kamu otoritesi bunu düzenlemelidir.

İkinci konu olarak; davranış kodu ve çok çağdaş bir kavram olan ombudsmanlık meselesi de bizim için çok önemlidir. Evet, bugün için belki bizim için çok yeni diyebilirsiniz ama bizim kültürümüzde bunlar vardır; akil adamlar, belediye meclisi, köy muhtar heyetleri, ihtiyar heyetleri aslında geçmiş çağın ombudsmanlık müesseseleridir. Bizim bunları çağdaş formatlar atmak suretiyle günümüzde de kullanmamız lazım. Bütün yenilikler gibi bu yenilik de kuşkuyla karşılanarak gelecektir. Bundan 25 sene önce herkes pazar ekonomisine karşıyken bugün artık böyle bir kavramı gündemden kaldırdık, onun yerine rekabeti koyduk, yarın belki başka şeyleri konuşacağız.

Üçüncü olarak, anlaşmaların Rekabet Kurumuna olarak yıllık gelmesi konusunu da desteklediğimizi belirtmek isterim.

Tedarikçiler olarak biz daha çok gıda ve içecek ağırlıklı çalışan ve Türkiye’de bu konuda tek olan bir Federasyonuz.

Markalar meselesinde Rekabet Kurumunun çok dikkatli davranmasını telkin etmek istiyoruz. Bizim mensup olduğumuz Federasyonumuzun 2000 şirketi, Ar-Ge’siyle, parasıyla marka yatırımları yapmaktadır. Dolayısıyla, bugünkü siyasi otoritenin de, marka kavramına zarar vermeden, saygı duyarak ve bu konudaki emekleri dikkate alarak, ziyan etmeyerek bir çözüme ulaşmasının bizler açısından önemini ifade etmek istiyorum.

Katıldığım için çok mutluyum, sizi tanıdığım için çok mutluyum. Emeği geçenleri kutluyorum. Doğru yoldayız. Çok medenice ve çağdaş bir atmosfer içerisindeyiz, çünkü konuşursak birbirimizi anlayacağız, anladığımız zaman orta yerde buluşacağız. Eskilerin dediği gibi, “istişare sünnettir.” Yaptığımız bir sünnettir. Fikir alışverişinde bulunmak bizi doğruları bulmaya götürecektir. İtişeceğiz kakışacağız, bir miktar ben, bir miktar siz, bir miktar da filancılar taviz verecek ve orta bir yere geleceğiz. Sayın Başkanım zaten bizi orta yerde buluşturmaya müsaittir.

Hepinize teşekkür ediyorum.



# TÜRKİYE HIZLI TÜKETİM ÜRÜNLERİ PERAKENDECİLİĞİ SEKTÖR İNCELEMESİ NİHAİ RAPORU AMPD DEĞERLENDİRMESİ

**Servet TOPALOĞLU**

*Alışveriş Merkezleri ve Perakendeciler Derneği*

---

Son derece ayrıntılı ve bilimsel bir yaklaşımla ele alınmış olan nihai rapor için teşekkür ederiz

Raporda gördüğümüz temel fark, bundan öncekilere göre 360 derecelik bir analiz yapılmaya çaba gösterilmiş olmasıdır

Her bir konu olumlu/olumsuz ve karşıt argümanlarla ele alınmış, dolayısıyla bugünkü koşullara nesnel - objektif bir açılım getirilmiştir

Bu nedenle, son derece ayrıntılı ve uluslar arası standartlarda ortaya çıkan bu çalışmada emeği geçen tüm uzman, yönetici arkadaşlara ayrıca kurumun tepe yönetimine şükranlarımızı arz etmek isterim

Sizlerle yapmış olduğumuz görüşmelerde sürekli olarak altını çizdiğimiz gibi perakende sektörümüzün özelliklerini burada da sıralamak isterim:

- ❖ Organize perakendecilik, hem tüketiciye hem de tedarikçiye birbirine hızlı ve kolay erişim fırsatı yaratır, her ikisi için de maliyetlerin düşmesini sağlar.
- ❖ Organize perakende sektörü ülke ekonomisinde bir yeniliktir teknolojinin tüm olanaklarını seferber eder.
- ❖ Kayıtlı istihdam yaratır.
- ❖ Çalışma şartlarına, ürünlere, tedarik ve lojistik sistemlerine kalite ve standart getirir.
- ❖ Organize perakende enflasyonun düşmesinde temel değişkenlerden biridir.
- ❖ Organize perakendenin tedarikçilere yönelik özgün katkılarını da şöyle sıralayabiliriz:
  - ❖ Piyasaya girişi kolaylaştırma.
  - ❖ Piyasada gelişme sağlama.
  - ❖ Markalaşma sürecine ve sürdürülebilir olmaya katkı ve destek.



**Türkiye Perakende Sektörü Verileri-TÜİK Ticaret Verileri ve AMPD Verilerine Göre**

<b>TÜRKİYE PERAKENDE SEKTÖRÜ 2011</b>	<b>2011</b>	<b>Toplam içinde pay</b>	<b>Kategori içinde pay</b>
	<b>Milyar Dolar</b>		
<b>Toplam ciro</b>	<b>191</b>		
Geleneksel Perakende	110	58%	
Organize Perakende	81	42%	
<b>Gıda Perakendeciliği</b>	<b>115</b>	<b>60%</b>	<b>100%</b>
Geleneksel Gıda	82	43%	71%
Organize Gıda	33	17%	29%
<b>Gıda dışı Perakendecilik</b>	<b>76</b>	<b>40%</b>	<b>100%</b>
Geleneksel Gıda dışı	28	15%	37%
Organize Gıda dışı	48	25%	63%

	<b>2010</b>	<b>2011</b>
<b>İlk 8 HTM Perakendeci payı</b>		
<b>Toplam Türkiye</b>		
Ipsos KMG		%23
Euromonitor	%16,67	%20,28
<b>İlk 4 HTM Perakendeci payı</b>		
<b>Ege Bölgesi</b>		
Ipsos KMG		25
<b>İzmir</b>		
Ipsos KMG		41

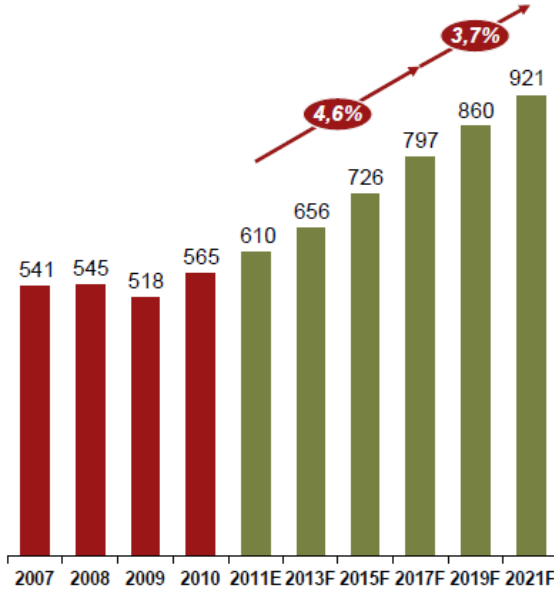
Bu verilerden ve verilerle ilgili yapmış olduğumuz yorumlardan hareketle sektörün oldukça canlı ve büyümekte olan bir sektör olduğu kolayca teşhis edilebiliyor.

Bu büyüme süreci içinde sektörü bir bütün olarak kırılğan bir boyut kazandıran konu ise, tablolardan da görüldüğü gibi organize perakendenin payının halen %50'nin çok altında olması, buna kıyasla da ilk HTM perakendeci payının da 2010 ve 2011 de iki büyük araştırma şirketinin verilerine göre ancak %20-23 aralığında varlığını sürdürmesidir.

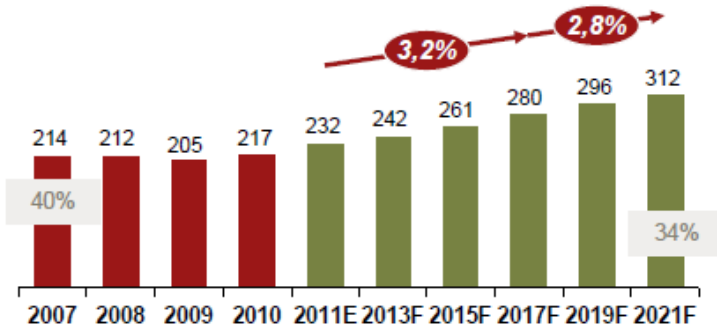
Ege bölgesi ve İzmir'e gelindiğinde Rekabet kurumunun ilk 4 HTM perakendecisinin paylarına ilişkin %49,3 ve %76,9 saptamasına karşılık yine araştırma kurumlarının saptamalarına göre %25-41 aralığında bir paya sahip olduğu net bir şekilde görülmektedir.

Sektörün geçmişe ilişkin değerlerine göz attıktan sonra bir de AT Kearney tarafından 27 Mart 2012 tarihinde yayınlanmış olan rapora dikkatinizi çekmek istiyorum.

### Gayri Safi Yurtiçi Hasıla 2005 Fiyatları ile-Milyar Dolar



### Toplam Perakende Harcamaları 2005 Fiyatları ile-Milyar Dolar

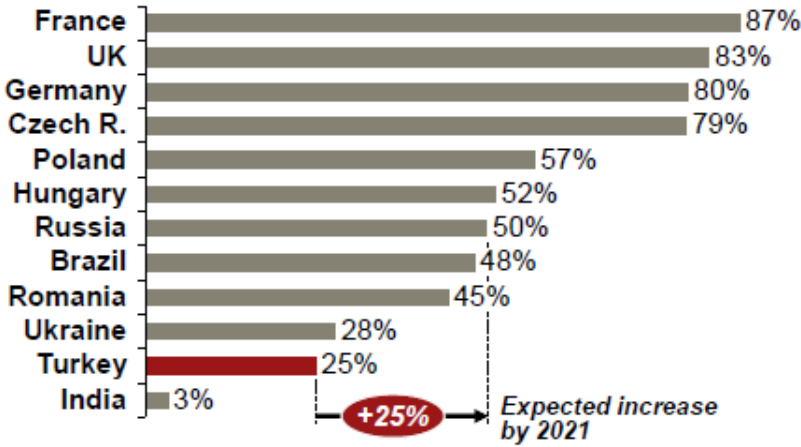


Türkiye gsyih 2021 yılı itibariyle 921 milyar dolar olarak öngörülürken toplam perakende harcamalarının yine 2005 yılı fiyatları baz alınarak 2021 yılında 312 milyar dolara erişmesi öngörülmektedir.

2011 yılında bu rakamın tahminen 232 milyar dolar olduğu tespit edilmiştir.

Bu genel perakende değerlendirmesinin içinde organize perakende nüfuzu %25ler civarında olduğu tespit edilmekte, bunun da var olan ekonomik gelişme düzeyi ile karşılaştırıldığında oldukça düşük bir yoğunlaşma olduğu ifade edilmektedir.

### Organize Perakende Payları



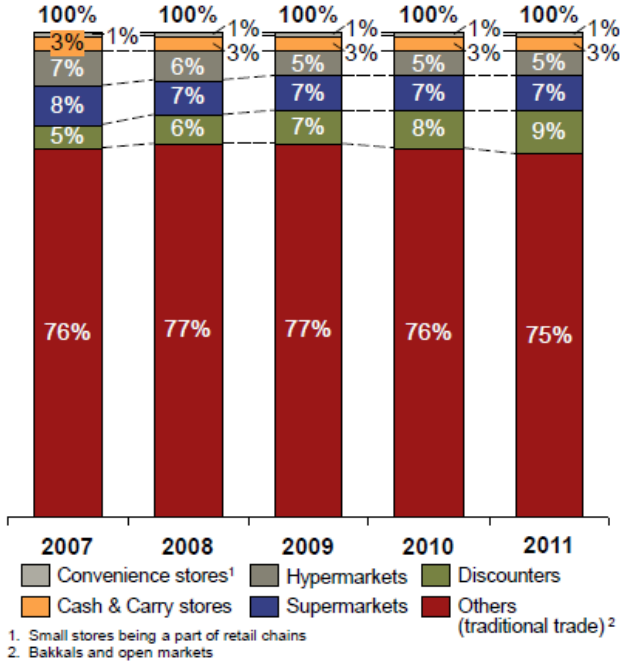
Görüldüğü gibi Ukrayna, Romanya, Brezilya, Rusya, Macaristan, Polonya, Çek Cum, bizden çok çok daha yoğunlaşmış bir pazara sahiptirler.

Aynı rapora göre ancak 2021 yılında organize perakendenin Rusya ve Macaristan düzeyine çıkabileceği belirtilmekte, bunun da yine kişi başına milli gelirin düzenli bir şekilde artmasına bağlı olarak gerçekleşebileceği ifade edilmektedir.

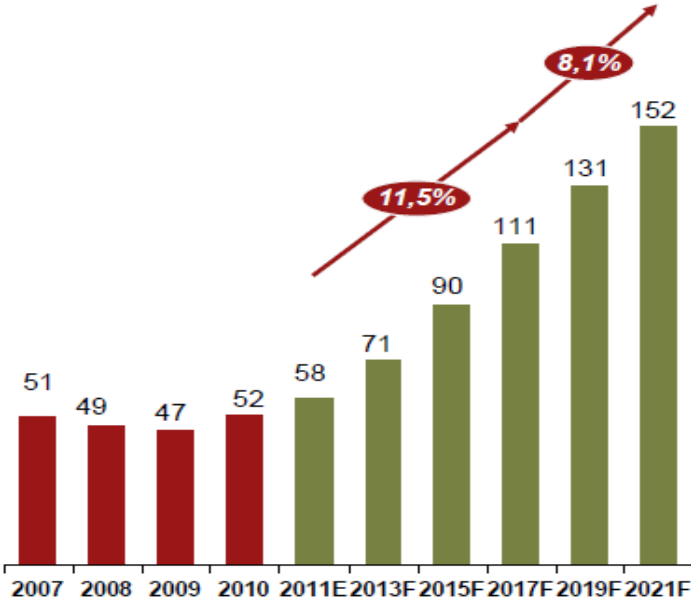
2021 yılında bile organize perakendenin payının gelişmiş ülkelere göre düşük düzeyde kalacağı, bunun bakkal ve pazarların son derece güçlü pozisyonlarından kaynaklandığı ifade edilmektedir.

Bu güçlü konumuna karşın, organize perakendedeki modern formatlarda gün gün gelişme olacağı öngörülmektedir.

Bugünkü verilerle format dağılımını şu şekilde görmek mümkündür:



Yapılan tahmine göre 2021 yılında organize perakende harcamaları 2005 fiyatları bazında 152 milyar dolara çıkacaktır.



Oysa bir önceki slaytta ifade ettiğimiz gibi toplam perakende harcamalarının 312 milyar dolar seviyesinde olacağı öngörülmektedir. Yani 2010 yılından itibaren genel pazarda % 34'lük bir artış öngörülmektedir.

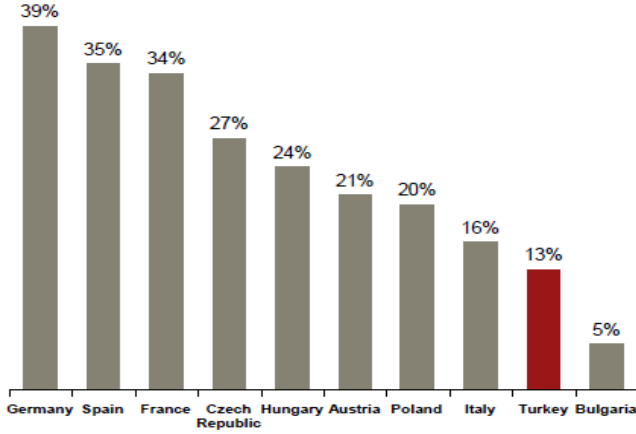
Türkiye, küresel perakende gelişme endeksinde 2011 yılında 18. Sıradan 10. Sıraya yükselmiştir. Raporunuzda da belirtmiş olduğunuz gibi bu özelliğiyle doğrudan yabancı yatırımı çekme konusunda da 2010 yılında 23. Sırada iken 2012 yılında 13. Sıraya yükselmiştir.

Global Retail Development Index (GRDI)	
2010	2011
1.China	1.Brazil
2.Kuwait	2.Uruguay
3.India	3.Chile
4.Saudi Arabia	4.India
5.Brazil	5.Kuwait
6.Chile	6.China
7.United Arab Emirates	7.Saudi Arabia
8.Uruguay	8.Panama
9.Panama	9.United Arab Emirates
10.Russia	10.Turkey
11.Tunisia	11.Libanon
12.Albania	12.Egypt
13.Egypt	13.Albania
14.Vietnam	14.Russia
15.Morocco	15.Kazakistan
16.Indonesia	16.Indonesia
17.Malaysia	17.Morocco
18.Turkey	18.Philippines
19.Bulgaria	19.Tunisia
20.South Africa	20.Sri Lanka

Foreign Direct Investment Index (FDI)	
2010	2012
1.China	1.China
2.United States	2.India
3.India	3.Brazil
4.Brazil	4.United States
5.Germany	5.Germany
6.Poland	6.Australia
7.Australia	7.Singapore
8.Mexico	8.United Kingdom
9.Canada	9.Indonesia
10.United Kingdom	10.Malaysia
11.United Arab Emirates	11.South Africa
12.Vietnam	12.Russia
13.France	13.Turkey
14.Hong Kong	14.Vietnam
15.Other Gulf States	15.United Arab Emirates
16.Romania	16.Thailand
17.Czech Republic	17.France
18.Russia	18.Taiwan
19.Indonesia	19.South Korea
23.Turkey	20.Canada

Bu raporun yazılmasına temel teşkil eden konular arasında yer alan özel markalı ürünler ile ilgili olarak AT Kearney tarafından yapılmış olan araştırmadan bir veriyi de sizinle paylaşmak istiyorum:

Bu veriye göre bugün itibarıyla özel markalı ürünlerin nüfuzu ortalama konumdadır. Diğer ülkelerle karşılaştırıldığında Türkiye % 13 ile sondan 2. Ülke konumundadır. Ancak yine aynı rapor, tüketicinin fiyat hassasiyeti nedeniyle özel markalı ürün satışlarının artacağı konusuna dikkat çekmektedir.



AMPD olarak yıllardan beri savunduğumuz konu, organize perakendenin “toplumsal refah”ın ve “tüketici standartları”nın gelişimine en başta da söylediğimiz gibi büyük katkıda bulunduğu tezidir.

Bu gelişimin ve organize perakendenin bu gelişimde oynadığı rolün somut biçimde ortaya çıkarılabilmesi düzenli bilimsel araştırmalarla mümkündür.

Nihai raporda öne sürülen ve kaygı ifade edilen konuların bertaraf edilebilmesi yine bizatihi bu bilimsel çalışmalarla mümkündür.

Ancak bu araştırma ve çalışmaların bilimsel olabilmesi için sürdürülebilir ve tarafsız kurumlar tarafından gerçekleştirilmesi zorunluluğu vardır.

Bu zorunluluğun yanı sıra yapılacak inceleme ve araştırmaların kapsamı belirleyicidir.

Sektörün verilerine bakıldığında, 2021 yılına kadar bile sadece yarısından azını temsil eden bölümünün bu araştırmalara konu olması Türkiye gerçeğinin doğru biçimde yansıtamayacağını ifadesidir.

Dolayısıyla, özellikle rapora konu olan alıcı gücü ve tedarikçi dengelerinin tespitinde piyasanın bir bütün olarak ele alınması kaçınılmazdır.

Rapor hakkında genel görüşlerimiz:

- ❖ Türkiye’de Hızlı Tüketim Malları perakendeciliği henüz kategoriler bazında ayrıştırılacak düzeye ulaşmamıştır.
- ❖ Alıcı gücü ancak hakim durumda olan alıcı için söz konusu olabilir. Raporla, alıcı gücü kavramı sadece perakendeciler nezdinde

incelenmiş, büyük ölçekli tedarikçi firmalar açısından değerlendirme yapılmamıştır.

- ❖ Hızlı Tüketim Malları kategorileri bazında çoğunlukla satıcı gücünün ağır bastığı görülmektedir. Ipsos tarafından yapılan Tedarikçi Performansı araştırması verileri Rekabet Kurumu ile paylaşılmış olup, dünya çapında yapılan değerlendirmelerde alıcı ve satıcı gücü aynı tablo içinde değerlendirilmektedir.
- ❖ Üstün pazarlık gücü temelinde, tedarikçilerin alternatif satış kanallarının daraldığı değerlendirmesinin yapılabilmesi için perakendecinin pazarda belirli büyüklüğe sahip olması gerekmektedir.
- ❖ Ipsos tarafından gerçekleştirilen Tedarikçi Performansı Araştırması sonuçlarında;
  - ❖ Kategoriler bazında ortalama pazar payları değerleri incelendiğinde; % 29,9 pazar payına sahip ilk 4 tedarikçi, % 16,7 pazar payına sahip ilk 4 perakendeciye karşı daha üstündür. Bu sonuç, tedarikçi- perakendeci pazarlık gücü kıyaslaması ve geleneksel perakende kanallarının toplam pazar payı bilgileriyle de paralellik taşımaktadır.
  - ❖ İlk 4 perakendecinin, ilk 4 tedarikçi karşısında pazar payları, göreceli büyük olan kategorilerde bile, %12-21'i geçmemekte (dondurulmuş gıda hariç), bu da pazarda çok oyunculu perakendecilerin herhangi bir baskınlığı olmadan, yoğun rekabetle müşteri talebine cevap verdiğini göstermektedir.

Nihai raporda yapılmış olan önerilere gelince;

### **1. Yoğunlaşma Kontrolünün Etkin Kılınması**

- ❖ Rekabet koşullarının organize perakendeciler arasında formata bağlı olarak belirlenmesi, sektörde farklı uygulamalara ve eşitsizliğe yol açacak olup, birden fazla formatta faaliyet gösteren perakendeciler bakımından uygulama net değildir.

### **2. Dikey Anlaşmalar Mevzuatına Alıcı Gücünün Dâhil Edilmesi**

- ❖ Alıcı pazar payı eşiğinin, bu eşik AB'de ilgili Grup Muafiyeti Tüzüğü'nde olduğu gibi % 30 olarak belirlenecek olsa bile, Türkiye'de fiili olarak perakendeciler, ilgili pazarda bu eşik altında yer almaktadır.

- ❖ Bu nedenle bu önerinin uygulama alanı bulamayacağı ifade edilebilir.
- ❖ Ayrıca, bu pazar eşiği nedeniyle tedarikçilerin perakendeciye ekonomik açıdan bağımlı hale gelmesi, ancak sektörde yüksek bir yoğunlaşma durumu olması halinde söz konusu olabilecektir ki, Türkiye perakende sektörü henüz bu tür bir yoğunlaşmaya sahip değildir.
- ❖ Ek olarak, alıcı kaynaklı dikey sınırlamalar olarak değerlendirilen listeleme bedelleri gibi ücretlerin talep edilmemesi yönünde perakendecilere yükümlülük getirilmesi, ilk etapta tedarikçiyi koruyan bir düzenleme gibi görünse de; perakendeciler, tedarikçiler ile mutabık kalınan bu masraf kalemlerini tedarikçilerle paylaşmamaları halinde, bir süre sonra ayakta kalabilmek için bu masrafları ürünlerin tüketici fiyatına yansıtmak zorunda kalabilecekler ve sonuç olarak bu hükümler tüketicinin zarar görmesine yol açabilecektir.

### **3. Alıcı Gücü ve Pazar Gelişiminin Takip Edilmesi**

- ❖ Herhangi bir şikâyet olduğunda veya Kurum tarafından re'sen inceleme başlatıldığında, talep edilebilecek her tür bilgi ve belgeler Kurum'a sunulmakta olup, Kurum tarafından bu kapsamda detaylıca incelenmektedir.
- ❖ Kaldı ki, Rapor'da da belirtildiği Türkiye HTÜ perakende pazarındaki perakendecilerin güçleri hâkim durum yaratmayacak ölçüde sınırlıdır.
- ❖ Bu nihai rekabet politikası önerisinde öngörüldüğü şekilde yapılacak bu tür bir gözetim ve takip, HTÜ Perakende pazarındaki perakendeci aktörler ve Kurum açısından da büyük külfetler getireceği düşüncesizdeyiz.

### **SONUÇ OLARAK**

- ❖ Görüşlerimiz ve sunumun başında vermiş olduğumuz veri ve bilgiler ışığında ana hedef:
  - ❖ Sektörün bir bütün olarak rekabetçi yapısının güçlendirilmesi,
  - ❖ Hükümetin enflasyon hedeflerinin tutturulması,
  - ❖ Tüketici standartlarının yükseltilmesi,



- ❖ Toplum refahının güçlendirilmesi yönünde destekleyici nitelikte çalışmalar yapılmasıdır.
- ❖ Temmuz ayı itibariyle yürürlüğe girecek olan Türk Ticaret Kanunu ile birlikte sorunların büyük bölümüne çözüm bulunacaktır.
- ❖ Rekabet Kurumu'nun sadece tedarikçiler yönünden değil perakendeciler yönünden de yeni Türk Ticaret Kanunu'nda getirilmiş aşırı kısıtlamaların yol açabileceği sorunları izlemesi gerekecektir. Yeni TTK'nın 1530. Maddesi ile perakendecilere getirilen yeni kısıtlamalara raporda da yer verildiği ve henüz bu hükümler uygulanmadığı için Rekabet Kurumu'nun izlemesi gereken hususlara bir ilave olarak,
- ❖ Bu süreç içinde alınacak önlemlerle bilimsel araştırma ve incelemelerin güçlendirilmesi için sağlam adımlar atılmalıdır.

**REKABET HUKUKU VE İKTİSADINDA  
GÜNCEL GELİŞMELER SEMPOZYUMU-X**

*22 Mayıs 2012  
KONYA*

---

**II. OTURUM**

**REKABET HUKUKU VE İKTİSADINDAKİ  
GÜNCEL GELİŞMELER**

**Prof. Dr. Şahin AKINCI**  
(Oturum Başkanı)

KTO Karatay Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dekanı



## **Prof. Dr. Şahin AKINCI**

*KTO Karatay Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dekanı*

---

Sayın Başkanım, değerli hazırım; hepinizi saygıyla selamlıyorum ve müsaadenizle öğleden sonraki oturumumuzu açıyorum.

Konuşmacılara söz vermeden evvel müsaadenizle hukukçu gözüyle bir-iki şey söylemek istiyorum.

Rekabet müessesesi elbette hukuku da ilgilendiren bir kurum. Biz de bu meseleye, doğrudan olmasa da, dolaylı olaylı olarak ilgi duyuyoruz. Benim alanım özellikle tüketici hukuku. Olayı değerlendirirken biraz da tüketici hukuku gözüyle de değerlendiriyorum. Özellikle sabahki oturumlardan bu açıdan da çok istifade ettim.

Malumunuz, tüketici hukukuyla ilgili Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun var. Gelişen ihtiyaçlar doğrultusunda sürekli değiştirilen bir kanun. Çok önemli düzenlemeler getirildi, önemli yenilikler var. Tüketicinin korunması noktasında bu kanunda, mesela aldatıcı reklamlara karşı tüketicinin korunması, ayıplı mal ve hizmetlere karşı tüketicinin korunması vesaire gibi çok önemli adımlar atıldı. Tüketici Kanunu tüketiciyi korurken, hakkı ihlal edilen tüketiciye, Tüketici Sorunları Hakem Heyetine müracaat etme veya Tüketici Mahkemesinde dava açma gibi birtakım haklar veriyor. Uygulamada benim görebildiğim şey şu: Hakkı ihlal edilen her tüketici, Tüketici Sorunları Hakem Heyetine müracaat etmiyor veya dava açma yoluna gitmiyor; ya işinin çokluğundan dolayı, ya haklarını bilmediği için ya da başka sebeplerle, uğraşmak istemediğinden dolayı çoğu zaman sineye çekme yoluna gidiyor. Peki, hakkı ihlal edildiğinde dava açanlar yüzde kaç dersek, belki yüzde 10'u bile bulmayabilir. Hepimizin malumudur, “kredi kartlarından ücret alınmayacak” denildi, Yargıtay birtakım kararlar verdi vesaire ama, bankalar almaya devam ediyor; diğer konularda da öyle.

Üretici firmalar toptancı bir bakış açısıyla yaklaşıyor; “yüzde 10'u dava açsa ne olur? Yüzde 10'una tazminat öderim ama, bu çok büyük bir yekün teşkil etmez, öbür taraftan, yüzde 90'ından elde ettiğim gelirle zaten kârımı 2'ye, 3'e katlarım, bunları çıkartırım” düşüncesiyle kuralları hiçe sayabiliyorlar. İşte tam da bu noktada, Rekabet Kurumu gibi kurumların birtakım düzenlemeler yapmasına ve bu denetim mekânizmasının oluşturulmasına ihtiyaç duyuyoruz. Eğer tepeden birtakım düzenlemeler yapılmazsa, belli kararlar alınıp üretici firmalar, satıcı firmalar belli şeyleri yapmaya zorlanmazsa, mecbur edilmezse,

istediğiniz kadar kanun çıkarın, sonuçta ne rekabeti sağlayabilirsiniz, ne de tüketiciyi hakkıyla koruyabilirsiniz. O bakımdan ben bu konuyu önemsiyorum.

Bu vesileyle de bu sempozyumun gerçekleştirilmesinde katkı sağlayan değerli Başkanımıza ve siz değerli misafirlerimize teşekkürü bir borç biliyorum.

Müsaadenizle bir hususu daha paylaşayım. Demin değerli konuşmacıların sürelerinden biraz kıırtık; aslında biraz kendime pay çıkarayım diye yapmışım.

Sabahki konu, pazarlama sektörü, üretim sektörü bana biraz yabancı. Bende şöyle bir algı oluştu: Daha önceleri hep üretici firmaların, satıcı firmaların, tedarikçi firmaların güçlü olduğunu düşünürdüm, ama baktım ki, durum tersine dönmeye başlamış, perakendeci firmalar çok daha güçlü bir hâle gelmeye başlamışlar ve pek çok yerde, alanda, -eğer yanlış anladıysam lütfen düzeltin- tedarikçi firmalara birtakım şartları, bizim genel işlem şartları dediğimiz sözleşmeleri dayatabiliyorlar. Şundan dolayı biraz ürkütüm ve rahatsız oldum: Büyüme rakamları açıklandığı zaman baktım, Türkiye'nin büyümesinde perakende sektörü önemli bir yer işgal ediyor; ama bu da güzel bir şey.

Yine sabahki izlenimim; perakende sektöründe yabancı firmaların çokluğu beni biraz ürküttü. Benim anladığım gibi, yabancı firmalar eğer bu sektörde en önemli aktör hâline geldiyse ve büyümenin içerisinde bunların payları çok daha büyükse, açıkçası bu beni birazcık tedirgin etti. Bu noktada da, belki üzerinde düşünülmesi ve çare üretilmesi gereken bir meseleyle karşı karşıyayız diye düşünüyorum.

Lafı çok uzatmadan şimdi konunun üstatlarına söz vermek istiyorum.

İlk konuşmacımız Rekabet Kurumu Mesleki Koordinatörü Sayın Yüksel Kaya, “2011 Yılında Rekabet Hukuku Ve İktisadındaki Küresel Gelişmeler” konulu tebliğini sunacak; buyurun.

**Yüksel KAYA**

*Rekabet Kurumu*



Öncelikle, sempozyumun düzenlenmesinde emeği geçen herkese teşekkür etmek istiyorum.

Rijkaard'a, Türk futbolcularıyla ilgili ne düşündüğünü sormuşlar, kendisi de, "Türk futbolcularında her şeyden biraz var, hiçbir şeyden tam yok" demiş; benim sunumum da bu minvalde gerçekleşecek.

## Sunum Planı

- **Mevzuat/Düzenlemeler**
- **Uygulama**
  - Rekabeti sınırlayıcı anlaşmalar/Karteller
  - Tek taraflı davranışlar
  - Birleşme Devralmalar
- **Sektör/ihlal özelinde gelişmeler**
- **Veriler**

Öncelikle sunumumda mevzuatla ilgili gelişmelerden bahsedeceğim, daha sonra temel rekabet ihlalleriyle ilgili birtakım örnek olaylardan bahsedeceğim. Sektörler özelindeki çalışmalardan bahsettikten sonra verilerle sunumumu bitirmeyi düşünüyorum.

## Mevzuat/Düzenlemeler AB

- Yatay İşbirliği Anlaşmalarına dair Kılavuz
- Tazminat davalarında zararın hesaplanması ile ilgili taslak kılavuz metnine dair görüş alma süreci
- Komisyon tarafından uygulanan usullerde reform
  - Para cezalarının hesaplanması (SO)
  - Hearing officer yetkilerinde artış
    - Avukat-müvekkil yazışmalarının gizliliği
  - İktisadi delillerle ilgili en iyi uygulamalar

Öncelikle, Avrupa Komisyonunun 2010 yılında yatay işbirliği anlaşmalarına ilişkin mevzuatı güncellediğini görüyoruz. Araştırma-geliştirme ve uzmanlaşma anlaşmalarına ilişkin tüzükler 2010 yılı sonunda Resmi Gazetede yayımlandı, ancak konuyla ilgili kılavuzun yayımlanması 2011 yılını buldu. Bu kılavuzun eski kılavuzdan temel farklarına baktığımızda, Kılavuza bilgi değişimi anlaşmalarıyla ilgili ayrı bir kısım eklendiğini, aynı zamanda, standardizasyon anlaşmalarına ilişkin olarak, ilgili kısmın önemli ölçüde revize edildiğini görüyoruz.

İkinci olarak, Komisyon, tazminat davalarında zararın hesaplanması konusunda gerek davayı açacak kişilere, gerekse de mahkemelere yardımcı olmak amacıyla, zararın hesaplanması ile ilgili yöntem ve tekniklere dair bir kılavuz metni yayımladı ve bununla ilgili olarak görüş alma sürecine gitti.

Üçüncü önemli bir unsur olarak, Komisyon tarafından uygulanan usul kurallarının reforma tabi tutulduğunu görüyoruz. Özellikle reformun ana unsurlarından bahsedecek olursam, Komisyonun para cezalarını hesaplarken hangi parametreleri dikkate aldığı konusunda çok şeffaf olmadığına yönelik eleştiriler vardı. Komisyon da bu eleştirileri dikkate alarak, bundan sonra, soruşturma bildirimini diyebileceğimiz “Statement of Objections” adlı metni gönderirken, para cezalarının hesaplanmasında temel parametreler olan ihlalden etkilenen satışların değeri ve bu değerın hesaplanmasında dikkate alınan süreyle ilgili de tarafları bilgilendirmesi söz konusu olacak. Yine, taraf haklarının etkin bir şekilde kullanılması bağlamında görevlendirilmiş olan, “Hearing Officer” denilen kişinin yetkilerinde artış görüyoruz. Örneğin bu kişi bundan sonra, belirli dokümanların avukat-müvekkil yazışmalarının gizliliği ilkesinden yararlanması gerektiği konusunda taraflarla Komisyon yetkilileri arasında herhangi bir anlaşmazlık çıktığında, ilgili dokümanları inceleyerek bir görüş verebilecek. Yine daha önceleri, soruşturma bildiriminin yapılması sonrasında “Hearing Officer”in devreye girdiğini görüyorduk, ancak bundan sonra, inceleme süreçlerinin tamamında bu kişinin görev alacağını söyleyebiliriz.

Reformun son bir unsuru da, Komisyonun yayımlamış olduğu “İktisadi Delillerle İlgili En İyi Uygulama” başlıklı metin. Bu metinde de Komisyon, taraflar tarafından sunulacak iktisadi ve ekonometrik çalışmaların kabul edilebilmesi için ne tür unsurlara sahip olması, ne tür nitelikleri haiz olması gerektiğiyle ilgili olarak ilgilileri bilgilendiriyor.



## Mevzuat/Düzenlemeler

- **Yunanistan**
  - Mali yardım koşullarını düzenleyen, IMF, Avrupa Komisyonu ve Avrupa Merkez Bankası Yunanistan arasında mutabakat
    - Rekabet kanununda değişiklik yapıldı – şahıslar hakkında soruşturma yapılabilmesi, yöneticilere ayrıca para cezası verilebilmesi (200 bin – 2 Milyon Euro arasında), hapis cezasının maksimum 2 yıla çıkarılması
- **İrlanda**
  - Mali yardım karşılığında Avrupa Komisyonu ve IMF'e verilen taahhütler
    - Rekabet kanununda değişiklik yapıldı (rekabet ihlallerine verilebilecek hapis cezasının 5 yıldan 10 yıla çıkarılması, yöneticilikten men, kartellere verilebilecek adli para cezalarının maksimum 4 milyondan 5 milyon Euro'ya çıkarılması)
- **Portekiz**
  - AB, Avrupa Merkez Bankası ve IMF ile yapılan, Portekiz'e mali yardım yapılması için şartları düzenleyen mutabakat zabtındaki öneriler
    - Rekabet kanununun gözden geçirilmesi, rekabet hukukunda uzmanlaşmış mahkeme kurulması, rekabet kurumu için sürekli ve yeterli finansman temini ihtiyacı

Genelde, iktisadi kriz dönemlerinde rekabet kurallarının daha geri plana alınması, daha esnek uygulanmasına yönelik çağrılır yapılır; ancak bu defa, iktisadi krizden muzdarip ülkelere verilecek mali yardımların, özellikle rekabet kurallarında birtakım iyileştirmeler yapılması koşullarına bağlandığını görüyoruz.

Bu doğrultuda, Yunanistan ve İrlanda rekabet kanunlarında 2011 yılında, Portekiz'de de, bildiğim kadarıyla 2012 yılı Mayıs ayında değişiklikler yapıldı ve rekabet kurallarının iyileştirilmesi söz konusu oldu.

## Mevzuat/Düzenlemeler

- **Almanya**
  - Rekabet kanununda değişiklik tasarısı (SIEC testi, hakim durum karinesi için %40 pazar payı)
- **Meksika**
  - Rekabet kanununda yapılan değişiklik ile yatay fiyat tespiti, miktar kısıtlaması, pazar paylaşımı, ihalelere danışıklı teklifler için 3-10 yıl arasında hapis cezası, günlük asgari ücretin 3000 katı para cezası verilebilecek
- **Brezilya**
  - 3 farklı kurumdan ikisi birleştirilecek diğerinin yetkilerinin birleştirilen kuruma verilmesi - super CADE (Council for Economic Defence)
  - Birleşme/devralma eşiklerinin değiştirilmesi
  - Para cezalarının toplam ciroya değil ilgili pazar cirosuna göre hesaplanması
- **Kanada**
  - Birleşme Kılavuzu yenilendi
    - Pazar tanımına yapılan vurgunun, ABD Yatay Birleşme Kılavuzuna paralel olarak, kaldırılması
- **ABD**
  - DOJ'nın 2004 tarihli Birleşme Çözümlerine (remedies) dair Kılavuz güncellendi.
  - FTC ve DOJ Yoğunlaşmalara ilişkin Bildirim Formunda değişiklik yaptı.
- **Kore**
  - Birleşme Çözümlerine (remedies) dair Kılavuz yayımlandı.
  - Birleşmelerin Değerlendirilmesi Kılavuzu değiştirildi.

5



Almanya'da, rekabet kanununda birtakım değişiklikler yapılması düşünülüyor; bununla ilgili bir tasarı söz konusu. Almanya'da, birleşme ve devralmaların değerlendirilmesinde rekabetin önemli ölçüde engellenmesi testine geçilmesi hedefleniyor. Aynı zamanda mevcut kanunda, 3'te 1'lik pazar payının esas alındığı hâkim durum karinesi için pazar payı unsurunun yüzde 40'a çekildiğini görüyoruz.

Meksika'da, rekabet kanununda yapılan değişikliklerle, karteller için 3 ila 10 yıl arasında hapis cezası verilmesi, aynı zamanda, kişilere günlük asgari ücretin 3000 katı kadar para cezası verilmesi söz konusu olacak.

Brezilya'da, üç farklı kurumun rekabet kurallarının uygulanmasıyla yetkili olduğunu görüyoruz. Bu bir avukat tarafından kâbus olarak nitelenmişti. Yapılan değişikliklerle, üç kurumun ikisinin birleştirildiğini, diğerinin yetkilerinin de birleştirilen kuruma verildiğini görüyoruz. Oluşan yeni yapı "Süper CADE" olarak adlandırılıyor. Aynı zamanda birleşme ve devralma eşiklerinin değiştirildiğini görüyoruz. Bundan sonra, para cezalarının toplam ciroya göre değil, ilgili pazar cirosuna göre hesaplanması söz konusu olacak.

Kanada’da, ABD’de, Kore’de birleşme ve devralmalarla ilgili kılavuzlarda birtakım değişiklikler yapıldığını görüyoruz.

Kanada’da, örneğin pazar tanımına yapılan vurgunun 2010 tarihli ABD Yatay Birleşme kılavuzuna paralel olarak kaldırıldığını görüyoruz.

## Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşmalar

- Pişmanlık başvurusu üzerine ortaya çıkarılan öngerilmeli çelik fiyat ve pazar paylaşımı karteli
  - 17 üretici, 1984 Ocak – 2002 Eylül arasında delillendirilmiş 550’den fazla toplantı, toplam 269.8 milyon Euro para cezası
- Henkel ile birlikte deterjan pazarında kartel kuran Procter & Gamble ve Unilever’e toplam 315.2 milyon Euro para cezası
  - Henkel’in pişmanlık başvurusu (bağışıklık sağlandı), P&G ve Unilever’in pişmanlık başvuruları (%50 ve %25 indirim) ve uzlaşma talepleri (%10 indirim) – 3. uzlaşma
- Katot ışını tüpleri karteli – 128 milyon Euro – 4. uzlaşma
- Soğutucu kompresörleri karteli 161 milyon Euro – 5. uzlaşma
  
- Fransa’da deterjan üreticilerine 367.9 milyon Euro para cezası verildi. Unilever’in pişmanlık başvurusu ile ortaya çıkarılan kartelde bu şirkete bağışıklık sağlandı.

Şimdi, AB ve Fransa’dan seçtiğim bazı kartel kararlarından bahsetmek istiyorum. Öncelikle, burada yer verdiğim bütün kartel dosyalarının ortak noktası, hepsinde pişmanlık başvurularının söz konusu olması ve ilk başvurana para cezalarından bağışıklık tanınmış olması.

Örneğin öngerilmeli çelik karteli 18 yıllık bir kartel. Taraflar arasında delillendirilmiş 550’den fazla toplantı yapılmış. İlgili taraflara verilen toplam para cezası 270 milyon avro civarında.

Bu dosyalara baktığınızda, uzlaşma başvurularında artış göze çarpıyor.

Uzlaşmaların şöyle bir avantajı var: Komisyon incelemelerini çok daha kısa zamanda bitiriyor, buna karşılık, uzlaşma talep eden taraflara da, para cezasından yüzde 10’luk ilave bir indirim söz konusu.

Bu tablo aslında, kartellerin ortaya çıkarılabilmesi için pişmanlık programlarının gelmiş olduğu noktayı göstermesi açısından oldukça önemli.

Pişmanlık programları, herkes tarafından kabul edildiği üzere kartellerin ortaya konabilmesi için oldukça önem arz eden unsurlar haline gelmiş durumda.

## Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşmalar Yargı Kararları

- **Pişmanlık müessesesi**
  - ABAD kararı (Pfleiderer AG v Bundeskartellamt)
  - Genel Mahkeme kararı (CDC v European Commission)
- **Adil yargılanma**
  - ABAD kararı
    - Genel Mahkemenin yargısal denetimi ve **AB Temel Haklar Şartının etkin yargısal koruma** ilkesi (47. madde - Right to an effective remedy and to a fair trial)
  - AİHM – *Menarini* kararı
    - Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesi 6. madde – adil yargılanma hakkı (right to a fair trial)



7

Dolayısıyla, rekabet kurumları, pişmanlık programlarını korumak için birtakım reflexler geliştiriyorlar. Örneğin siz kartelden zarar gördünüz, rekabet kurumu kartelle ilgili bir karar aldı ve tazminat davası açmak istiyorsunuz, o zaman, rekabet otoritesine başvurarak ilgili dosyaya erişim istiyorsunuz. Rekabet otoriteleri de genelde pişmanlık başvurularına erişimi reddediyorlar, çünkü “pişmanlık başvurularına erişim sağlarsak pişmanlık başvurularında azalma söz konusu olacak”, böyle bir kaygıları var. Dolayısıyla, genelde pişmanlık başvurularına erişimi reddediyorlar. Şimdi bununla ilgili olarak alınmış iki yargı kararından bahsetmek istiyorum.

Alman Rekabet Kurumu bir karteğe ilişkin karar alıyor, zarar görenler de tazminat davası açmak için dosyaya erişim talep ediyorlar. Alman Rekabet Kurumu dosyaya sınırlı bir erişim sağlıyor, yani pişmanlık başvurusuna erişimi reddediyor. Bunun üzerine Alman mahkemesinde dava açılıyor. Alman mahkemesi de Avrupa Birliği Adalet Divanına, pişmanlık başvurularına erişim konusunda AB hukukunun yorumuyla ilgili bir soru soruyor. Avrupa Birliği Adalet Divanı vermiş olduğu görüşte, pişmanlık başvurularına erişim sağlanmasına ilişkin olarak, AB nezdinde ortak kurallar olmadığını, dolayısıyla ilgili mahkemenin olay bazında iki hususu dikkate alarak karar vermesi

gerektiğini söylüyor: Bunlardan birisi pişmanlık programının korunması, diğeri de, tazminat davası açmak isteyen kişilere bu olanağın tanınması. Bu iki menfaat arasında bir denge sağlanması yoluyla karar verilmesi gerektiği gibi, insanı deli eden bir karar veriyor aslında. Nitekim, Almunia'nın yapmış olduğu açıklamalara baktığınızda, Avrupa Birliği Adalet Divanının almış olduğu kararın, pişmanlık başvurusuna erişim sağlanıp sağlanmaması, sağlanacaksa hangi çerçevede sağlanmasına ilişkin mevcut belirsizliği gidermediğini ve Komisyonun, pişmanlık programlarını korumak için elinden geleni yapacağını ve böyle bir dengeyi bulacağına da şüphesinin olmadığını söylüyor.

İkinci bir karar, yine Komisyonun almış olduğu bir kartel kararı sonrasında zarar görenler tazminat davası açmak istiyorlar ve bunun için de, kartel dosyasındaki pişmanlık başvurusunun dizinine erişim talep ediyorlar. Erişim talebi konusunda şöyle bir nüans var: erişim istenen pişmanlık başvurusunun içeriği değil, yani içindeki dokümanlar değil, içindekiler kısmı. Komisyon yine, pişmanlık programlarını koruma saikiyle erişim talebini reddediyor ve olay genel mahkemeye yansıyor. Genel Mahkeme almış olduğu kararda, Komisyonun kararını iptal ediyor ve dolayısıyla, pişmanlık başvurusunun dizinine erişim sağlanması gerektiğini belirtiyor. Burada benim gördüğüm önemli hususlardan bir tanesi şu: Genel Mahkeme, pişmanlık programlarının, kartellerin ortaya konabilmesi için önemli bir unsur olduğunu, ancak tek unsur olmadığını, tazminat davalarının da rekabet kurallarına uyumun sağlanması için önemli bir katkı yapabileceğini söylüyor.

Şimdi de, Avrupa Birliği'nde gerek Komisyonun, gerekse de ulusal rekabet otoritelerinin vermiş olduğu kararlar sonrasındaki yargısal denetimin temel haklar çerçevesinde ele alınmasına ilişkin iki mahkeme kararından bahsetmek istiyorum. Komisyonun almış olduğu bir karar sonrasında, taraflar bu karara karşı Genel Mahkemeye gidiyorlar. Genel Mahkeme Komisyonun kararını önemli ölçüde onaylıyor. Taraflar Avrupa Birliği Adalet Divanına gidiyorlar ve argümanlarından bir tanesi de, Genel Mahkemenin yargısal denetiminin, AB Temel Haklar şartının etkin yargısal koruma ilkesine aykırı olduğu.

Adalet Divanı almış olduğu kararda, genel mahkemenin yargısal denetiminin, dosyadaki bütün bilgi, belge ve delilleri inceleyerek, hukuka uygunluk denetimi olduğunu, bu denetim sonrasında da kararın iptal edilebileceği gibi, para cezalarında değişiklik de yapılabildiğini söylüyor. Dolayısıyla, bu çerçevede yapılan bir yargısal denetimin AB Temel Haklar şartının etkin yargısal koruma ilkesine uygun olduğunu söylüyor.

İkinci olay, Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi kararına konu olmuş bir olay. İtalyan Rekabet Kurumu, fiyat tespiti ve pazar paylaşımıyla ilgili olarak bir

şirkete 6 milyon Euro'luk bir ceza veriyor, şirket de bu kararın iptali için mahkemeye gidiyor. İtalyan mahkemesinin yetkisi, kararın hukukiliğiyle sınırlı, yani dosyadaki bilgi ve belgeleri inceleyerek, kararın mevzuata uygun olarak alınıp alınmadığını denetliyor. Mahkemenin, Rekabet Kurumunun kararının yerini alacak karar tesis etme yetkisi yok. Dolayısıyla şikâyetçi, iç hukuk yollarını tükettikten sonra Avrupa İnsan Hakları Mahkemesine giderek, mahkemenin yetkisinin bu şekilde sınırlandırılmış olmasının Avrupa İnsan Hakları Sözleşmesinin 6'ncı maddesine aykırı olduğunu ileri sürüyor. Avrupa İnsan Hakları Mahkemesi de almış olduğu kararda, mahkemenin, Rekabet Kurumunun kararının hukukiliğiyle ilgili olarak yapmış olduğu denetimin 6'ncı maddeye uygun olduğunu, mahkemenin yetkisinin, karar tesis etmeyi içermemesinin bu maddeye herhangi bir şekilde aykırılık oluşturmadığını belirtiyor.

## Tek Taraflı Davranışlar

- **Polonya telekom operatörünün** hakim durumunu kötüye kullanması – 127 milyon Euro
- **IBM**
  - Yedek parça ve teknik bilgileri bağımsız bakım firmalarına makul ve ayırıcı olmayan hükümlerle gecikmeksizin sağlama taahhütleri
- Meksika Rekabet Otoritesince **America Movil'in yavru şirketi Telcel'e** 1 Milyar doların üzerinde para cezası
  - Çağrı sonlandırma ücretleri konusundaki hakim durumunu kötüye kullanması.
    - 2012 yılında verilen taahhütler sonrasında ceza iptal edildi.
- **United Regional**
  - DOJ'nin 1999'dan bu yana ilk defa Sherman Yasasının 2. maddesi kapsamında dava açması
  - Yatan/ayakta tedavi gören hastalara verilen hizmetlerdeki hakim durumu sürdürmek için sigorta şirketlerini, rakiplerle anlaşma yapmaları durumunda, yüksek fiyatlar ödemek zorunda bırakması

8



Şimdi tek taraflı davranışlarla ilgili birkaç karardan bahsetmek istiyorum. Avrupa Komisyonu, Polonya telekom operatörünün hâkim durumunu kötüye kullandığı gerekçesiyle bu şirkete 127 milyon Euro'luk bir para cezası verdi. Bu olayda Polonya telekom operatörü, geniş bant internet erişim hizmeti sunmak isteyen teşebbüslerin kendi altyapısına ve geniş bant ürünlerine erişimini engelliyor ya da zorlaştırıyor.

İkinci olayda, IBM, ana bilgisayarlar konusunda bağımsız bakım hizmeti sunan firmalara yedek parça verme konusunda birtakım makul olmayan koşullar

getiriyor. Bununla ilgili olarak Komisyon inceleme başlattıktan sonra, IBM, bu tür yedek parça ve ilgili teknik bilgileri makul koşullarla sağlama taahhüdü veriyor ve bu taahhüt de Komisyon tarafından bağlayıcı hâle getiriliyor.

Meksika Rekabet Otoritesinin, Amerika Movil'in yavru şirketi Telcel'e, çağrı sonlandırma ücretleri konusundaki hâkim durumunu kötüye kullandığı gerekçesiyle 1 milyar doların üzerinde bir para cezası verdiğini görüyoruz. Bu arada, Telcel pazarın yüzde 70'ine hakim. Bu karardan sonra, Telcel'in uyguladığı ücretlerde indirim gitme gibi taahhütleri sonrasında, 2012 yılında dosya yeniden incelenerek ceza iptal ediliyor. Bu cezanın iptal edildiği görüşmeye, yapmış olduğu açıklamalarla oyunun rengini belli ettiği gerekçesiyle Rekabet Kurumu Başkanı katılmıyor.

Amerikan Adalet Bakanlığı 1999'dan bu yana ilk kez, Sherman Yasasının tekelleşmeyi yasaklayan 2'nci maddesi kapsamında United Regional'a karşı bir dava açtı. Bu olayda, United Regional, hâkim durumda olan bir hastane ve sigorta şirketlerine, eğer rakip hastanelerle anlaşma yapıyorlarsa, oldukça yüksek ücretler uyguluyor. Dolayısıyla, sigorta şirketleri de, United Regional şirketi ile rakipleri dışlayıcı kontratlar imzalamak durumunda kalıyorlar. United Regional'ın bu tür uygulamalar yapmamayı kabul etmesi ile bu dava uzlaşmayla sonuçlanıyor.

## **Birleşme/Devralmalar**

- New York Stock Exchange Euronext/Deutsche Borse birleşmesi (9 Milyar \$)
- NASDAQ OMX Group Inc. ve IntercontinentalExchange Inc./NYSE Euronext devralması (11.3 milyar \$)
- VeriFone/Hypercom devralması
- AT&T – T-Mobile (Deutsche Telekom) – (39 milyar \$)
- Olympic Air/Aegean Airlines

Şimdi de birkaç önemli birleşme ve devralma işleminden bahsetmek istiyorum.

Mali piyasalarda iki büyük işlem söz konusu: Bunlardan birisi, New York ve Alman borsalarının birleşmesiyle ilgili. Bu, 9 milyar dolar büyüklüğünde bir işlem. Adalet Bakanlığı işlemin gerçekleştirilebilmesi için bazı koşullar getirmişti; örneğin Deutsche Borse'ye, New York Borsasının rakibi ve 4'üncü büyük borsa olan "Direct Edge'deki yüzde 31,5 oranındaki hissesini satma koşulu getirmişti. Avrupa Komisyonu ise 2012 yılında bu işlemi yasakladı ve sonrasında da taraflar işlemden vazgeçtiler. Avrupa Komisyonunun temel kaygısı, bu iki teşebbüsün global finansal türev pazarının yüzde 90'ından fazlasına hâkim olmalarıydı.

İkinci olayda, NASDAQ ve Intercontinental Exchange'nin New York Borsasını devralma girişimi söz konusuydu. Bu da 11 milyar dolarlık bir işlem. Bu işlem de, Adalet Bakanlığının tarafları, işlemi engellemek için dava açacağı konusunda bilgilendirmesi sonrasında tarafların işlemden vazgeçtiği bir dosya.

Verifon/Hypercom devralması, POS terminal üreticileri arasında bir devralma işlemi. Adalet Bakanlığı, bu işlemi engellemek için dava açıyor. Hypercom'un ABD faaliyetleri, "Ingenico" adlı bir Fransız şirketine devredilmek isteniyor. Adalet Bakanlığı, üç şirketin pazar payı yüzde 90'dan fazla olacağı gerekçesiyle bu işlemin engellenmesi için de dava açıyor. En son, Hypercom'un ABD faaliyetlerinin, Adalet Bakanlığı tarafından uygun görülen başka bir teşebbüse devri sonrasında tarafların her iki işlemi de sonlandırabilmesi mümkün oluyor.

Önemli bir başka birleşme ve devralma işlemi, mobil kablosuz iletişim hizmetleri alanında faaliyet gösteren teşebbüsler arasında. Bu alanda, Amerika Birleşik Devletleri'nde ulusal pazarda 4 şirket faaliyet gösteriyor; taraflardan AT&T 2'nci, T-Mobile ise 4'üncü büyük teşebbüs. T-Mobile'nin şöyle bir özelliği var: Oldukça yenilikçi ürünler, hizmetler sunan bir şirket; aynı zamanda agresif bir fiyat politikası izliyor. Bölgesel operatörler var ama, bunların ulusal çapta faaliyet gösteren şirketler karşısında rekabetçi baskı oluşturmaları çok söz konusu değil. Bu olayda Adalet Bakanlığı işlemi engellemek için dava açıyor ve taraflar sonunda işlemden vazgeçiyorlar. Bu, 39 milyar dolarlık bir işlem. Bu işlemden vazgeçilmesi sonrasında AT&T'nin, T-Mobile'nin sahibi olan Deutsche Telekom'a 4 milyar dolarlık bir ödeme yapmak zorunda kaldığını söyleyeyim.

Olympic Air/Aegean Airlines adlı iki havayolu şirketinin birleşmesine dair işlem, Avrupa Komisyonunun 2007 yılında Rynair'in Aer Lingus'u satın almasını yasaklamasından sonra yasakladığı ilk işlem. Bu hava yolu şirketleri



Yunanistan’da pazarın yüzde 90’ından fazlasına hâkim durumdadır, birtakım hatlarda ise tekel olma durumları söz konusu. Taraflar işleme izin verilebilmesi için bazı taahhütler veriyorlar, ancak bunlar Komisyon tarafından kabul edilmiyor ve işlem yasaklanıyor.

## Birleşme/Devralmalar

### • Samsung/Seagate ve Hitachi/Western Digital

- Seagate’in Samsung’un sabit disk sürücüsü faaliyetlerini devralması (Bildirim 19 Nisan 2011)
- Western Digital’in Hitachi’nin sabit disk sürücüsü (SDS) ve katı hal sürücü (solid state drive) faaliyetlerini devralması (Bildirim 20 Nisan 2011)
- Başvuru tarihinin önceliği kuralı ile S/S, H/WD başvurusu öncesindeki pazar koşulları dikkate alınarak incelendi.
  - H/WD’nin usule itiraz ederek GM’de dava açılması
  - S/S’e koşulsuz izin
  - H/WD’ye taahhüt üzerine koşullu izin

10

Samsung/Seagate, yanlış hatırlamıyorsam, GCR tarafından, yılın birleşme olayı seçilmiş bir olay. Burada iki farklı işlem söz konusu: “Seagate” Samsung’un sabit disk sürücüsü faaliyetlerini devralıyor; Western Digital da, Hitachi’nin söz konusu faaliyetlerini devralıyor. Birinci işlem Komisyona 19 Nisan’da, ikinci işlem 20 Nisan’da bildiriliyor. Olayın özelliği, Komisyon’un, başvuru tarihinin önceliği kuralını dikkate alarak, Samsung/Seagate işlemini, ikinci başvuru öncesindeki pazar koşullarını dikkate alarak incelemesi. Bununla ilgili olarak da, Western Digital, başvuru tarihinin önceliği kuralının ne AB hukukunda, ne birleşme-devralmaların incelenmesi sisteminde yeri olduğu, hukukun genel ilkelerine aykırı olduğu iddiasıyla dava açıyor. Komisyon yaptığı incelemede, ilk işleme koşulsuz izin verirken ikinci işleme, taahhüt üzerine koşullu izin veriyor. Taahhütler, üretimin yapılabilmesi için gerekli fikri mülkiyet hakları dahil üretim varlıklarının devri ve devir gerçekleşene kadar bu işlemin tamamlanamamasıyla ilgili taahhütler.

## Sektör/ihlal özelinde gelişmeler

- **İngiltere**
  - Bağımsız Bankacılık Komisyonu - Kuruluş Haziran 2010
  - Amaç: Mali istikrar ve rekabeti artırmak için yapısal olmayan reform önerilerinin değerlendirilmesi
  - Nihai Rapordaki öneriler (Eylül 2011)
    - Yeni girişlerin gereksiz yere engellenmemesi
    - Perakende bankacılık ürünleri ile ilgili şeffaflık
    - Pazar soruşturmasına gerek olmadığı
- **Almanya**
  - Perakende akaryakıt satışı ile ilgili sektör araştırması – Nihai rapor
    - Akaryakıt sektöründeki oligopol
    - Fiyat şeffaflığı
    - Fiyat tespitine dair delil olmaması
    - Petrol istasyonu alımlarının engellenmesi
- **Meksika**
  - Meksika Rekabet Kurumu, Meksika Sosyal Güvenlik Enstitüsü ve OECD arasında OECD'nin ihalelere danışıklı teklif verilmesi ile mücadeleyle ilişkin rehberini uygulamak için mutabakat zabtı imzalanması

11



Şimdi de, sektör ve ihlal özelinde birkaç gelişmeden bahsetmek istiyorum. İngiltere’de bankacılık sektörü ağırlıklı olarak dört teşebbüsün kontrolünde; kişisel vadesiz mevduat hesapları alanında dört bankanın toplam pazar payı yüzde 77 civarında. Yanlış hatırlamıyorsam, küçük ve orta ölçekli işletmelere ilişkin bankacılık hizmetleri alanında da bu 4 şirketin pazar payı yüzde 85 civarında.

İngiltere’de bağımsız bir Bankacılık Komisyonu tesis edilerek, bu sektörde mali istikrarı ve rekabeti arttırmak için ne tür yapısal reform önerilerinin söz konusu olabileceği konusunda görevlendiriliyor. Komisyonun başında, eski Adil Ticaret Ofisi Başkanı Sir John Vickers var. Ben bunu özellikle aldım; çünkü, Adil Ticaret Ofisine, yani İngiltere’deki rekabet kurumlarından bir tanesine, ilgili sektör regülatörleriyle birlikte çalışmayla ilgili birtakım öneriler getirildiğini görüyoruz. Örneğin mali istikrarın sağlanması için İngiltere’de bankalara birtakım sermaye ve likidite yeterlilik koşulları getirilmiş. Bankacılık Komisyonu tarafından hazırlanan raporda bu koşulların pazara girişleri gereksiz yere engellenmemesi için Adil Ticaret Ofisinin ilgili regülatörle birlikte bu standartları, bu düzenlemeleri gözden geçirmesi öneriliyor. Yine, raporda perakende bankacılık ürünleriyle ilgili olarak, özellikle

hizmetlerin maliyetleri konusundaki şeffaflığın iyileştirilmesi için Adil Ticaret Ofisinin kurulması öngörülen bir başka regülatörle birlikte çalışması öneriliyor.

Almanya'da Alman Rekabet Kurumunun perakende akaryakıt satışıyla ilgili bir sektör araştırması yaptığını görüyoruz. Akaryakıt sektörü, 5 teşebbüsün yüzde 65 pazar payına sahip olduğu bir sektör ve bir oligopol söz konusu. Fiyatlar oldukça şeffaf ve pazarda faaliyet gösteren bu teşebbüslerin, fiyatları düzenli olarak takip etmeye yönelik mekanizmalar geliştirdiğini görüyoruz. Pazardaki fiyatlar şeffaf, aynı ya da benzer seviyelerde fiyatlar söz konusu. Fiyat şeffaflığı ve pazarın bu yapısı da fiyatların yüksek seyretmesine neden oluyor. Ancak, bu teşebbüslerin fiyat tespit ettiklerine dair herhangi bir delil söz konusu değil. Dolayısıyla Alman Rekabet Kurumunun çok fazla alternatifi yok; bundan sonra petrol istasyonlarının devralınmasının engelleneceğine ilişkin açıklamalar var.

Meksika Rekabet Kurumu, Meksika Sosyal Güvenlik Enstitüsü ve OECD arasında, OECD'nin ihalelere danışıklı teklif verilmesiyle mücadeleye dair kılavuzunu uygulamak için bir mutabakata varıldığını görüyoruz.

Meksika Sosyal Güvenlik Enstitüsü, yıllık 2.5 milyar dolar civarında ilaç ve diğer mal ve hizmet alımı yapan bir kurum. Bu da, OECD'nin bir devletle bu boyutta bir alım programına ilişkin yapmış olduğu ilk mutabakat zaptı. OECD Genel Sekreterinin yaptığı açıklamaya baktığımızda, diğer OECD üyesi ülkelerin de OECD ile benzer anlaşmalar yapabileceklerine ilişkin görüşler olduğunu görüyoruz.

## Veriler

### AB

#### **Komisyunun inceleme başlattığı sektörler**

- Araba havalandırma sistemlerinde kullanılan gazlar, telekomünikasyon, ilaç, lüks saat yedek parçaları, ambalaj atığı yönetimi, elektrik, kredi borcu takas sözleşmeleri, havayolu ile yolcu taşımacılığı,

#### **Komisyunun yerinde inceleme yaptığı sektörler**

- Havayolu taşımacılığı, türev finansal ürünler, doğal gaz, otomotiv ve endüstriyel kullanıma yönelik yataklar, kamyon, e-kitap yayıncılığı, demiryolu taşımacılığı, denizyoluyla konteyner taşımacılığı, piston motorları, emniyet kemeri, hava yastığı ve direksiyon

#### **Komisyunun itiraz bildirimini (SO) gönderdiği sektörler**

- Denizaltı ve yer altı güç kabloları

#### **Para cezaları**

- Yaklaşık 1 milyar Euro
  - Soğutma kompresörleri, katot ısıtım tüpleri, muz, geniş bant internet hizmetleri ve altyapısı, su ve atık su (mührün kırılması), deterjan, öngerilmeli çelik

12



Son olarak bazı verilerden bahsetmek istiyorum. 2011 yılında Komisyon tarafından yayımlanan basın bildirimlerine bakarak bu verileri derledim.

Komisyunun gerek inceleme başlattığı, gerekse de yerinde inceleme yaptığı sektörlerle baktığımızda, bu tür incelemelerin oldukça farklı sektörlerde yapıldığını görüyoruz. Soruşturma bildirimini gönderilen sektör ise sadece denizaltı ve yeraltı güç kablolarıyla ilgili.

Daha önce kartellerle ilgili para cezalarından bahsettim. Yine basın bildirimleri üzerinden yaptığım incelemede gördüğüm kadarıyla AB’de rekabet ihlalleri nedeniyle yaklaşık 1 milyar Euro’luk bir para cezası verildiğini görüyoruz.

## Veriler

### ABD

- 2011 yılında DOJ tarafından açılan ceza davası sayısı 90 ile son 25 yıldaki en yüksek sayıya ulaştı
- İlgili sektörler gayri menkul, optik disk sürücüler, araç yedek parça, hava kargo taşımacılığı ve mali hizmetler
- Suçlanan şirket sayısı 27, kişi sayısı 82, mahkemeler 21 ayrı (toplam 10,544 gün) hapis cezasına hükmedildi.
- 520 milyon ABD Doları para cezası – 2010 yılındaki rakam ile yaklaşık aynı

### UZAK DOĞU

- 2011 yılında toplam para cezası miktarı 2010 yılının yaklaşık iki katı olan 1.5 milyar ABD Dolarını aştı.
- Ağırlıklı olarak karteller ve uyumlu eylemlere yönelik para cezaları uygulandı.
- Kore Adil Ticaret Komisyonu tarafından verilen cezalar yaklaşık 1.2 milyar ABD Doları
- En yüksek cezalar sermaye yoğun enerji, kimyasal maddeler, inşaat ve mali hizmetler sektörlerinde

13



Son olarak ABD ve Uzak Doğu'daki bazı verilerden bahsetmek istiyorum.

2011 yılında Adalet Bakanlığı tarafından açılan ceza davası sayısının son 25 yıldaki en yüksek sayıya ulaştığını görüyoruz. İlgili sektörler: gayrimenkul, optik disk sürücüler, araç yedek parça, hava kargo taşımacılığı ve mali hizmetler. 520 milyon ABD Doları civarında bir para cezası verildiğini görüyoruz. Bu da, 2010 yılındaki rakamla yaklaşık aynı.

Uzak Doğu'daki rekabet ihlalleri dolayısıyla verilen para cezalarına baktığımızda, 2010 yılındaki para cezalarından 2 kat daha yüksek, 1.5 milyar dolarlık bir para cezası verildiğini görüyoruz.

Uzakdoğu'da özellikle Japon ve Kore rekabet kurumlarının oldukça etkin faaliyet gösterdiğini görüyoruz. Kore Rekabet Kurumunun vermiş olduğu para cezası miktarının yaklaşık 1.2 milyar ABD Doları olduğunu görüyoruz. En yüksek cezalar da sermaye-yoğun sektörlerde söz konusu.

Benim anlatmak istediklerim bu kadar. İlginiz ve sabrınız için çok teşekkür ederim.

# 2011 YILINDA TÜRK REKABET HUKUKU VE İKTİSADINDAKİ GÜNCEL GELİŞMELER VE 2012'YE BAKIŞ

**Dr. Orçun SENYÜCEL**

*Rekabet Kurumu*

---

Anlatacağım konuları üç başlık altında ele almayı düşünüyorum: Birinci başlıkta, 2011 yılında mevzuatta ne gibi değişimler olduğuna, ikinci olarak, 2011'de çıkan önemli gördüğüm Kurul kararlarına ve yargının 2011'de yeni bazı yaklaşımları oldu, onunla ilgili şeylere değindikten sonra, 2011'deki değişimler çerçevesinde, 2012 yılında ne gibi gelişmelerin olabileceği hususuna değinmek istiyorum.

Mevzuat açısından baktığımızda, 2011, birleşme ve devralma yılı oldu diyebiliriz, çünkü, -en önemli gelişme- 2010/4 Sayılı tebliğ, 2010 yılında kabul edilip 2011 yılında yürürlüğe girdi ve birleşme ve devralmayla ilgili iki tane de kılavuz çıktı. Temel değişiklikler ne oldu? Burada 2011 yılını etkileyen değişiklikler söz konusu. En önemli değişiklik eşik sisteminde oldu, -zaten çok tartışmalı bir konuydu- ciro eşiğine geçildi; bildiğiniz gibi, daha önceki eşik sistemiz pazar payına dayanıyordu. "Etkilenen pazar" kriteri de eşığe kondu. Bu yüzden, yüzde yüz saf bir ciro eşiği diyemeyeceğim; gene pazara bakılmasını gerektiren bir eşik. Genel hatlarıyla ciro eşiğine geçildiği söylenebilir. Burada amaç, hukuki belirliliğin sağlanmasıydı.

Önemli gördüğüm diğer bir değişiklik: Ortak girişimlerin kriteri 3'ten 2'ye indirildi. Böylece, iş birliği doğurucu ortak girişimler de birleşme ve devralma olarak sayılmaya başladı. Bu, teşebbüsler açısından süre sorununu ortadan kaldıracak nitelikte bir değişimdi. Eskiden, iş birliği doğurucu ortak girişimler geldiği zaman, 5'inci madde çerçevesinde incelendiği için süre olarak uzama ihtimali ortaya çıkıyordu; şu an, bunun ortadan kalkması söz konusu.

Çeşitli kavramlar geldi. Bunlar, ciro eşiğine geçildiği için, ilgili teşebbüs, işlem tarafı. Etkilenen pazar 1997/1 Sayılı tebliğde de vardı, ancak tanımlanmamıştı.

İşlemin ne zaman gerçekleştiği önemliydi. Tebliğde, işlemin, kontrolün değiştiği tarihte gerçekleşeceği ifade edilmiş oldu.

Gene önemli gördüğüm bir değişiklik ise, yurt dışında pek çok rekabet otoritesinin uyguladığı, birleşme ve devralmaların web sitesinden duyurulması. Böylece, üçüncü tarafların birleşme ve devralmaya yönelik görüşlerini

bildirmelerinin önü açıldı. Kurumumuz web sitesinde, firmalar, başvurmuş olan birleşme ve devralmaları görerak, bununla ilgili görüşlerini belirtme imkânına sahip oldular.

Aslında çok önemli olmayan, ama Kurulun oldukça vaktini alan, Kurulun da artık önemsememeye başladığı yan sınırlamalar 2010/4 sayılı Tebliğ’le, Kurulun artık o kadar da önemli görmediğini ima edecek şekilde kaleme alındı. Kurulun verdiği iznin yan sınırlamaları kapsadığı, ancak bu kapsamı aşırp aşmadığını tarafların değerlendirmesi gerektiği belirtildi. Bu sayede Kurul artık, kararlarında, 3 yıllık rekabet yasağına izin verdim, yan sınırlama kabul ettim gibi bir değerlendirmeye girmeksizin, otomatik olarak işleme izin verme noktasına geldi. Yan sınırlamayı aşacak nitelikte bir kısıt getirildiyse, örneğin 20 yıllık bir rekabet yasağı, -tabii bu, değerlendirmeye bağı olan bir şey-, doğal olarak Kurulun 4’üncü madde kapsamında inceleme yetkisi olan bir durum olacak.

“Birlikte hâkim durum” kavramı Tebliğ’e konuldu. Bildiğiniz üzere “Ladik” kararında Danıştay’ın yaklaşımı, Kanun’da zikredilmeyen birlikte hâkim durum ifadesi şeklinde yer almıştı. Bu, durumu çözecek mi çözmeyecek mi onu zaman içerisinde göreceğiz. Danıştay’ın bu yaklaşımı nasıl yorumlanabilir; farklı görüşler de var. Benim kişisel görüşüm, birlikte hâkim durumu Danıştay, Kanun değişikliği olmadıkça kabul edecekmiş gibi gelmiyor. Şu anda Tebliğ’de birlikte hâkim durumun yasaklandığı ifadesi yer aldı.

İktisatçılar için önemli olabilecek diğere bir nokta, değerlendirme kriterleri açısından tüketici yararına olan etkinliklerin birleşme ve devralmalarda göz önüne alınacağıının Tebliğ’de belirtilmesi oldu.

Kurul son 5-6 yıldır, içeriği açısından nitelikli olan taahhütleri kabul etmeye başladı; daha önceden de kabul ettikleri vardı, ancak bunlar daha çok yüzeysel nitelikteydi. Bunlara Tebliğ’de yer verildi. Böylece bir altyapısı oluşturuldu. Ardından zaten bununla ilgili bir kılavuz da çıkartıldı.

Bildirim Formu’nda bayağı bir değişiklik yapıldı. 97/1’in Bildirim Formu çok kısaydı, burada daha fazla ve detaylı bilgi istenmeye başladı; bunun için de kısa ve uzun form ayrımı yapıldı. Çok önemli olmayan birleşme ve devralmalar için 6, 7, 8’inci maddeler doldurulmuyor, böylece form daha kısa bir nitelik kazanıyor.

Bildirim Formu’nun 10’uncu maddesinde önemli bir değişikliğe gidildi. Eskiden anlaşmaların nihai hâli isteniyordu, bu firmalar açısından çok büyük sıkıntıydı; şu an taslak hâlindeki anlaşmalarla da Kuruma başvurulmasının önü

açıldı. Kurul bunu fiiliyatta da uygulamaya başlamıştı, ancak altyapısı da bu şekilde düzenlenmiş oldu.

İki tane kılavuz çıktı: Bir tanesi, ciro eşiğine geçildiğinden, Tebliğ’de ilgili teşebbüs, ciro ve yan sınırlamayla ilgili yeni bir hüküm geldiği için, bunları açıklayan kılavuz (bu zaruri bir şeydi); diğeri de, taahhülle ilgili olarak Birleşme ve Devralma Tebliği’nde yer verilen ve altyapısı oluşturulan, bunun nasıl olması gerektiğini açıklayan kılavuz. Bu bağlamda, mevzuat açısından, 2011 yılının birleşme ve devralma ile ilgili geçtiğini görebiliriz.

Kurul kararları açısından ise, ifade belki biraz rahatsız edici olabilir- 2011 yılı cezanın ağırlıklı geçtiği bir yıl oldu. 2011’den önceki 4 yılın toplamına baktığımızda, Kuruldan 160 milyon TL civarında bir cezanın çıktığını görüyoruz; 2011 yılında ise 460 milyona yakın bir rakam çıkıyor, yani neredeyse 4 yılın toplamının 3 katı kadar bir ceza çıkmış durumda.

Aklınızda şöyle bir soru işareti olabilir: “Kurul bir yaklaşım değişikliğine mi gitti, artık çok ağır cezalar kesmeye mi karar verdi?” Kurul adına konuşma yetkim yok. Kişisel görüşüm olarak şunu söyleyebilirim: Bunun en önemli nedeni, üç büyük kararın yer almış olması, yani o firmaların cirolarının çok yüksek olması. Kurulun aslında çok yüksek ceza kestiğine, politika değişikliğine gittiğini düşünmüyorum. Ciroları çok yüksek üç firma kararı 2011’e denk geldiği için, -böyle bir denk gelme oldu- 2011’de toplam ceza miktarı çok yüksek çıktı. Bunlardan birisi “Otomotiv” kararıydı ve 23 teşebbüs hakkında soruşturma açılıp 19’una ceza istenmişti, Kurul da 15 tanesine ceza kesti. Tabii cirolar çok yüksek olunca rakamlar yüksek çıktı.

Şahin Bey de Kurul kararlarına değinecektim. Onun için kararı genel hatlarıyla hızlıca geçeceğim. Bu, makroekonomik verilerde kur veya ÖTV’yle ilgili bazı değişimler olduğu zaman, firmaların bir araya gelip fiyatla ilgili görüşmeler yapması. Özellikle medyaya da yansıyan şekliyle, ÖTV indiriminden sonra hepsinin fiyat arttırdığına yönelik bazı emarelerin oluşması sonrasında Kurul, bu toplantıları ve fiyat artışlarını inceleyerek 277 milyonluk çok yüksek bir ceza kesti.

İkinci önemli karar “Turkcell” kararıydı. Kurul, Turkcell’in hâkim durumda olduğuna karar verdi. Bununla ilgili değerlendirme kriterlerine girmeye gerek yok herhâlde, çünkü Kurulun çeşitli kararlarında da var. Burada iki tane iddia söz konusuydu: Bir tanesi, dağıtım kanalında Turkcell’in yeniden fiyat belirlediği, diğeri ise alt bayileri hukuki olarak değil de, fiili olarak münhasırlığa zorlaması ve hâkim durumunu bu yolla kötüye kullanması, rakiplerinin pazara girişini engellemesi şeklindeydi. Kurul, yeniden satış fiyatıyla ilgili olarak yeterli delil bulunmadığını söyledi ve bununla ilgili



herhangi bir ceza çıkmadı. Kararda, Turkcell'in alt bayi kanalının ve Mavi Nokta projesinin önemine değinilerek, burada yapılan dekorasyon ve benzeri uygulamalarla diğer rakiplerin pazara girmelerinin engellendiği sonucuna varıldı. Sözlü ve fiili baskılarla bu tip sonuçlara ulaşıldığı sonucuna ulaşılarak, hâkim durumunu kötüye kullanılmasından dolayı Turkcell'e 92 milyon liraya yakın bir ceza kesildi.

Son ve en çok popüler kararımız herhâlde Bankacılık kararı oldu. Maaş promosyonlarıyla ilgili olarak 2001 yılından itibaren başlayan bir centilmenlik anlaşması var. Daha sonraki yıllarda buna iki banka daha dahil oldu. Genel hatlarıyla içeriği; özel firmalara promosyon verilmemesini, protokolü devam eden kurum ve firmalara diğer bankalar tarafından teklif verilmemesini içeriyor. 2001'deki ilk anlaşmadan sonra biraz değişiklik yapılmış durumda; buna girmeye gerek görmüyorum.

Genel hatlarıyla, özellikle protokolü devam eden kurumlara diğer bankalar tarafından teklif verilmemesini, özel firmalara promosyon verilmemesini içeren bu centilmenlik anlaşması çerçevesinde 7 bankaya toplam 72 milyon liralık bir ceza verildi.

Bu karar şu yönden de önemli: Rekabet Kurumunun bankacılık sektöründe de var olduğunu gösterdiği bir karar olarak görüyorum.

Diğer önemli bir karar ise, "DMG-Doğan Holding" kararı. Burada, indirim sistemleri yoluyla pazarı kapatmadan bahsedilmiş durumda. Sadakat indirimiyle pazarın kapatılması ve hâkim durumun kötüye kullanılması kararı vardı.

İki tane gerekçesi çıkmayan önemli karar daha alındı: Bunlardan bir tanesi, "Güneş Express ve Condor" soruşturmasıydı. Gerekçesi çıkmadığı için şu noktada değerlendiremeyeceğim. Burada benim önemli gördüğüm nokta şu: Her iki taraf da pişmanlıktan başvuruda bulundu. Bizi ilgilendiren diğer bir nokta ise, Türkiye'de var olmayan Condor'la ilgili, -internet üzerinden satış yapıyor- soruşturma başlatılmasıydı. Diğer önemli karar da, "Türk Hava Yolları" kararıydı. Burada yıkıcı fiyat iddiası vardı. Tabii gerekçesi çıkmadığı için bu karar üzerinde konuşamayacağım. Daha sonra bakmak isteyenler olabilir diye sadece bilgi olarak sunmak istemişim.

Birleşme ve devralmalar açısından baktığımızda iki önemli karar var. Diageo'nun Mey İçki'yi devralması kararında, hâkim durum oluşması söz konusu olduğu için taahhüt çerçevesinde izin alındı.

Benim için en önemli karar, Mars Sinema ve AFM Sinema zincirlerinin birleşmesi kararı. Bu kararda, hâkim durum oluşacağından yola çıkılarak, bazı

pazarlarda bilet fiyatlarının artabileceği tahmin edildi. Taraflar, 10 tane sinemanın elden çıkarılması taahhüdüyle bu devralma işlemi için izin aldılar. Kurulun getirdiği başka şartlar da vardı. Ortalama bilet fiyatları değişikliklerini 5 yıl süreyle Rekabet Kurumuna bildirmesine karar verdi. Benim bu kararda önemli gördüğüm asıl nokta, ekonometrik bir analizle, -sadece, hâkim duruma geliyor, burada muhtemelen fiyat artacaktır şeklinde sözel bir yaklaşımla değil- fiyat artışlarının olabileceğinin tahmin edilmesi oldu. Bunu, 2012'ye bakış açısından da önemli görüyorum, çünkü Kurulumun geçmiş yıllarda yaptığı iktisadi analizler, fiyat korelasyonları, reel fiyatlara bakma şeklinde daha basit analizlerdi. Ancak burada doğrudan ekonometrik bir analize giriş var. Benzer şekilde, daha önce bir çimento kararında “Elzinga-Hogarty Testi” uygulanmıştı. Gene önemli bir nokta, fiyatların takibi. Kurul sadece izin verip kenara çekilmekle kalmadı, 5 yıl boyunca fiyatları isteyerek, verdiği kararın sektördeki etkisini de görmek istedi; bence bu da önemli bir nokta.

Muafiyet açısından baktığımızda benim önemli olarak yer vermek istediğim üç karar var, bunlardan iki tanesi zaten Kurulda aynı gün konuşuldu, diğeri yine 2011 yılına ait ama daha eski bir karar. Genel hatlarıyla kararlara baktığımızda, bankalarla sigorta şirketleri arasındaki anlaşmalar. Genel olarak özellikle banka ve sigorta şirketi aynı ekonomik bütünlük içerisindeyken, sigorta şirketine yeni bir ortağın girmesi sonucu sigorta şirketinin ortak girişime dönmesi ve böylece tarafların aralarında bir münhasırlık anlaşma yapmak istemesi sebebiyle gelmiş anlaşmalar. Eskiden aynı ekonomik bütünlükte, aynı grupta oldukları için ve teşebbüs oldukları için, anlaşma olmasa bile münhasıran anlaşmaları zaten rekabet hukuku kapsamı dışına çıkıyordu. Ortak girişim olunca, münhasır bir anlaşma yapılması Rekabet Kurumunun müdahale yetkisini doğurduğu için Kuruma başvuruda bulundular.

Gördüğünüz gibi, ilk karar Aksigortayla Akbank arasında yapılan bir anlaşma. Akbank'ın 15 yıllığına Aksigorta'nın münhasır acentesi olarak çalışması için anlaşma yapılmıştı ve Kurul buna izin verdi, muafiyet verdi. Tahmin ediyorum ki, sektörde bu karar duyulduktan sonra devamı geldi; DenizBank ve Deniz Emeklilik, AXA Sigorta-DenizBank arasındaki anlaşmalar da 15 yıllığına yapıldı ve Kurul bunlara da izin verdi.

Bu kararlardan sonra, “Kurul normalde 5 yıllık anlaşmalara sıcak bakarken burada 15 yıla izin verdi, Kurul politikasını değiştirdi mi” sorusu tabii ki gündeme gelecek bir soru. Birkaç nokta var: Bir tanesi, burada acentelik anlaşmaları vardı. Yeniden satış söz konusu değil. O yüzden, diğer anlaşmalardan ayrıldığını düşünüyorum. İkincisi, sektörün özelliklerinden dolayı ayrıldığını düşünüyorum. Banka-sigorta anlaşmaları vardı. Bu 15 yıl her sektör için geçerli diye düşünmüyorum. Üçüncüsü, işlemin niteliği açısından,

-tabii bunlar kişisel yorumlarım- bakıldığında, örneğin bir Akbank, Aksigorta, bunlar zaten grup içi. DenizBank-Deniz Emeklilik arasında süresiz münhasır çalışan durumlar vardı, çünkü aynı gruba aitti. Aynı grup içerisinde çıktıkları için, işlemin niteliğinin de, -sıfırdan olan bir işlem değil, özellikle ilk ikisi için, üçüncüsü için bu geçerli olmayabilir- önemli olduğunu düşünüyorum. Bu sebeple, buradaki 15 yılın, genele yayılabilecek bir şekilde yorumlanamayacağını düşünüyorum. Buradan şunu da çıkartabiliriz: Kurulun mutlak surette belli kalıpları, çok sıkı kuralları olduğunu düşünmemek lazım. Kurul, sektörün yapısına, özelliklerine, işlemin niteliğine göre değişik kararlar da alabiliyor.

Yargı kararlarında neler değişti diye bakarsak, en önemli noktalardan bir tanesi, Ceza Yönetmelik'iyle ilgili olan kararlardı. Ben burada birkaç tane Danıştay kararlarına yer verdim ama 2011 yılında daha fazla sayıda karar var. Ceza Yönetmelik'inin 5'inci maddesi ve geçici 1'inci maddesinin iptali için Danıştay'a gidilmişti. Burada önemli olan 5'inci madde, temel para cezası düzenlenen kısım. Burada minimum eşikler düzenleniyor. Bu şekilde düzenlenemeyeceğine yönelik çeşitli itirazlar geldi. "Peugeot-Citroen", "Diyaliz Cihaz ve Sarf Malzemeleri" kararlarıyla 13'üncü Daire bunu reddetti. Dediğim gibi, başka kararlar da var. Şu an için Ceza Yönetmelik'inin kabul edildiğini görüyoruz. Hatta bunun bir aşama ilerisine de geçildi. 2012 yılına ait bir karar olduğu için koymadım. "TEB" kararında 13'üncü Daire, Kurul karar verirken temel para cezasını belirlememiş, ağırlaştırıcı ve hafifletici unsurlara yer vermemiş olduğundan hareketle Kurul kararını bozdu. Artık tamamen Ceza Yönetmelik'inin uygulanması gerektiğinin vurgulandığı bir karar ama, 2012 yılına ait olduğu için burada yer vermedim.

Ceza Yönetmelik'iyle ilgili bayağı bir tartışma da var. Bunlara yargının son noktayı koymuş olacağını tahmin ediyorum. Tabii İDDK'nın bu konuda ne diyeceği de soru işareti. Ben bu şekilde çıkacağını umuyorum.

2011 yılında, gene önemli olduğuna inandığım bir yargı kararı var; o da Türk Eczacıları Birliğiyle (TEB) ilgili bir karar. Rekabet Kurumu, TEB'in 2010 yılında eczanelerin alım koşullarını piyasa dışında belirlemesine yönelik karar almasını 4'üncü madde kapsamında ihlal olarak kabul etti ve ceza verdi. 13'üncü Daire ise kısaca şöyle dedi: "TEB, kanun kapsamına dayanan bir mevzuat çerçevesinde karar alıyorsa, böyle olup olmadığına Rekabet Kurumunun karar verme yetkisi yok, bunun böyle olup olmadığı hususunun iptal davasında incelenmesi lazım, bu sebeple Rekabet Kurumunun karar verme yetkisi yok" dedi. Bu, bizim pek çok kararımıza yansımıştı. Kurul, bunu gerekçe göstererek bazı durumlarda soruşturma açmadı; benim bildiğim kararlar da var. Hatta raporlarda açık açık, "burada kanun bu yetkiyi vermiyor ama bizim bunu

değerlendirme yetkimiz yok, bu sebeple bir şey diyemeyiz” noktasına gelmişti. Ancak, İDDK’nın bir kararı bu noktada oldukça değişik bir noktaya geldi. İDDK, “teşebbüs birliği tarafından yasada açıkça verilmeyen bir yetki kullanılarak rekabet kısıtlanmış ise, Rekabet Kurumunun yetkisi vardır, cezalandırma yoluna gidebileceği kuşkusuzdur” şeklinde bir karar verdi. Bunun çok önemli bir karar olduğunu düşünüyorum. Tabii bunun çeşitli etkileri olacak. Çeşitli birliklerin aldığı çok sayıda fiyat tespit kararları var. Kurul yeniden elden mi geçirir ya da bundan sonra gelen kararlarda buna göre mi karar verir, bunu biraz süreç gösterecek. İDDK, şimdiye kadarki politikalar açısından önemli bir değişikliğe karar verdi.

Bizi ilgilendirecek diğer bir karar ise, 2012 Şubat’ında “DEKAŞ”la ilgili alınan bir karar. 13’üncü Daire DEKAŞ kararında şunu dedi: “Hiçbir kuşkuya yer verilmeyecek şekilde, önaraştırma sonucu ihlal olmadığı sonucuna ulaşıyorsanız soruşturma açmazsınız, ancak elinizdeki bilgi ve deliller bu sonuca ulaşmaya elverişli değil ya da yetersizse, bu durumda, soruşturma açılması hususunda duraksamaya yer yoktur.” Bu karar da çok önemli. Zira DEKAŞ kararında Danıştay şunu dedi: “Önaraştırmada yüzde yüz emin değilseniz buyurun soruşturma açın ve ondan sonra devam edin, orada kararınızı verin.”

2011’in sonuna doğru alınmış “3M” kararında da aslında beklenen bir netice çıktı. Kurumca, 3M’in 9/3 çerçevesinde görüş bildirmesine karar verilmişti, ki 9/3 olunca zaten, Kurul, ihlalin ne şekilde sonlandırılacağına yönelik karar veriyor. Burada doğal olarak zaten ihlalin olabilme ihtimalinden bahsediliyor. Danıştay, “9/3’le bunun sonlandırılmayacağı açık olduğundan, her türlü şüpheden uzak bir şekilde açıklığa kavuşturulması için soruşturma açılması gerekir” dedi. Aslında bu noktada, Danıştay’ın, DEKAŞ kararından itibaren verdiği yaklaşımı tutarlı bir şekilde devam ettirdiğini görüyoruz. Tabii bunun çok ciddi etkileri olacak. Bildiğiniz üzere Kurul kararlarının ilk incelemeye değil de önaraştırmayla yapılması gerektiği noktasındaki Danıştay kararlarından sonra çok fazla sayıda önaraştırma başladı. Bu noktada da, “şüphe olduğu noktada soruşturma açılması lazım, hiçbir şekilde şüphe yoksa ancak o zaman önaraştırma kapatılabilir” noktasına gelen bir Danıştay yaklaşımı da doğal olarak, zaman içerisinde soruşturma sayısının çok artmasını beraberinde getirecek.

Gene çok eski bir “BELKO” kararımız var. 13’üncü Daire, aşırı fiyatı hukuka uygun buldu; bunu 10’uncu Daire de uygun bulmuştu. Ancak, şekli unsurlardan dolayı İDDK’da bozulmuştu. Yeniden 13’üncü Daireye gittiği zaman, 13’üncü Daire bunun uygun olduğuna karar verdi. Başka bir kararda ise Danıştay, önaraştırma raporu ve benzeri belgelerin verilmesinin reddinin idare mahkemelerinde ele alınması gerektiğini belirtiyor.

Bu çerçevede 2012'ye baktığımız zaman bizi neler bekliyor? Dediğim gibi, 2011'de mevzuatta, özellikle birleşme ve devralmalar açısından çok ciddi ilerleme oldu. 2010/4'ün eşliğinin incelenmesi, birleşme devralmalarda kontrole yönelik inceleme, yatay, yatay olmayan birleşmeler, tek taraflı davranışlar, muafiyetin genel esasları, yatay iş birliği anlaşmaları; bunlara yönelik çalışmalar devam ediyor. Bunların bitiş tarihleri için şu an net bir şey söylemek güç, ancak bu çerçevede 2012 yılında gene mevzuat açısından önemli bir ilerlemenin olacağını tahmin ediyorum.

Bir diğer nokta; rekabet iktisadı açısından daha detaylı analizlerin Kurul kararlarında yer almaya başladığını görüyoruz. Biraz önce bahsettiğim sinema kararında olduğu gibi, ekonometri kullanılmaya başlandı. Basit korelasyon veya fiyat analizlerinden ya da girdi-çıkıtı analizlerinden ekonometriye kayış başladı. Bunun da iki temel sebebinin olduğunu düşünüyorum: Birincisi, Kurumdaki sanayi iktisatçısı doktora sahibi kişi sayısında artış, ikincisi ise, Kurulun doğrudan bu konudaki taleplerindeki artış olarak görüyorum. Artık Kurul da daha detaylı iktisadi analizleri istediğini net olarak belirttiği için Kurum içerisinde buna yönelik çalışmalarda da artış olduğunu görüyorum. 2012 yılında Kurulun daha çok sayısal nitelikli kararlar alacağını, daha iktisadi analiz-yoğun kararlar alacağını ve sübjektiften ziyade, daha objektif kararların çıkacağını söyleyebiliriz.

Tahminime göre, biraz önce bahsettiğim DEKAŞ ve 3M kararlarının 2012 ve daha sonraki yıllarda da çok önemli etkisi olacak, çünkü Danıştay'ın, "şüphe varsa kesin soruşturma açmalısın" şeklindeki genel yaklaşımı çerçevesinde çok fazla sayıda soruşturmaya doğru gitme ihtimali var.

2011 Yılında Türk Rekabet Hukuku  
ve İktisadındaki Güncel Gelişmeler  
ve 2012'ye Bakış

Dr. Orçun SENYÜCEL

## Plan

- Üç başlık altında ele alacağım  
Mevzuattaki değişimler  
Kurul kararları  
Yargı kararları
- 2012: Beklenen gelişmeler

## Mevzuattaki Gelişmeler

- 2011 yılı mevzuat açısından birleşme devralma yılı oldu
- En önemli gelişme: 2010/4'ün yürürlüğe girmesi
- Temel değişiklikler:
- Ciro eşiğine geçildi. Etkilenen pazar?
- Tam işlevsel tüm ortak girişimler (İşbirliği doğurucu OG)→ devralma (Teşebbüsler açısından süre sorunu)

## Mevzuattaki Gelişmeler

- Çeşitli kavramlar geldi: ilgili teşebbüs, işlem tarafı, etkilenen pazar
- Madde 10: Gerçekleştirilme tarihi → Kontrolün değiştiği tarih
- Madde 12: Birleşme ve devralmaların duyurulması
- Mevcut durumda B&D işlemleri Kurum sayfasından takip edilebilir

## Mevzuattaki Gelişmeler

- Madde 13 (5): Yan sınırlama: Kurulun verdiği izin yan sınırlamaları kapsar, bu kapsamı aşmış aşımadığını taraflar değerlendirmeli
- Madde 13(2): Birlikte hakim durum: “Tek başına ya da birlikte hakim durum” yaratan B&D yasağı

## Mevzuattaki Gelişmeler

- Etkinlik Tebliği’de yer aldı. 13(1): “Tüketici yararına olan etkinlikler”
- Madde 14: Taahhüt: Taraflar taahhüt verebilir. Taahhütler rekabetçi sorunları tamamen ortadan kaldırmalı
- Madde 5: Kontrolde kalıcı değişiklik meydana gelmesi.
- Bağlantılı işlemler (interrelated transactions) → Tek bildirim (Şartla bağlanan & menkul kıymetler)



## Mevzuattaki Gelişmeler

- Bildirim Formu:
- İstenen bilgiler daha fazla.
- Kısa-Uzun form ayrımı var
- Madde 11: Anlaşmanın mevcut veya nihai halinin kopyası → Prensip anlaşması vs. kabul edilecek.



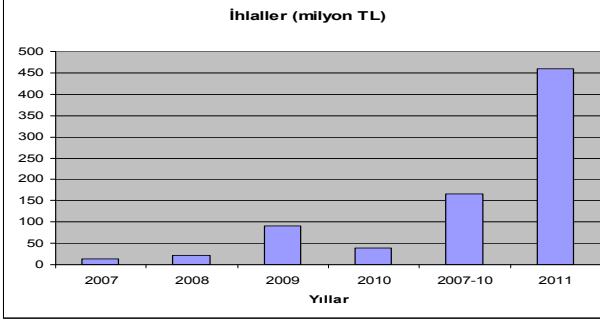
## Mevzuattaki Gelişmeler

- İki kılavuz:
- Birleşme ve Devralmalarda İlgili Teşebbüs, Ciro ve Yan Sınırlamalar Hakkında Kılavuz
- Birleşme/Devralma İşlemlerinde Rekabet Kurumunca Kabul Edilebilir Çözümlere İlişkin Kılavuz
- Her iki kılavuzun altyapısını 2010/4'ün oluşturduğu söylenebilir.



## Kurul Kararları

- 2011 yılı kurul kararları açısından bir yönüyle ceza yılı oldu



9

## Kurul Kararları

- En temel sebep üç kararda büyük ceza çıkması oldu.
- Otomotiv kararı (11-24/464-139)
- Teşebbüslerin tüm sektörü etkileyecek nitelikte bir ekonomik parametrede değişimin (kur değişimi ya da ÖTV indirimi gibi) olduğu dönemlerde fiyat politikalarına ilişkin görüşmeler yapmaları

10

## Kurul Kararları

- Fiyat politikalarına ilaveten ayrıca satış hedefi, stok ve satış stratejisine yönelik çok sayıda görüşme.
- 2006→dört teşebbüsle başlıyor (Euro'daki artışın fiyatlara yansıtılması gerektiği)
- 2008 ve 2009 yıllarında diğer oyuncuların çoğunluğu katılıyor. (ÖTV dahil)
- Görüşmelerin ardından fiyat artışlarının olması.
- 15 teşebbüse toplam 277,4 m. TL ceza verildi

11



## Kurul Kararları

- Turkcell kararı (11-34/742-230)
- Turkcell hakim durumda (abone sayısı ve geliri, kontör kart satış gelirleri, SIM kart satış adedi + yasal düzenleme ve yüksek yatırım→giriş engeli)
- İki iddia: Dağıtım kanalında yeniden satış fiyatını belirlediği
- Münhasırlık ilişkisi bulunmayan alt bayileri fiili münhasırlığa zorladığı→HD kötüye kullanılması

12



## Kurul Kararları

- Yeniden satış fiyatının belirlenmesi iddiasına ilişkin olarak Turkcell'in tavsiye edilen fiyatı bildirmenin ötesinde yeniden satış fiyatını belirlediğine ve tavsiye edilen fiyattan sapmaları cezalandırdığına ilişkin yeterli delil bulunamamıştır.
- Karar→alt bayi kanalının önemi
- Mavi nokta projesi (satış hacimleri fazla)

13



## Kurul Kararları

- Nihai satış noktalarındaki dekorasyon, tabela ve satışa yönelik tek tip uygulamalar ve alt bayi kanalına alternatif bir organizasyonun eklenmesine engel olunmasına yönelik uygulamalar vasıtasıyla hâkim durumun kötüye kullanıldığına karar veriliyor.
- Taahhütnamelerden bazı hükümlerin çıkarılması, sözlü ve fiili baskılarla nihai satış noktalarında rakip tabela asılmaması, mağaza dekorasyonunun tek operatörü yansıtması ve bazı rakip operatör ürün ve hizmetlerinin sağlanmaması gibi uygulamalara son verilmesine karar verildi.
- Toplam ~92 m. TL ceza verildi.

14



## Kurul Kararları

- Bankacılık kararı (11-13/243-78)
- 2001 yılından itibaren Akbank, Garanti Bankası, İş Bankası, Koçbank, Pamukbank, Yapı Kredi Bankası ile Vakıfbank'ın, 2004 yılından itibaren Finansbank'ın, 2005 yılından itibaren Denizbank'ın maaş ödeme anlaşmaları (protokol) düzenlerken özel firmalara promosyon verilmemesi, protokolü devam eden kurum/firmalara diğer bankalar tarafından teklif verilmemesi → "centilmenlik anlaşması"

15



## Kurul Kararları

- İlk dönem: İlgili kuruma diğer bankalar tarafından promosyon teklifi verilmemesi, özel şirketlere promosyon verilmemesi
- Sonra: Protokolü bitmiş ya da bitmek üzere olanlara teklif verilmesi.
- "Centilmenlik anlaşması" adı altında, özel firmalara promosyon verilmemesi, protokolü devam eden kurum/firmalara diğer bankalar tarafından teklif verilmemesi konularında anlaşma.
- 7 Bankaya toplam 72,3 m. TL ceza verildi.

16



## Kurul Kararları

- Doğan Holding kararı (11-18/341-10)
- Doğan Medya Grubu (DMG)→ günlük gazete reklam yeri pazarında hakim durumda (net satış, net satış geliri ve reklam gelirine göre pazar payları)
- İndirim sistemleri ve uygulamalar  
→pazarın büyük bir kısmını kapsamına alıyor.

17



## Kurul Kararları

- DMG→ reklamverenler açısından zorunlu bir ticari ortak niteliğinde olduğu→ indirimlerin sadakat artırıcı niteliğini şiddetlendirdiği→ dışlama potansiyelini artırıyor.
- DMG gazeteleri ile münhasır çalışan reklamverenler yüksek sayıda.
- DMG indirim sistemleri bir etkinlik kazanımı sunmuyor.
- DMG'nin ilgili pazarda hakim durumda bulunduğu, günlük gazete reklam yeri fiyatlarının oluşumunda uyguladığı indirim sistemleri ve medya planlama ve satın alma ajansları ile akdettiği mutabakat ve/veya sözleşmelerdeki prim uygulamaları yoluyla hakim durumunu kötüye kullandığına karar verildi.

18



## Kurul Kararları

- Güneş Express-Condor (11-54/1431-507):
- Her iki taraf da pişmanlık çerçevesinde Kuruma başvuru yaptı.
- THY kararı (11-65/1692-599): Yıkıcı fiyat
- Gerekçesi çıkmadı

19



## Kurul Kararları

- Diageo Plc'nin Mey İçki'yi Devralması (11-45/1043-356)
- Diageo'nun cin pazarında hâkim durumda olan Mey İçki'yi devralarak pazardaki hâkim durumu güçlendireceğine, likör pazarında ise hâkim duruma geçeceğini → işleme izin verilemeyeceği
- Cin ve likörde bazı varlıkların elden çıkarılması taahhüdü → izin verildi.

20



## Kurul Kararları

- Mars Sinema ve AFM Sinema Zincirlerinin Birleşmesi (11-57/1473-539)
- Yoğunlaşma gerçekleşen illerde belirlenen mikro pazarlar için yapılan ekonometrik hesaplamalar sonucunda Ankara ve İstanbul'da bazı pazarlarda bilet fiyatlarının artabileceği tahmin edilmiştir.
- 10 sinemanın elden çıkarılması taahhüdüyle izin verilmiştir.
- İşlem tarafı teşebbüslerin ortalama bilet fiyatlarını ve ortalama bilet fiyatlarında meydana gelen değişiklikleri lokasyon bazında 5 yıl süreyle yıllık olarak Rekabet Kurumuna bildirmesine karar verildi.

21

## Kurul Kararları

- En önemli nokta: Ekonometrik analizle fiyat artışının olabileceğinin tahmin edilmesi.
- Diğer bir nokta ise: fiyatların takibi.
- 2012'ye bakış açısından da önemli.

22



## Kurul Kararları

- Aksigorta-Akbank Hayat Dışı Sigorta için muafiyet (11-28/582-183)
- Denizbank ile Deniz Emeklilik arasındaki münhasır acentelik sözleşmesi (11-47/1166-412)
- Axa Sigorta ile Denizbank/Deniz Finansal Kiralama acentelik sözleşmesi (11-47/1165-411)

23



## Kurul Kararları

- Banka – sigorta münhasırlık anlaşmaları
- Akbank'ın ve Denizbank'ın 15 yıl boyunca rakip sigorta şirketlerinin acenteliğini yapmasını engelleyen sözleşmelere muafiyet verildi.
- Süre önemli: 5 yıl normalde kabul edilirken, sektörün ve işlemin yapısı sonucu 15 yıl kabul edildi.

24



## Yargı Kararları

- Ceza Yönetmeliğinin 5. (Temel Para Cezası) ve geçici 1. maddesinin (Devam Eden Soruşturmalar) iptali→ red [13. Daire Peugeot kararı (E:2011/2535),Citroen kararı (E:2011/2499) ile Diyaliz Cihazı ve sarf Malzemeleri kararı (E: 2011/2223)]

25



## Yargı Kararları

- İDDK Türk Eczacıları Birliği kararı (YD itiraz No: 2011/225):
- RK (2010): TEB'in eczanelerin alım koşullarını piyasa dışında belirlemesine yönelik karar ve uygulamaları→ihlal
- 13. Daire: Birliklerin kararlarının görev alanlarını belirleyen Kanun kapsamında değerlendirilmesi gerekli →iptal davasında incelenmeli, RK'nın karar verme yetkisi yok.
- İDDK: Bir teşebbüs birliği, kuruluş yasasında ve ona bağlı olarak çıkarılmış mevzuatta kendisine açıkça verilmeyen bir yetkiyi kullanarak rekabeti sınırlayıcı bir karar almış ise, böyle bir durumda, söz konusu kararın rekabeti sınırlayıcı olan herhangi bir teşebbüs birliği kararından farkı olmayacaktır.
- Rekabet Kurulu'nun soruşturma açıp rekabeti cezalandırma yoluna gidebileceği kuşkusuzdur.

26



## Yargı Kararları

- DEKAŞ kararı (E: 2010/4155, K: 2011/492):
- Önaraştırma sonucunda rekabet kurallarını ihlal eden karar ve anlaşmaların söz konusu olmadığı **hiç bir kuşku**ya yer bırakmayacak şekilde ortaya çıkması halinde Kurulca soruşturma açılmamasına karar verileceği, ancak önaraştırma sonucu elde edilen bilgi ve delillerin **bu sonuca ulaşmaya elverişli olmaması veya yetersizliği** halinde ise soruşturma açılmasına karar verilmesi gerektiği konusunda duraksamaya yer yoktur.

27



## Yargı Kararları

- 3 M kararı (E: 2008/3117, K: 2011/5424):
- 3M Sanayi ve Ticaret A.Ş'nin ihlal oluşturabilecek eylemlerinin tespit edilmesi karşısında 4054 sayılı Kanun'un 9/3. maddesi uyarınca görüş bildirilmesi suretiyle sürecin sonlandırılmayacağı açık olduğundan ... her türlü şüpheden uzak bir şekilde açıklığa kavuşturulması için soruşturma açılması gerekir ...

28



## Yargı Kararları

- Aşırı fiyat hukuka uygun [13. Daire Belko kararı (E: 2009/6978, K: 2011/4589)]
- Öneraştırma raporu vb belgelerin verilmesinin reddinin idare mahkemelerinde ele alınması [13. Daire, çimento kararında (E: 2011/2826)]

29

## 2012'ye Bakış

- Mevzuat açısından ilerleme
  - 2010/4 eşik/kontrol İncelemesi
  - Yatay/yatay Olmayan Birleşmeler (rehber)
  - Tek Taraflı Davranışlar (rehber)
  - Muafiyetin Genel Esasları (rehber)
  - Yatay İşbirliği Anlaşmaları (rehber)
- Rekabet İktisadı daha detaylı analizler içermeye başladı: ekonometri kullanılmaya başladı. Önceki yıllar → korelasyon, reel fiyatlar, girdi/çıktı analizi vb basit analizler

30

## 2012'ye Bakış

- Sadece hukukçuların değil, iktisatçıların da müdahil olduğu → daha sayısal içerikli kararlar
- Dekaş, 3M → daha fazla soruşturma!

# TÜRK HUKUKUNDA BİRLEŞMELERİN DENETLENMESİNE İLİŞKİN GELİŞMELERİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Yrd. Doç. Dr. Aytekin ÇELİK\*

## Ş1. GENEL OLARAK

Ekonomik hayattaki gelişmeler işletmelerin büyümesini zorunlu kılmaktadır. Zira işletmelerin faaliyette buldukları alanda rekabete karşı koyabilmeleri için güçlü olmaları gerekir. Bu sebeple küçük işletmeler yerlerini hızlı bir şekilde büyük işletmelere bırakmaya başlamışlardır. Ekonomik gelişmeler ve bunun sonucunda ortaya çıkan işletmelerin büyüme eğilimleri, ekonomik (merkezi) yoğunlaşmalara hız kazandırmıştır. İşletmeler başlangıçta büyümek için kendi bünyelerindeki araçlardan yararlanmışlardır. Ancak zamanla ne kadar çaba harcanırsa harcanırsa işletmelerin kendi bünyeleri içerisindeki gelişmenin belirli bir noktada tıkanacağı ve işletmeler üzerinde yapısal bir takım değişikliklere ihtiyaç duyulacağı anlaşılmıştır. Bu durum büyümek isteyen işletmeleri kendi bünyeleri dışında bir takım çözümler aramaya yöneltmiştir.

İşletmelerin kendi bünyeleri dışındaki gelişiminin günümüzde daha çok işletmelerin bir araya gelerek yeni yapılandırmalar oluşturmalarıyla gerçekleştiği görülmektedir. İşletmelerin bir araya gelerek yeni bir yapı oluşturmaları ya birleşme suretiyle ya da bir işletmenin diğerinin paylarını onu kontrol edebilecek bir düzeyde ele geçirmesiyle söz konusu olabilir. Ancak her iki yöntemin gerçekleştirilme şartları ve sonuçları birbirinden oldukça farklıdır. Özellikle; birleşmenin her iki işletme (özellikle şirketler) açısından ayrıntılı ve zahmetli bir prosedürü gerektirmesi, bu işlemin gerçekleşmeme ihtimali, birleşmenin vergi hukuku açısından önemli sorunlar doğurabilmesi ve birleşme sonucunda işletmelerden (şirketlerden) birinin veya birkaçının hukukî varlığının sona ermesinden dolayı müşteri çevresi, ticarî itibar, organizasyon vb. hususların kaybedilmesi tehlikesi, işletmelerin (şirketlerin) büyümesi konusunda genellikle birleşme yöntemine daha az başvurulması sonucunu doğurmuştur. Bu nedenle büyümek isteyen işletmeler (şirketler) çoğu zaman bir başka işletmeyle (şirketle) birleşmek yerine o işletmenin (şirketin) paylarını ele geçirerek onu kontrol etme yolunu seçmişlerdir.

Her iki yöntem arasındaki en önemli farklılık başka bir şirketin paylarının kontrolünün ele geçirilmesinde şirketlerin hukukî bağımsızlıklarını

---

\* KTO Karatay Üniversitesi Hukuk Fakültesi Ticaret Hukuku Anabilim Dalı Öğretim Üyesi

korumaları buna karşılık birleşmede birleşen şirket(ler)in hukukî bağımsızlıklarını kaybetmeleridir.

Şirket birleşmeleri genellikle ekonomik sebeplerle yapılır. Bu ekonomik sebeplerin en önemlisi, şirketlerin piyasadaki rekabet gücünün artırılmasıdır. Zira bir şirketin diğer şirket veya şirketlerle birleşmesi sonucunda bu şirketlerin piyasadaki durumu kuvvetlenir. Birleşme sonucunda birleşen şirketler arasındaki rekabet ortamı kalkar. Dolayısıyla birleşme sonucunda bir taraftan birleşen şirketler, piyasadaki diğer şirketler karşısında rekabet etme güçlerini artırmakta diğer taraftan birleşen şirketler arasındaki rekabet ortamı ortadan kalkmaktadır. Bunun dışında birleşme halen bir şirketi elinde bulunduran kişiler tarafından gerçekleştirildiğinden her zaman rekabette bir azalmaya sebep olur. Bu nedenle şirket birleşmeleri hem şirketler hukukunu hem de rekabet hukukunu yakından ilgilendirir.

Teşebbüslerin birleşmesi sonucunda piyasada bir tekelleşme söz konusu olabileceği gibi hakim bir durum veya mevcut hakim durumun güçlendirilmesi de ortaya çıkabilir. Her üç halde de piyasadaki rekabet ortamı olumsuz yönde etkilenir. Bu sebeple kural olarak teşebbüslerin birleşmesi serbest olmakla birlikte bazı şartların varlığı halinde (tekelleşme, hakim durum veya hakim durumun güçlenmesi) birleşmeler yasaklanmaktadır.

Şirket birleşmeleri, rekabet ortamı açısından düşünüldüğünde bir takım olumsuz sonuçları da beraberinde getirir. Ancak iktisadi açıdan düşünüldüğünde birleşme, birleşen şirketler açısından pek çok yarar sağlamaktadır. Bu nedenle her türlü birleşmenin yasaklanması veya kontrol altına alınması gibi bir yaklaşım söz konusu değildir. Zira, işletmelerin büyümesi ve rekabet ortamında güçlü bir konuma gelebilmeleri için birleşme müessesesi oldukça önemlidir.

Rekabet ortamı açısından hiçbir işletmenin birleşme veya devralma yoluyla piyasada hakim duruma gelmesi veya tekel oluşturması arzu edilmemektedir. Bu nedenle Rekabet Kanunu ile birleşme ve devirler yoluyla bir işletmenin hakim duruma gelmesi veya hakim durumunu güçlendirmesi yasaklanmıştır.

## **Ş2. BİRLEŞMELERİN HUKUKİ AÇIDAN ÖNEMİ**

Bir teşebbüsün bir başka teşebbüsle birleşmesi hem ticaret hukuku açısından hem de rekabet hukuku açısından önemli sonuçlar doğurur. Ancak rekabet hukuku anlamında birleşme, ticaret hukuku anlamındaki birleşmeden daha geniştir. Ticaret hukuku, birleşme müessesesinin hukuki yönüyle rekabet hukuku ise ekonomik yönüyle ilgilidir. Rekabet hukuku anlamında birleşme, ticaret hukuku anlamında birleşmeyi içine aldığı gibi bir teşebbüs üzerinde hakimiyet kuran veya o teşebbüsün karar almasını etkileyen bütün malvarlığı,

pay ve hak devirlerini de kapsar. Yani rekabet hukuku anlamında birleşmenin mutlaka Türk Ticaret Kanunu'nda düzenlenen yollarla gerçekleştirilmesine gerek yoktur. Rekabet hukuku, hukuki birleşmelerin yanında fiili birleşmelerle de ilgilenmektedir. Bu sebeple ortada hukuki bir birleşme olmamasına rağmen teşebbüsler arasındaki ilişki ekonomik bir birimin doğmasına sebep oluyorsa rekabet hukuku anlamında bir birleşmeden söz edilebilir.

Rekabet Kurulu'nun denetiminden geçen birleşme ve devralmalara bakıldığında devralma işlemlerinin birleşme işlemlerinden oldukça fazla olduğu görülmektedir. Örneğin 2011 yılında birleşme, devralma ve ortak girişimler konusunda alınan kararların sayısı 239'dur. Bu kararlardan 168'i devralmalara, 68'i ortak girişimlere ve 3'ü birleşmelere ilişkindir. Bu sonucun ortaya çıkmasında 6762 sayılı (Eski) Türk Ticaret Kanunu'nun şirket birleşmelerini sınırlandıran düzenlemelerin etkisi oldukça büyüktür. Zira 6762 sayılı Türk Ticaret Kanunu'na göre birleşmek isteyen şirketlerin aynı neviden olması gerekmektedir (ETK m. 147). Buna göre her şirket sadece kendi neviden şirketlerle birleşebilir. Bu açıdan kolektif ile komandit şirketler ile anonim ve sermayesi paylara bölünmüş komandit şirketler aynı neviden kabul edilmektedir (ETK m. 147). 6102 sayılı (Yeni) Türk Ticaret Kanunu'nda ise birleşmek isteyen şirketlerin aynı neviden olmaları şartı aranmamıştır. Buna göre sermaye şirketleri (anonim, limited, paylı komandit şirketler) sermaye şirketleriyle ve kooperatiflerle hatta devralan şirket olmaları şartıyla şahıs şirketleriyle (kollektif ve adi komandit şirketlerle) birleşebilirler. Aynı şekilde şahıs şirketleri de şahıs şirketleriyle ve devralınan şirket olmaları kaydıyla sermaye şirketleriyle ve kooperatiflerle birleşebilirler. Bunun dışında TTK m. 155 vd'da bazı şartların gerçekleşmesi halinde sermaye şirketlerinin kolaylaştırılmış şekilde birleşmelerine ilişkin düzenlemelere yer verilmiştir. Bu düzenlemeler sonucunda büyümek isteyen işletmelerin şirket birleşmelerine daha fazla yönecekleri beklenmektedir. Bu durum da Rekabet Kurulu'nun önüne gelen birleşme işlemlerinin sayısını oldukça artıracaktır.

### **§3. DENETİME KONU OLAN BİRLEŞMELER**

Ekonomik gücün merkezileşmesinde birleşmelerin (ve devralmaların) rolü oldukça büyüktür. Birleşmelerin olumlu etkilerinin yanı sıra olumsuz etkileri de vardır. Olumsuz etkilerin en önemlisi serbest piyasada rekabet düzeni üzerinde görülür. Rekabet düzeni üzerindeki olumsuz etki kendisini rekabetin azalması şeklinde gösterir. Özellikle yatay birleşmelerde ve oligopol piyasalardaki birleşmelerde rekabet olumsuz yönde etkilenir. Bu olumsuz etkilerden dolayı birleşmelerin denetlenmesi zorunluluğu doğmuştur.

Birleşmelerin Rekabet Kurulu tarafından denetlenmesine ilişkin yasal dayanak RKHK m. 7'de yer almaktadır. RKHK m. 7'e göre "Bir ya da birden



fazla teşebbüsün hakim durum yaratmaya veya hakim durumlarını daha da güçlendirmeye yönelik olarak, ülkenin bütünü yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak şekilde birleşmeleri ..... hukuka aykırı ve yasaktır.” Bu düzenlemeyle teşebbüsler arası tüm birleşmeler değil sadece rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak birleşmeler yasaklanmaktadır.

RKHK m.7’ye göre bir birleşmenin hukuka aykırı olarak kabul edilebilmesi için;

- Hakim durum yaratmaya veya hakim durumu daha da güçlendirmeye yönelik olması ve
- Ülkenin bütünü yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğurması gerekir.

RKHK m. 7 kapsamında bir birleşmeden söz edilebilmesi için, hem birleşmenin hâkim durum yaratmaya veya hâkim durumu güçlendirmeye yönelik olması hem de, bu birleşmenin, rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğurması gerekmektedir. Ancak her iki şartın birlikte aranması birleşmelerin denetimini oldukça zorlaştırmaktadır. Bu nedenle 2008 yılında TBMM’ye sevk edilen RKHK Tasarısı’nda, rekabetin önemli ölçüde azaltılması kriteri ön plana çıkartılmıştır. Hakim durum yaratma ve hakim durumun güçlendirilmesi ise rekabetin önemli ölçüde sınırlandırılmasına yönelik birtakım örnek faaliyetler olarak düzenlenmiştir. Bir başka ifadeyle Tasarı’ya göre bir birleşme hakim durum yaratmasa veya hakim durumu güçlendirmese bile rekabeti önemli ölçüde sınırlandırması şartıyla hukuka aykırı olarak kabul edilmektedir.

Hangi tür birleşme ve devralmaların hukuki geçerlilik kazanabilmesi için Kurula bildirilerek izin alınması gerektiğini Kurul, çıkaracağı tebliğlerle ilan etmektedir. Rekabet Kurulu’nun bu konudaki ilk düzenlemesi 12.07.1997 tarihinde Resmi Gazete’de yayınlanan 1997/1 numaralı tebliğdir. Bu tebliğ 1998/2, 1998/6, 2000/2 ve 2006/2 sayılı tebliğlerle değiştirilmiştir. 1.1.2011 tarihinden itibaren 2010/4 sayılı tebliğ yürürlüğe girmiştir. Bu tebliğle 1997/1 sayılı tebliğ yürürlükten kaldırılmıştır. 2010/4 sayılı Tebliğ’e göre iki veya daha fazla teşebbüsün kontrolde kalıcı değişiklik meydana getirecek şekilde birleşmeleri RKHK m. 7 kapsamında birleşme işlemi olarak kabul edilmiştir.

Rekabet Kurulu RKHK m. 4 vd’da düzenlenen “Yasaklanan Faaliyetleri” ya işlem gerçekleşmeden önce (ex ante) ya da işlem gerçekleşikten sonra (ex post) denetlemektedir. Örneğin “Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararların” denetimi *ex post* olarak gerçekleştirilmektedir. Buna karşılık birleşme ve devralmalar mahiyetleri itibarıyla *ex ante*

denetlenmesi gereken işlemler arasında yer almaktadır. Zira yoğunlaşmaların gerçekleşmesi halinde çoğu zaman ortaya çıkan sonuçların geriye döndürülmesi mümkün olamamaktadır.

Rekabet hukuku açısından birleşmeler, yatay, dikey ve aykırı birleşmeler olmak üzere üçe ayrılır. Her üç birleşmenin piyasadaki etkileri farklı olduğundan rekabet hukuku açısından her üç birleşmede de farklı şekilde hareket etmek gerekmektedir.

### **I- Yatay Birleşmeler**

Yatay birleşme, aynı mal veya hizmet piyasasında bir mal veya hizmetin elde edilmesi sürecinin aynı aşamasında yer alan yani birbirine rakip olan işletmelerin birleşmesidir. Yatay birleşme rakip sayısını azalttığından pazar payını her zaman etkiler. Ancak pazar payının etkilenmesi her zaman rekabet ortamını bozucu bir etki yaratmaz.

### **II- Dikey Birleşmeler**

Dikey birleşmeler, yatay birleşmelerin aksine aynı mal veya hizmet piyasasında bulunan ancak piyasadaki üretim sürecinin farklı aşamalarında yer alan işletmelerin birleşmesini ifade etmektedir. Dikey birleşmelerde birbirine rakip olmayan işletmelerin birleşmesi söz konusu olmaktadır. Bu nedenle dikey birleşmelerin pazar payını doğrudan etkileyen bir özelliği yoktur. Hatta dikey birleşmelerin çoğu kez rekabet üzerinde olumlu etkilerinin olduğu da savunulmaktadır. Ancak dikey birleşmeler, pazarın yeni girişlere kapatılması sonucunu doğurabilir.

### **III- Aykırı Birleşmeler**

Aykırı birleşmeler, ne aynı piyasada ne de bir mal ve hizmetin üretiminin aynı aşamasında bulunan işletmeler arasındaki birleşmeleri ifade eder. Aykırı birleşmelerde de dikey birleşmelerde olduğu gibi birleşen işletmeler birbiriyle rakip değildir. Aykırı birleşmelerin, birleşen işletmelerin pazardaki payını artıran bir etkisi yoktur. Bu nedenle aykırı birleşmeler, rekabet üzerindeki olumsuz etkisi en az olan birleşmelerdir. Ancak aykırı birleşme sonucunda pazardaki mevcut hakim durum nedeniyle diğer pazardaki rekabet olumsuz yönde etkilenebilir.

## **§4. BİRLEŞME SAYILMAYAN HALLER**

Teşebbüsler arasındaki her türlü birleşme rekabet hukukunun kapsamına girmez. Yani bazı birleşmeler rekabet hukuku anlamında birleşme sayılmazlar. Hangi birleşmelerin rekabet hukuku anlamında birleşme sayılmayacağı Tebliğin 6. maddesinde düzenlenmiştir.

## **I- Kontrol Değişikliğine Yol Açmayan Grup İçi İşlemlerle Diğer İşlemler**

Kontrol değişikliğine yol açmayan grup içi işlemler ve diğer işlemler rekabet hukuku açısından birleşme olarak değerlendirilmemektedir. 1997/1 sayılı tebliğde yer almayan bu durum 2010/4 sayılı tebliğde düzenlenmiştir (Tebliğ m. 6/1/a)

## **II- Menkul Kıymetlerin Ticaret Amacıyla Elde Bulundurulması**

Teşebbüslerin satın aldıkları menkul kıymetleri, ticaret amacıyla geçici olarak elde bulundurmaları birleşme olarak değerlendirilmemektedir. Menkul kıymetlerin ticaretinden anlaşılması gereken bunların tekrar satılması amacıyla satın alınmasıdır. Bu nedenle menkul kıymetleri elinde bulunduran teşebbüslerin olağan faaliyetlerinin bunları ellerinde bulundurmaya gerektirmesi durumunda bir birleşmeden (ve devralmadan) söz edilemez. Ancak bu menkul kıymetlerin elde bulundurulmasının birleşme olarak değerlendirilmemesi için bu menkul kıymetlerden doğan oy haklarının menkul kıymetleri çıkaran teşebbüsün rekabet politikalarını etkileyecek şekilde kullanılmaması gerekir (Tebliğ m. 6/1/b).

## **III- Mali Açından Zor Durumda Olan veya Özelleştirilecek Teşebbüslerin Devralınması**

Teşebbüsün tasfiye, infisah, ödeme güçlüğü, ödemelerin tatil edilmesi, konkordato, özelleştirme yapılması amacıyla veya benzeri bir nedenle ve Kanun gereği bir kamu kurum ve kuruluşu tarafından elde edilmesi hali de birleşme olarak değerlendirilmez (Tebliğ m. 6/1/c). Tebliğde sayılan hususlar tahdidi değildir. Bu durum “benzeri bir nedenle” ifadesiyle belirtilmiştir.

## **IV- Birleşme Sayılan Hallerin Miras Yoluyla Gerçekleşmesi**

Birleşme sayılmayan diğer hususlar sadece tebliğde düzenlenmelerine rağmen birleşme sayılan hallerin miras yoluyla gerçekleşmesi durumu aynı zamanda RKHK m. 7’de de düzenlenmiştir. RKHK m. 7’de birleşme sayılan hallerin miras yoluyla gerçekleşmesi halinde ortaya çıkan durumun yasaklanmadığı düzenlenmiştir. Miras yoluyla gerçekleşen birleşmelerin yasaklanmama sebebinin burada bir hakim durum yaratma veya hakim durumu güçlendirme iradesinin olmaması olduğu söylenebilir. Zira miras yoluyla bir teşebbüsün kontrolü kanundan kaynaklanan bir nedenle bir başkasına geçmektedir.

## **§5. İZNE TABİ BİRLEŞMELER**

Bazı birleşmelerin geçerli olabilmesi için Kurul’dan izin alınması gerekir. Hangi birleşmeler için izin alınacağı Kurul tarafından çıkartılacak

tebliğlerle belirlenir (RKHK m. 7/II). Kurul konuya ilişkin olarak en son 2010/4 Sayılı “Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ”ini çıkarmıştır.

Birleşmelerin izne tabi olması için Tebliğin 7. maddesindeki şartların gerçekleşmesi gerekir.

Tebliğ m. 7’ye göre;

- a) İşlem taraflarının Türkiye ciroları toplamının yüz milyon TL’yi ve işlem taraflarından en az ikisinin Türkiye cirolarının ayrı ayrı otuz milyon TL’yi veya
- b) İşlem taraflarından birinin dünya cirosunun beş yüz milyon TL’yi ve diğer işlem taraflarından en az birinin Türkiye cirosunun beş milyon TL’yi, aşması halinde söz konusu işlemin hukuki geçerlilik kazanabilmesi için Kuruldan izin alınması zorunludur.

Yürürlükten kaldırılan 1997/1 sayılı tebliğde ise birleşmelerin izne tabi tutulmaları için teşebbüslerin,

- a) ülkenin tamamında veya bir bölümünde ilgili ürün piyasasında, toplam pazar paylarının, piyasanın % 25’ini aşması halinde veya
- b) bu oranı aşmasa bile toplam cirolarının yirmibeş trilyon Türk Lirası’nı aşması halinde Rekabet Kurulu’ndan izin almaları zorunludur.

1997/1 sayılı tebliğde “pazar payı” ve “ciro”dan oluşan çifte eşik sistemi benimsenmiştir. Buna karşılık 2010/4 sayılı tebliğde izne tabi birleşmeler belirlenirken sadece “ciro eşiği” dikkate alınmıştır.

Bu tebliğde belirtilen eşikler aşılsa dahi, herhangi bir etkilenen pazarın bulunmadığı işlemler için Kuruldan izin alınması gerekmemektedir. Bankacılık Kanunundaki özel düzenlemeden dolayı, bankaların birleşmesi Rekabet Kurulu’nun denetimi dışında bırakılmıştır. Bu bankaların toplam aktiflerinin sektör içindeki paylarının yüzde 20’yi geçmemesi durumunda, Rekabetin Korunması Hakkında Kanunun 7, 10 ve 11’inci maddelerinin uygulanamayacağı Bankacılık Kanununda belirtilmiştir.

## **Ş6. BİRLEŞMELERİN BİLDİRİLMESİ**

Birleşmelerin bildirim, RKHK m. 10/I’de düzenlenmiştir. Rekabet Kurulu’na bildirilmesi gerekli olan bir birleşmenin bildirilmeden uygulanması mümkün değildir. Bu şekilde birleşmelerin hukuken gerçekleştikten sonra

Kanuna aykırılığının tespit edilmesi halinde hem teşebbüs hem de rekabet sistemi açısından telafisi güç zararların önüne geçilmesi istenmiştir.

Hangi birleşmeler açısından bildirimde bulunulacağı Tebliğin 7. maddesinde belirtilmiştir. Burada belirtilen hususların varlığı halinde Rekabet Kurulu'na bildirimde bulunulmalıdır. Bildirim, tebliğin 7. maddesinde belirtilen halleri gerçekleştiren kişi veya teşebbüsler tarafından birlikte yapılabileceği gibi bunlardan birisi tarafından veya bunların kanuni temsilcileri tarafından da yapılabilir (Tebliğ m. 10/1).

Birleşmelerin usulüne uygun bir şekilde bildirilmeleri, birleşmenin hukuken geçerlilik kazandığı anlamına gelmez. Birleşmenin hukuken geçerlilik kazanabilmesi için RKHK m. 10/II çerçevesince açıkça veya RKHK m. 10/III çerçevesince zımnen bir karar verilmesi gerekir (Tebliğ m. 10/4). Yapılan işlem Rekabet Kurulu tarafından izin verilene kadar askıdadır.

Bildirilmesi zorunlu olan birleşme veya devralma işlemlerinin Kurula bildirilmemesi veya işlem gerçekleştirildikten sonra bildirilmesi halinde Kurul işleminden haberdar olduğunda kendiliğinden birleşmeyi incelemeye alır. Yapılan inceleme sonucunda birleşmenin “yasak birleşmelerden” olmadığı sonucuna ulaşırsa birleşmeye izin verir. Ancak bu durumda taraflara bildirimde bulunmamalarından dolayı idari para cezası verilir. Yapılan inceleme sonucunda birleşmenin “yasak birleşmelerden” olduğu sonucuna ulaşırsa birleşmeye izin verilmez. Ayrıca taraflara bildirimde bulunmamalarından dolayı idari para cezası verilir.

## **§7. YASAK BİRLEŞMELER**

Rekabet Kanunu, bazı birleşmeler için kuruldan izin alınması zorunluluğu getirmiş, bazı birleşmeleri ise yasaklamıştır. RKHK m. 7'ye göre bir ya da birden fazla teşebbüsün hakim durum yaratmaya veya hakim durumlarını daha da güçlendirmeye yönelik olarak, ülkenin bütünü yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak şekilde birleşmeleri hukuka aykırı ve yasaktır. Ancak burada yasaklanan şey “hakim durumda olmak” değildir. Bir işletme birleşme (veya devralma) dışında kendi iç dinamikleriyle de piyasada hakim bir duruma gelebilir.

Yasaklanmış olan bir birleşmenin uygulanması mümkün değildir. Yasaklamaya rağmen birleşme işlemi uygulanırsa, birleşen işletmelerin ayrılımları ve birleşmeden önceki eski halin iadesi sağlanır.

## **§8. BİRLEŞMELERİN DEĞERLENDİRİLMESİ**

Rekabet Kurulu, RKHK ve Tebliğ kapsamına giren birleşmeleri, RKHK m. 7 vd. maddeleri çerçevesinde değerlendirir. Rekabet Kurulu birleşmeler hakkında kendisine bildirimde bulunulduğu tarihten itibaren 15 gün içerisinde bir ön inceleme yapar. Rekabet Kurulu ön inceleme sonucunda ya birleşmeye izin verir ya da birleşmeyi nihai incelemeye almaya karar verir. Rekabet Kurulu'nun bu değerlendirmede özellikle hangi hususları göz önünde bulunduracağı Tebliğin 13. maddesinde düzenlenmiştir. Buna göre Rekabet Kurulu yapacağı değerlendirmede özellikle; ilgili pazarın yapısı, ülke içinde veya dışında yerleşmiş olan teşebbüslerin fiili ve potansiyel rekabeti, teşebbüslerin pazardaki durumu, ekonomik ve mali güçleri, sağlayıcı ve müşteri bulabilme alternatifleri, arz kaynaklarına ulaşabilme imkanı, pazarlara giriş engelleri, arz ve talep eğilimleri, tüketicilerin menfaatleri, tüketici yararına olan etkinlikler ve diğer hususları göz önünde tutar.

Rekabet Kurulu, yapacağı değerlendirme sonucunda birleşmeler hakkında çeşitli kararlar verebilir. Bu kararlar izin verme, şartlı izin ve izin vermeme şeklinde olabilir.

### **I- İzin**

Rekabet Kurulu yapacağı inceleme sonucunda hakim durum yaratmayan veya bir hakim durumu güçlendirmeyen dolayısıyla ülkede veya ülkenin belirli bir bölümünde etkin rekabeti önemli ölçüde etkilemeyen birleşmelere izin verir. RKHK m. 7'de yasaklanan birleşmeler hakim durum yaratan veya hakim durumu güçlendiren birleşmelerdir. Bu nedenle RKHK m. 7'de belirtilen şartları taşımayan birleşmeler, rekabet hukuku açısından önem taşımamaktadır. Rekabet Kurulu birleşmenin kendisine bildirilmesinden itibaren 15 gün içerisinde yapacağı ön inceleme sonucunda birleşmeye izin verebilir. Kurul, ön inceleme sonucunda birleşmeyi nihai incelemeye almaya da karar verebilir. Kurulun, bildirim üzerine cevap vermemesi veya hiçbir işlem yapmaması halinde birleşme, bildirim tarihinden itibaren 30 gün sonra yürürlüğe girerek hukuki anlamda geçerlilik kazanır (RKHK m. 10/III).

Rekabet Kurulu tarafından yapılan inceleme neticesinde birleşme işlemine izin verilmesi Kurul'un yeniden inceleme yapma imkanını ortadan kaldırmaz. Rekabet Kurulu tarafından verilen açık veya zımnî izin kararı, birleşen teşebbüsler tarafından verilmiş yanlış veya yanıltıcı bilgi nedeniyle alınmışsa yahut izin kararına eklenmiş olan yükümlülükler yerine getirilmemişse Kurul, birleşme işlemi yeniden incelemeye alarak yasaklamaya veya diğer yaptırımların uygulanmasına karar verebilir (Tebliğ m. 16).

## II- Şartlı İzin

Şartlı izin konusunda RKHK m. 7’de bir düzenlemeye yer verilmemiştir. Şartlı izin konuya ilişkin tebliğlerde düzenlenmiştir. RKHK m. 7’de şartlı izin konusunda bir düzenleme yapılmamış olması sebebiyle Rekabet Kurulu’nun şartlı izin verme yetkisi bulunmadığı şeklinde bir takım görüşler ileri sürülmektedir. Buna karşılık bazı yazarlarsa RKHK m. 9’a göre Rekabet Kurulu’nun şartlı izin verebileceği görüşündedir. Bu nedenle söz konusu tartışmanın ortadan kaldırılması amacıyla şartlı izin verme yetkisinin kapsamı ve şartlarıyla birlikte Kanunda yer alması oldukça isabetli olacaktır.

Rekabet Kurulu yapacağı inceleme sonucunda birleşmeye doğrudan izin vermeyerek, şartlı izin de verebilir. Böyle bir durumla birleşme işleminin tamamen değil de bazı hükümlerinin rekabeti ihlal edici nitelikte olması halinde karşılaşılabılır. Bu durumda Rekabet Kurulu, gerekli gördüğü tedbirlerin alınması ve bazı yükümlülükler uylması şartıyla izin verebilir (Tebliğ m. 13/4).

Şartlı izin hem rekabetle ilgili kamu otoritelerinin hem de birleşen teşebbüslerin menfaatlerine hizmet etmektedir. Şartlı izin sayesinde hem yasaklanması gereken bir birleşme işlemine izin verilmekte ve bu sayede birleşmek isteyen teşebbüslerin amaçlarına ulaşmaları sağlanmakta hem de birleşme işlemi bir takım şartlara bağlanarak rekabet otoritelerinin görevlerini yerine getirmeleri sağlanmaktadır.

Teşebbüsler, ortaya çıkabilecek rekabet sorunlarının giderilmesi amacıyla, birleşmeye ilişkin çözüm önerilerinde de bulunabilirler. Taraflar çözüm önerisinde bulunup bulunmamakta serbesttirler. Rekabet Kurulu tek taraflı olarak taraflara belirli bir çözümü şart olarak getiremez. Aynı şekilde Kurul’un tarafların çözüm önerilerini ve bunlara ilişkin taahhütlerini tek taraflı olarak değiştirebilmesi de mümkün değildir. Kurul tarafların çözüm önerilerini yeterli görmezse, taraflara taahhütlerinde değişiklik yapma imkanı tanıyabilir. Buna rağmen taahhütlerin yetersiz olması durumunda kurul, birleşme işlemini yasaklayabilir. Kurul, izin kararında, taahhütlerin yerine getirilmesini sağlamaya yönelik şart ve yükümlülük öngörebilir. Taahhüt, ön inceleme veya nihai inceleme safhasında verilebilir.

Şartlı izin konusu, özellikle Rekabet Kurulu’nun Vatan gazetesinin devrine ilişkin kararının Danıştay tarafından yürütmesinin durdurulmasının sonra oldukça önem taşıyan bir konu hâline gelmiştir. Şartlı izin, 2010/4 sayılı Tebliğde de düzenlenmiştir. Bunun dışında Rekabet Kurumu tarafından 2011 yılında “Birleşme/Devralma İşlemlerinde Rekabet Kurumunca Kabul Edilebilir Çözümlere İlişkin Kılavuz” yayımlanmıştır. Kılavuzun 8. maddesinde Rekabet

Kurulu'nun daha önce bu tür kararlar vermesine rağmen bundan sonra birleşme ve devralma işlemlerinin taraflarına tek taraflı olarak belirli bir çözümü şart olarak getirme konumunda bulunmadığı gibi tarafların çözüm önerilerini ve bunları yerine getirme konusundaki taahhütlerini tek taraflı olarak değiştiremeyeceği ifade edilmektedir. Ancak bu konuda 2010/4 sayılı Tebliğ ile Kılavuz arasında farklılık bulunmaktadır. Zira Tebliğ'in 13. maddesine bakıldığında Rekabet Kurulu'nun şartlı izin verme hakkını (herhangi bir sınırlama bulunmaksızın) kendinde saklı tuttuğu görülmektedir. Bu düzenlemeden Kurul'un tarafların çözüm önerileri bulunmasa bile şartlı izin verebileceği anlamı çıkmaktadır. Buna karşılık kılavuzda taraflardan bir çözüm önerisi gelmeden Rekabet Kurulu'nun taraflara bir takım şartları dayatamayacağı ifade edilmektedir. Kılavuzdaki düzenlemeye benzer bir düzenleme Rekabetin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı'nda da açıkça düzenlenmiştir. RKHK Tasarısı'nda, Kurulun şartlı izin verebileceği ve bunun şartları düzenlenmiş; tek taraflı olarak şartlar öngöremeyeceği, yükümlülükler öngöremeyeceği, Kurumun, tarafların çözüm önerileri çerçevesinde birtakım şartlar, yükümlülükler getirebileceği düzenlenmiştir.

### **III- İzin Vermeme**

Hakim durum yaratan veya mevcut hakim durumu daha güçlendiren ve bu sayede ülkede veya ülkenin bir bölümünde etkin rekabeti önemli ölçüde engelleyen birleşmeler kanuna aykırı kabul edildiğinden Rekabet Kurulu bu tür birleşmelere izin vermemektedir. Rekabet Kurulu izin vermeme dışında birleşme işlemine taraf teşebbüslerle ilgili , rekabet ortamının oluşturulması veya korunması için yerine getirilmesi veya kaçınılması gereken davranışların yer aldığı bir karar da alabilir (RKHK m. 9/I). Bu çerçevede kurul izin vermeme (yasaklama) kararına ilave olarak eğer birleşme işlemi gerçekleşmişse önceki hukuki durumun yeniden tesisini taraflardan isteyebilir. Bunun dışında RKHK m. 11'de de ihlale son verme kararına ilişkin bir düzenleme yapılmıştır. Buna göre kurul "birleşme veya devralma işleminin sona erdirilmesine; hukuka aykırı olarak gerçekleştirilmiş olan tüm fiili durumların ortadan kaldırılmasına; şartları ve süresi Kurul tarafından belirlenecek şekilde ele geçirilen her türlü payın veya mal varlığının eğer mümkünse eski maliklerine iadesine, bu mümkün olmadığı takdirde üçüncü kişilere temlikine ve devrine; bunların eski malik veya üçüncü kişilere temlik edilmesine kadar geçen süre içinde devralan kişilerin devralınan teşebbüslerin yönetimine hiçbir şekilde katılamayacağına ve gerekli gördüğü diğer tedbirlerin alınmasına karar" verebilir. Bu tedbirler geçici nitelikte olmayan yani ihtiyati tedbir niteliğinde olmayan nihai nitelikteki tedbir kararlarıdır.



## **§9. BİRLEŞMELERİN DENETİMİNE İLİŞKİN KARARLARIN YARGISAL DENETİMİ**

Rekabet Kurulu tarafından verilen nihai kararlara, tedbir kararlarına, para cezalarına ve süreli para cezalarının yargısal denetimi Danıştay tarafından yapılır (RKHK m. 55/I). Bu kararlara karşı 60 gün içerisinde Danıştay'a başvurulması gerekir. Aksi halde Rekabet Kurulu kararları kesinleşir. Kurul kararlarına karşı yargı yoluna başvurulması kararların uygulanmasını ve idarî para cezalarının takip ve tahsilini durdurmaz.

RKHK m. 55/I' de belirtilen Rekabet Kurulu kararlarına karşı kendisine başvuruda bulunulması halinde Danıştay hem usul hem de esas yönünden bir inceleme yapar. Rekabet Kurulu'nun gerek açık gerekse zımnî kararlarına karşı menfaati olduğunu belgeleyen herkes yargı yoluna başvurabilir (RKHK m. 42/II).

### **SONUÇ**

Teşebbüslerin birleşmesi iktisadi açıdan olduğu kadar rekabet ortamı açısından da önemli sonuçlar doğurmaktadır. Bu sebeple teşebbüslerin birleşmesi, rekabet düzenine ilişkin otoritelerin denetimine alınmıştır. Özellikle son yıllarda teşebbüslerin birleşmesine ilişkin önemli gelişmeler meydana gelmiştir. Bu gelişmelerden en önemlisi 1997/1 sayılı Tebliğ'in 2010/4 sayılı tebliğ ile yürürlükten kaldırılmasıdır. 2011 yılında yürürlüğe giren 2010/4 sayılı tebliğ izin alınması gereken birleşmeler konusunda önemli değişiklikler getirmiştir. 1997/1 sayılı Tebliğde düzenlenen pazar payı ve ciroyu dikkate alan çifte eşik sistemi 2010/4 sayılı tebliğ ile yerini ciro eşiğine bırakmıştır. Bunun dışında birleşmelerin denetlenmesine ilişkin önemli bir gelişme de şartlı izin konusunda gerçekleşmiştir. Rekabet Kurumu 2011 yılında yayınladığı kılavuzla artık şartlı izin konusunda tek taraflı olarak taraflara yükümlülük verme uygulamasından vazgeçmiştir. Bundan sonra Rekabet Kurulu'nun birleşme işlemine izin vermek için herhangi bir şart veya yükümlülük getirebilmesi için bu konuda tarafların öneride bulunması gerekmektedir. Bir başka ifadeyle bundan sonra şart ve yükümlülüklerin tarafların müzakeresi sonucunda ortaya çıkması gerekmektedir.

## YARARLANILAN KAYNAKLAR

**Akıncı, Ateş,:** Rekabet Hukuku Açısından Birleşme ve Devralmaların Kontrolü, Rekabet Kurumu Perşembe Konferansları, Sa. 7, Ankara Nisan 2000, s. 101-124.

**Aksoy, Nazlı/Yavuz, Şahin:** Birleşme ve Devralma İşlemlerinde Rekabet Kurulunun Denetim Yetkisinin Hukuki Niteliği ve Sınırları, Rekabet Dergisi, 2009, 10(2), s. 7-27.

**Aslan, İ.Yılmaz,:** Rekabet Hukuku, 4. Baskı, Bursa 2007.

**Ateş, Mustafa,:** Son Yapılan Düzenlemeler Işığında AB Rekabet Hukuku ve Politikasına Genel Bir Bakış, Ankara Avrupa Çalışmaları Dergisi, C. 7, No:2 (Bahar:2008), s. 47-76.

**Aytaç, Zühtü,:** Bağlı İşletmeler Hukuku ve Türk Hukukundaki Görünüm, Batider, Aralık 1976, C.VIII, Sa.4, s. 97-124.

**Erdem, Ercüment,:** Türk ve AT Rekabet Hukukunda Birleşme ve Devralmalar, İstanbul 2003.

**Esin, Arif,:** Rekabet Hukuku, İstanbul 1998.

**Güven, Pelin,:** Türk Rekabet Hukuku ve Avrupa Birliği Rekabet Hukukunda Birleşme ve Devralmaların Denetlenmesi, Ankara 2002.

**Kabaalioğlu, Haluk,:** Hisse Senetlerinin Toplanması Yoluyla Şirkete Hâkim Olma (Tender Offer-Takeover Bid) ve Hukukî Çözümler, Muhasebe Enstitüsü Dergisi, Y. 1982, S.8, Sa. 30, s. 59-72.

**Karayalçın, Yaşar,:** Anonim Ortaklıkta Çoğunluk Azınlık İlişkisi Bakımından Kontrol (Blok) Satışı ve Genel Alım Önerisi, Tandoğan'a Armağan, Ankara 1990, s. 351-398.

**Karayalçın, Yaşar,:** Muhasebe Hukuku, Ankara 1988.

**Kılıç, Yalın,:** Rekabet Politikası açısından Birleşme ve Devralmalar, Ankara 2000.

**Pennington, Robert R.,:** Company Law, Eighth Edition, Great Britain, 2001.

**Poroy, Reha/ Tekinalp,**

**Ünal/ Çamoğlu, Ersin,:** Ortaklıklar ve Kooperatif Hukuku, 10. Tıpkı Basım, İstanbul 2007.

**Sezen, Ayşe:** Birleşme ve Devralmalar, Rekabet Hukuku Sempozyumu, Bildiriler-Tartışmalar, II, Bursa 2007, s. 76-85.

**Topçuoğlu, Metin,:** Rekabeti Kısıtlayan Teşebbüsler Arası İşbirliği Davranışları ve Hukuki Sonuçları, Ankara 2001.

**Ulu, Harun:** Birleşme ve Devralmalarda Ortaya Çıkan Sorunlar ve Koşullu İzin, Rekabet Uzmanlık Tezi.

**Yasaman, Hamdi,:** Anonim Ortaklıkların Birleşmesi, Ankara 1987.

**Yasaman, Hamdi,:** Şirketlerin Birleşme ve Bölünmeleri, Bilgi Toplumunda Hukuk, Ünal Tekinalp'e Armağan, C. I, İstanbul 2003, s. 695-712.

**REKABET HUKUKU VE İKTİSADINDA  
GÜNCEL GELİŞMELER SEMPOZYUMU-X**

*22 Mayıs 2012  
KONYA*

---

**2011 YILINDAKİ GELİŞMELERİN  
DEĞERLENDİRİLMESİ**

**Şahin ARDIYOK**

**Yrd. Doç. Dr. Muzaffer EROĞLU**

**Derya GENÇ**



## Şahin ARDIYOK

*Danışmanlık Temsilcisi*

---

Öncelikle, bu organizasyonun gerçekleşmesinde büyük emeği olan ve eski mensubu olmaktan da her zaman onur duyduğum Rekabet Kurumu ve Konya Ticaret Odası Karatay Üniversitesine teşekkürlerimi sunmak isterim.

Çok yoğun bir gün geçiriyoruz. Ben de bugün “Yorumlar” başlığı altında aslında Orçun ve Yüksel’in söylediklerini tamamlayacak veya eksik kalan kısımlarını yorumlayacak bazı konulara değineceğim. Bu kapsamda şu çerçevede ilerlemek herhâlde uygun olacak:

Rekabet Kurumunun belli başlı faaliyetleri var; Rekabet Kurumunun yıllık gelişmeleri dediğimizde zaten ilk akla bunlar geliyor ki, temyiz organı olarak Danıştay’ın kararları bunun zaten ayrılmaz bir parçası. Bunlara değinmek lazım. Rekabet Kurumunun görev alanının dışında, diğer devlet kuruluşlarının yaptıkları konularda rekabet politikası, Başkanımızın, bu yılı Rekabet Savunuculuğu Yılı ilan etmesi nedeniyle daha da önem kazanmış durumda. Bir de, Türkiye ve dünyaya biraz özel sektör bakış açısıyla baktığımızda neler söylenebilir? Kısaca bunlara değineceğim.

“Özel sektör bakış açısı” deyince genelde şöyle bir kanı oluşabiliyor: Özel sektör genel olarak, rekabet kuralları yumuşak uygulansın veya hiç uygulanmasın diye yaklaşır. Hayır, bu kesinlikle doğru değil. Biz Rekabet Kurumunda uzmanken, soruşturma açılması yönünde raporlar düzenleyebiliyorken, soruşturma açılmaması yönünde de bir sürü rapora imza atıyorduk; aynı politika veya yaklaşım özel sektörde de geçerli. Bazen şikâyetçi oluyorsunuz, bazen şikâyet edilen oluyorsunuz. Dolayısıyla yorumlarımızın da orta noktada bulunması gerekiyor.

Burada anlatacaklarımı hazırlarken bazı kaynaklardan faydalandım. Aslında bu egzersizi yıl içinde çok sık yapıyoruz; rekabet hukuku alanında Milletlerarası Ticaret Odası (ICC)’nin çok etkin bir Rekabet Komisyonu var; ICN’nin toplantılarına katılıyor, Avrupa Birliği’nin düzenlemelerine görüşler veriyor. ICC-Türkiye Milli Komitesini bendeniz temsil ediyorum. Yılda üç kez, Türkiye’de olup bitenleri oraya, orada olup bitenleri de ICC-Türkiye Milli Komitesine veya TOBB’a aktarıyoruz. Bunun dışında, Uluslararası Barolar Birliğinin rekabet hukukuyla ilgili bir bülteni var, -her çeyrek çıkıyor- orada rekabet hukukuyla ilgili gelişmeler aktarılıyor. Bizim yine her çeyrek çıkardığımız İngilizce bir yayın var, orada da bunlardan bahsediliyor. Bir de bu gelişmeleri yazdığımız “pazarlardan haberler” adlı bir blogumuz var, çok

yakından takip edenler biliyorlardır, orada, -biraz da halk diliyle- gelişmeleri izah etmeye çalışıyoruz. Bunların yanında da, birazdan değineceğim, bazı dosyalarda bir şekilde, işin içinde bilgi asimetrisini çok fazla değiştirecek ölçüde yer almamız söz konusu. Dolayısıyla, buradaki bazı eleştirilerim veya yorumlarım taraflı gelebilir; zaten parantez açarak onlara vurgu yapacağım.

Rekabet Kurumunun faaliyetleriyle başladığımızda; rekabet ihlalleri, menfi tespit, muafiyet, birleşme ve devralmalar işin resmi tarafını oluştururken, diğer tarafta, düzenlemeler, görüşler ve diğer faaliyetler var. Bunların hepsine birer slayt hâlinde değinecek olursak, rekabet hukukunda en sıkıntılı süreç rekabet ihlalleri. Bu sıkıntı hem soruşturulan, hem de soruşturmayı tetikleyen şikâyetçiler bakımından geçerli. Bu anlamda geçtiğimiz yıla baktığımızda benim aklıma gelen birkaç karar var: Bir tanesi “Türk Hava Yolları” kararı. Gerekçesi henüz yayımlanmadı. Yayımlandığı zaman özellikle İstanbul kanadında tartışılacağını düşünüyorum. Başlangıçtaki, piyasaya yeni giriş heyecanın bir ölçüde yitirilme gibi bir his var içimde. Bu heyecanın yitirilmesinde acaba Türk Hava Yollarının bir rolü var mı yok mu; Rekabet Kurumunun burada açıklayacağı gerekçeli karar önem taşıyor. Slot tahsis vekili anlaşmalara vurgu yapılmış; bunlar da zaten yapısal öneriler.

“Diyaliz Karteli” kararında tartışılacak bir konu yok, onun üzerinde durmaya gerek yok.

“Samsung-Anadolu” kararı, yeniden satış fiyatı bakımından çok önemli bir karar; bunu, Rekabet Kurumunun yeniden satış fiyatına son yaklaşımı ortaya koyuyor. Ne söylenebilir? Geçmişte, özellikle bu kararın açılma sebebi olan tarafın da ilettiği, yeniden satış fiyatının “Rule of Reason”la yaklaşılabileceğine ilişkin kararları geçersiz kılıyor. Biz acaba hangi kararı esas alıp ilerlememiz gerekiyor; burada bir soru işareti yaratmış durumda.

Bir başka akılda kalan, Turkcell, bir teşebbüse kesilen yüksek cezanın olduğu ve tekerrürün uygulandığı karar. Kararın tarafı olduğumu belirteyim. Burada benim açımdan eleştirilebilecek nokta, yeniden satış fiyatının “Anadolu Efes” ölçüsünde burada dikkate alınmadığı yönünde. Yeniden satış fiyatını da dışlayıcı etkisi konusunda da önemli gelişmeler var ama bu, “Per se” yaklaşım olursa zaten ortadan kalkacak bir konu.

Ege Bölgesi “Et” karteli kararı var; bilgi değişimine yönelik.

Münhasır çalışma ve miktar koşulların yer aldığı “Efes Pilsen”, geçtiğimiz yılki önemli kararlar arasında.

“Otomotiv” kararı, taraf olduğumuz için ve yargıya intikal ettiği için burada çok derinlemesine konuşmak uygun değil ama, Rekabet Kurumunun,

özellikle çok taraflı kararlarda tarafların ihlalleri gerçekleştirirken karar içindeki rollerine biraz daha yakından bakması gerekir diyebileceğim bir karar.

“Sun Express” pişmanlık kararını, Orçun gibi bizler de bekliyoruz, çünkü, -Fransa gibi bizde çok sık olmayan- bizim değerlendirmemiz bakımından önem taşıyor.

Çok yakın tarihli Doğu ve Güneydoğu Anadolu “Çimento” kararı, tek cümleyle, -taraf olduğumuzu yine parantez içinde söyleyeyim- özellikle cezanın hesaplanmasında, neyin dikkate alınacağına ilişkin, geçmiş kararlarla çelişki yaratıyor. Burada da istikrara ihtiyaç var diyebiliriz. “Bankacılık Promosyon” kararı, diğer arkadaşlarımız değindi, şu anda devam eden bir karar var, o, bundan çok daha fazla ses getirecektir diye düşünüyorum.

Muafiyet kararlarına baktığımızda, burada, akaryakıtla ilgili çok fazla karar olduğunu görüyoruz. Akaryakıtta intifa hakları kararları yoğun olarak tartışılmış durumda. Sabahki oturumda arkadaşlarımızın perakende pazara ilişkin getirdiği yeni yaklaşım (5 dakikalık yürüme, 15 dakikalık seyahat mesafesi) bence akaryakıtla ilgili dağıtım piyasasında da mutlaka dikkate alınması gerekir diye düşünüyorum. Biz piyasaya ulusal düzeyde baktığımızda, yerel düzeyde olup bitenleri bir şekilde göz ardı edebiliyoruz ki, benim tespitlerim, burada bir problem olduğu yönünde.

Otomotiv karardan sonra yapılan “ODD Bilgi Değişimi” muafiyet kararı bence de erken yapılan bir başvuru. Rekabet Kurulu hem kararla yorulmuş olduğundan, hem de Danıştay aşamasında bu kararla ilgili davalı durumunda olduğu için, aslında bunlar daha netleştikten sonra yapılması gerekirdi. Piyasada da hangi bilgilerin değişileceği konusunda bir bilinmezlik bulutu var; orada bir öngörülebilirliğe ihtiyaç var. O bakımdan fayda sağlamıyor ama, biraz sınırları zorlanmıştı diyebiliriz.

“Maç Yayın Haklarının İhalesiz Uzatılması” kararı çok yeni bir karar. 2010 yılında yapılan ihaleye ilişkin Rekabet Kurulu kararı vasıtasıyla bilgi edinmiştim. 2011 yılı sonundaki bir önaraştırma kararındaki bulgularından ayrılacak, -bence doğru yönde- TFF’nin, kanunu bakımından yetkilerinin sınırlarını doğru yorumladığını ve uzatma talebini reddettiğini görüyoruz.

“Medya Ölçüm” kararları da, özellikle reklam verenler bakımından çok önem taşıyor; orada çok büyük bir bilinmezlik var. Bu kararlar da piyasada rekabet bakımından önemli.

Birleşme ve devralmalara baktığımızda, birleşme ve devralmalarda artık yavaş yavaş, -rekabet hukukunu yurt dışındaki davalardan öğrendiğimiz yerlere Türkiye’de de geliyoruz- yatay birleşmeler dönemi ön plana çıkıyor. Sermaye



değişimine dayalı birleşmeler döneminin kapandığını görüyoruz. Bu da tabii zor kararlar olmaya başladı.

“Mars-AFM”de de Rekabet Kurulu kararını çok zahmetli bir süreçte tamamladı, ikinci aşamaya geçip kararını verdi. Buna da taraf olduğumu parantez içinde söyleyeyim. Yapımcı, dağıtıcı, reklamcıların, yani tedarikçilerin bu birleşme ve devralmadan ne ölçüde etkilendiği konusunda benim soru işaretlerim var. Bu da Danıştay’a intikal ederse orada tartışılacak bir konu.

“Türk Telekom - İptal” kararı yine önemli bir yatay birleşme kararı. Şu anda da, aslında, AFM’ye, Mars’a coğrafi pazar olarak da benzeyen “Boyner-YKM” kararı gündemde; benzer tartışmalar orada da yaşanacaktır.

Bunlar dışında, Mey-Diageo kararının yatay niteliği var, ama onun dışında da bir sermayeler değişimi söz konusu.

Ülker-ŞOK kararına, Hocamız değindi, çok fazla değinmeye gerek yok. Topbaş Ailesinin kontrolünde olan BİM ile ŞOK arasında ticari ilişkiler önümüzdeki dönemde, söz konusu perakendecilerin her bir üründen az stok taşınması ve bu noktalarda bulunurluğun gitgide tedarikçiler bakımından önem kazanması nedeniyle, Rekabet Kurulunun önüne gelecektir diye düşünüyorum.

“Elektrik Dağıtım Özelleştirmeleri” de yine tartışılan kararlar arasındaydı. Zira burada belirli bölgeler bakımından bazı büyük grupların aynı anda birden fazla bölgeyi almasına izin verilmedi. Son dönemde ihalelerde teklif veren ve Kurul tarafından izin verilen firmaların teminatlarını yakması da aslında özelleştirme işlemlerinde bir sorun olduğuna işaret ediyor.

Medya sektöründeki devralmalarda dikkat çekici. Milliyet’in Doğan Grubu’ndan Demirören/Karacan ortaklığına devri bunlardan birisi. Ayrıca Kurul 2011 yılı içinde Star TV’nin Doğan Medya Grubu’ndan Doğuş Medya Grubu’na devredilmesine izin verdi. Gerekçeli kararın Rekabet Kurulu’nun son zamanlardaki birçok devralma kararına göre oldukça detaylı olduğu söylenebilir. Hepimizin bildiği gibi 2011 yılında Yeni Birleşme/Devralma tebliği ve buna ilişkin klavuz ve yine bağlantılı olarak Kabul Edilebilir Çözüm Önerilerine İlişkin Klavuz yürürlüğe girdi ki. Yeni uygulamanın sonuçlarını yavaş yavaş görmeye başlıyoruz.

Piyasada şu anda özellikle bilgi değişimlerine yönelik kararların yoğunlaşması nedeniyle standartlaşma bizim için o kadar önem taşıyor ama buradaki bilinmezlik bulutunun dağıtılması için Yatay İşbirlikleri Rehberine çok acil ihtiyaç olduğunu söyleyebilirim.

2011 yılın içinde aynı zamanda sektör araştırmaları da gündeme damgasını vurdu. İlgili sektördeki şirketler bir hayli heyecanlandılar. İlaç Sektör

Araştırması bunlardan birisiydi. Perakende sektör araştırması ve sonuçları uzun uzadıya anlatıldı.

Motorlu taşıtlar sektörü araştırması piyasa için önem arz ediyor, çünkü burada Avrupa'yla paralel bir uygulama için süre azalmış durumda. Sektörde de, sözleşme yenileme dönemleri yaklaştığı için yeni dönem burada önem kazanacak.

Bir de Kurum'un çevre düzenlemeleri ve atık yönetimi ile ilgili mevzuata yönelik olarak vermiş olduğu görüşler de 2011 yılında öne çıkanlar arasında.

Geçtiğimiz yıl rekabet uyum programları, Başkanımızın Mektubu Rekabet Kurumunun çabalarıyla ön plana çıktı. Rekabet Savunuculuğu Yılı bu yıl ön planda. ÇEK ve BTK ile Protokol imzalandı. Burada BTK'den de arkadaşlar var. Diğer düzenleyici kurumlarla da protokollerin imzalanması, bu endüstrilerde faaliyet gösteren şirketler bakımından önem taşıyor.

“Şikâyetim var” önemli bir gelişme. Bu yıl için, Danıştay'ın verdiği bir kararla şöyle bir sıkıntıya yol açtığını söyleyebiliriz: Usulüne uygun yapılan her “şikâyetim var” girişi, Rekabet Kurulunun sahaya çıkararak denetlemesi gibi bir durum ortaya çıkıyor. Bu da, Rekabet Kurumunun rekabet savunuculuğu rolünü bile yapamaz hâle getirebilir. Tabiri caizse, sokaktaki kişiler Rekabet Kurulunun gündemini oluşturabilir. Burada bir seçkincilik yok. Eğer Rekabet Kurulu buradaki bilgi birikimiyle uygulamayı yönlendirirse çok daha saklıklı sonuçların ortaya çıkacağını söyleyebiliriz.

Rekabet raporu da, 10 sektördeki sorunları incelemesi bakımından savunuculukla ilgili önemli bir konu. Zira Rapor'da elektrikten, doğalgaza, medyadan demiryolu taşımacılığına kadar pek çok sektöre ilişkin değerlendirmeler var.

Danıştay'ı çok kısa geçeyim, çünkü Orçun detaylı bir şekilde değindi. “Vodafone” ve “Levis” kararlarını eleştirme usulünün uygulanmasını zorunlu kılıyor. Keza, “3M” ve “Avea” kararları da, soruşturma usulünü, eğer kesin bir kanaat oluşmamışsa, zorunlu kılıyor.

“Türk Telekom perakende internet hizmeti sunamaz” şeklinde oluşan 13'üncü Daire ve Dava Daireleri Genel Kurulu kararı var. Yürütmeyi durdurma talepleri kabul gördü. Bu da yine rekabet politikası bakımından önemli bir karar.

Ben, Orçun Beyin bahsettiği Dava Daireleri kararına vakıf değildim. TEB kararı rekabet savunuculuğu bakımından da çok önemli düşünüyorum; Rekabet Kurumunun görev alanı nerede başlar, düzenleyici kurumların veya

devlet otoritelerinin görevleri kanun kapsamında nerede başlar sorusunun cevabı bakımından önemli bir karar olarak nitelendirebiliriz.

Rekabet politikasındaki gelişmeler genel düzenlemeler ve sektörel düzenlemeler olarak ikiye ayrılabilir. Genel düzenlemeler kanun değişikliği ihtiyacı yıllardır var, yıllardır devam ediyor. Nitekim 2008 yılından beri Meclis'te bekleyen bir yasa tasarısı mevcut. Özel hukuk davalarıyla ilgili ise şu bilgiyi verebiliriz: Yakından takip ettiğimiz davalarda hâlâ bekletici mesele sorunu devam ediyor. Zaman aşımı da özel hukuk mahkemeleri tarafından, dava açmayı caydıracak ölçüde dar bir şekilde yorumlanmakta.

Geçtiğimiz yıl Rekabet Kurumunda yeniden yapılanma söz konusuydu. Hayırlı olması dileklerimizle devam edelim.

Danıştay ve Bölge İdare mahkemelerinin, yasanın değişikliği kapsamında düzenleyici kurul kararların iptali için İlk Derece Mahkemesine gitmesi gibi bir ihtimal söz konusu; bu yurt dışında da olan bir eğilim. "Tribunal"leşme, birinci derece mahkemelerin iptal sürecine dahil olması; bunları beraber göreceğiz.

14'üncü Avrupa İlerleme raporu yayımlandı. Burada da Rekabet Kurumuna "pekiyi"ler devam ediyor. Eksiklik olan konular olarak da, De Minimis ve yatay iş birlikleri sıralanmış. Bankacılık ve Otomotiv kararlarından da övgüyle bahsediliyor.

Düzenleyici etki analizi çok önemli. Düzenleyici etki analizi maalesef Türkiye'de atlanıyor ama, rekabet savunuculuğu bakımından vurgu yapılması gereken bir konu.

Benim uzmanlık alanım düzenleyici endüstriler olduğu için, biraz bunlarla ilgili detaylı bilgi vereceğim.

Enerji, Elektrik ve Doğalgaz Kanun tasarıları var; burada mutlaka Rekabet Kurumunun görüşlerinin dikkate alınması gerekecek.

Botaş-Rusya Batı Hattı kontratı sona ermesi dolayısıyla doğalgazda rekabet imkânı ortaya çıkıyor; bu önemli bir gelişme. Doğalgaz dağıtımında uygulanacak gelir tavanı sabit tutuldu, 8 yıllık süreler sona eriyor. Burada da yeni gelir tavanları gündeme geliyor. Bu da, rekabeti dolaylı olarak etkileyecek bir gelişme.

Türkiye'de ilk kez bir elektrik kısıntısı önemli bir kamuoyu oluşturdu. 13 Şubat'ta doğalgazdaki sıkıntı nedeniyle ortaya çıkan elektrik kesintisi, "buradaki reformu acaba doğru uyguluyor muyuz" diye soru işaretleri gündeme getirdi.

Serbest tüketici limitleri oldukça düştü. Büyük ihtimalle önümüzdeki dönemde Rekabet Kurumunun önüne, dikey anlaşmalar başta olmak üzere perakende satışla ilgili vakalar gelecektir.

Elektronik haberleşmede, fiber optikte regülasyon tatiliyle Türk Telekom'un bir ölçüde tekeli bir dönem altında fiber optik kabloları yaygınlaştırması söz konusu olacak. Burada da bir pazar payı eşiği getirildi. Bunun sonuçlarını beraber göreceğiz.

Alternatif işletmecilerin pazar paylarını uluslararası anlamda mukayese ettiğimizde, Türkiye'de eleştiriler yapılıyor. Tabii ki gelişmeler yine sınırlı kalmış durumda.

Mobil işletmecilikte ise, frekanslar çok değerli metalar hâline geldi. Rekabetin tesisi için frekansın adil dağıtılması hem Avrupa'da, hem de Türkiye'de Düzenleyici Kurumun önünde. Zorunlu ulusal dolaşım, kırsalda mobil internet de yine rekabetle bağlantılı konular olarak düzenleyicinin önünde.

Medya sektörüne baktığımızda da, yine RTÜK Kanunu her ne kadar yayın ihalelerinin yapılmasını öngörüyorsa bile, burada da süre kısalıyor ve önemli miktardaki frekansın boşaltılarak telekom operatörlerine devri gecikiyor.

Dünyaya çok kısa değinmek gerekirse, finansal kriz ve devlet yardımı soruşturmaları Avrupa'da gündemde. Rekabet uyum programlarını uygulayanlara indirim konusu tartışılıyor. Hatta, benim üyesi olduğum ICC Rekabet Komisyonu, Haziran ayının 16'sında bu konuyla son toplantısını Komisyonla yapacak. Frekans ihaleleri, 4. Nesil, akıllı telefonlar yine Avrupa Birliği'nin gündeminde. Uluslararası Roaming'de çok daha sıkı düzenlemeler getirildi. Bu da Türkiye'nin gündemine yakında gelecek bir konu diyebiliriz. Motorlu taşıtlarda indirim başladı; arkadaşlar zaten onu takip ediyorlardır.

Yüksel Beyin değinmediği, benim de ilgi alanım olduğu için söyleyebileceğim, patent kavgaları var. Takip etmişsinizdir, Apple, Microsoft, Google, Samsung gibi, patentler yoluyla, inovasyon aracılığıyla rekabet eden firmaların önünün kesilmesine ilişkin hemen hemen herkes birbirini dava etmiş durumda.

Yine Yüksel Beyin kısmen değindiği tazminat davaları konusu var. Bu da, Türkiye'de özellikle özel hukuk davaları bakımından çok önemli. Eğer bu konuda bir direktif çıkarsa biz de toplu davaları iç hukukumuza almak durumunda kalacağız. Ardından da çevre ve tüketici hukukuna yönelik düzenlemeler gelecek.

Bir de Brüksel etkisi var. Brüksel etkisi de son dönemde gündeme gelen bir konu. Bütün dünya, Amerika Birleşik Devletleri ve diğer ülkelerden farklı olarak, Avrupa Birliği'nin yaptığını yapmak durumunda kalıyor, çünkü orası şu anda, tek çatı altında rekabet hukukunu uygulayan en büyük tüketim oluşumu. Dolayısıyla burada biraz ona tabi olmuşuz gibi bir durum var; ortaya çıkan kuralları herkes kendi hukuk sistemlerine bir şekilde uygulamak zorunda kalıyorlar.

Geçtiğimiz günlerde katıldığım uluslararası toplantıda edindiğim bilgi; Rekabet Kurumuyla düzenleyici kurumların birleştirilmesine yönelik bir akım başlamış durumda. Şu anda İspanya'da, Meclis gündeminde olan bir yasayla, bankacılık otoritesi dışındaki bütün düzenleyici kurumları tek bir çatı altında topluyorlar. Bunun nedenine baktığımızda, kapsam ekonomileri veya organizasyonda etkinlikten ziyade maliyet kısmı olduğunu görüyoruz; oradaki finansal krizin bir etkisi. Bu da yine gelecek dönemde bizim gündemimize gelebilecek bir konu.

Amerika Birleşik Devletleri'nde AT&T - T-Mobile birleşmesinden Yüksel Bey bahsetti. Burada aklınıza, “olmayacak bir işin başvurusunu AT&T neden yaptı” diye gelebilir. AT&T'nin buradaki etkinlik savunması, akıllı telefonların getirdiği talep artışını karşılamak adına frekans kaynağına kavuşmak. Amerika'da şu anda iktidarda olan Demokrat Parti, bu birleşmeye izin vermemekle, rekabet hukuku bakımından vidaları biraz sıkımsı diyebiliyoruz.

Kartel soruşturmalarından bahsedildi. Amerika Birleşik Devletleri'nde, medyatik bir haber olarak, ilk kez yabancılara hapis cezası kesildiğini görüyoruz. Yine, “Apple-AT&T” davası, “Apple-Yayın Evleri” kartel soruşturması ve patent kavgaları da burada geçerli.

Abraham Lincoln'a benzeyen, burada hemen hemen herkesin tanıdığı Frederic Jenny'nin geçtiğimiz yıl ICC Rekabet Komisyonunun New York'taki toplantısında davetlimizdi. Orada son 25 yıla ilişkin bir değerlendirme yaptı. Onları aktararak kapatmak istiyorum.

Rekabet kuralları ve etkin regülasyon uygulamasıyla rekabetin yaygınlaştırılması hemen hemen bütün uluslararası kuruluşların şu anda amacı hâline gelmiş durumda. Bunu deregülasyon olarak da tanımlayabiliriz.

Frederic Jenny, OECD olarak, ICN ile beraber son 10 yılda, birleşme ve devralmalarda harmonizasyon, aynı kuralların hemen hemen bütün ülkelerde uygulanması ve iktisadi olarak etkinlik yaratacak birleşme ve devralmanın bir an önce hayata geçmesi bakımından yeknesaklığı sağladıklarını, burada başarılı olduklarını söylüyor. Orçun Beyin de bahsettiği gibi, Rekabet Kurumunun da talepleri doğrultusunda iktisada çok daha fazla yer veriliyor. “Eksik kalınan

veya daha fazla çaba gösterilmesi gereken konular olarak da, tek yanlı davranışlar, burada bir standart uygulama, öngörülebilirliği sağlayacak bir yaklaşım biçimi oluşmuş değil” diyor.

Yine, usul kurallarında da farklı uygulamaların olduğundan bahsediyor.

Bütün rekabet hukukçularının mutabık olduğu, rekabet hukukunun, gizli iş birlikleri ve oligopollere karşı zaafiyetin hâlâ devam ettiğini söylüyor.

Rekabet kurallarının yaygınlaşmasının, iktisadi etkinlikten ziyade, ticaretin serbestleştirilmesine, daha fazla sermaye çekebilmeye dayalı olduğundan bahsediyor.

Şöyle bir eleştirisi var: “Kartellerle uluslararası mücadeleyi yapıyoruz, burada pişmanlık uygulamalarını hayata geçirdik ama, bu, pişmanlık uygulamalarının çok yoğun olduğu otoritelerde biraz rehavete sevk ediyor.” Benim çok dikkatimi çeken son cümlesi, -burada rekabet uygulaması ile iktisatçılara bir vazife veriyor- şöyle: “Ülkenin üretim ve büyümesi arasındaki ilişkiyi çok sorgulamıyoruz, aslında bunu sorgulayarak rekabet kurallarını yaygınlaştırırız veya doğru uygulamayı buluruz.”

Umarım sıkmamışımdır. Kısa sürede, ne olmuş ne bitmiş, benim penceremden izah etmeye çalıştım.



## Yrd. Doç. Dr. Muzaffer EROĞLU

*Kocaeli Üniversitesi Hukuk Fakültesi*

---

Güncel gelişmelerin bir kısmı zaten değerlendirildi, davalardan bahsedildi; Şahin Bey de dünyadaki ve Türkiye'deki gelişmeleri güzel şekilde özetledi. Ben, bir hukukçu akademisyen olarak konulara biraz da hukuki yönden yaklaşmak istiyorum. İçerik olarak ben de güncel gelişmelerin neler olduğunu başlık başlık değerlendirmek istiyorum. Hangi başlıkta ne gibi gelişmeler olmuş, ne gibi kararlar alınmış ve bu kararların rekabet dünyasını etkisini değerlendirmek istiyorum. Yeterince değinildiği için birleşme ve devralmaya değinmeyeceğim ama, Ceza ve Pişmanlık yönetmeliklerinin uygulanmasına ilişkin bir analiz yapacağım. Rekabet savunuculuğu ve rekabet bilincinin gelişmesi alanında birkaç söz söyleyeceğim. 2011 kararlarını değişik açılardan değerlendirmek istiyorum. Özellikle Ceza ve Pişmanlık yönetmeliklerinin uygulanmasındaki tartışmalara değineceğim. Kendimce önemli bulduğum diğer kararlara da değineceğim. Bir de “teşebbüs” kavramı yönünde bir eleştirim olacak. Bu konudaki çelişkilere ve 2011'de önemli olduğunu düşündüğüm birkaç karara değineceğim. Gelişmeyenler konusunda birkaç söz söylemek istiyorum. Özellikle özel hukuk uygulamaları, Kurul kararlarının içeriği ve gerekçeli kararlar hakkında birkaç eleştirim olacak. Dünyadaki gelişmeler açısından ise, gelişmiş ülkelerden çok gelişmekte olan ülkelere neler olur, bunlara dair birkaç tespiti sizinle paylaşacağım.

Öncelikle Kurum açısından değerlendirecek olursak, 2011 yılı rekabet hukuku açısından en medyatik yıl olmuştur. Bunda da tabii ki Banka ve Otomotiv kararları ve diğer kararların etkisi önemlidir.

Rekabet Kurumu 2011 yılında rekabet savunuculuğu alanında önemli gelişmelerde, önemli çalışmalarda bulunmuştur; birçok konferansa katılmış, konferansa destek vermiştir, bugünkü konferansta da desteklerini esirgememiştir.

Rekabet Uyum programının yayımlanmış olması önemlidir. Rekabet El Kitabının ve sektör raporlarının devam ediyor olduğunu özellikle sabahki oturumda çok açık ve net gördük.

Devam eden sektör raporları da çok önemli. Özellikle ilaç ve doğalgaz sektörlerine yönelik raporları sabırsızlıkla bekliyoruz.



2012 Rekabet raporu, çok başarılı bulduğum bir çalışma; 10-11 sektöre hap şeklinde, herkesin anlayacağı bir dilde, ne gibi sorunlar var, buna çok güzel bir şekilde değinilmiştir.

Birkaç gün önce Mecliste eczacılarla ilgili bir kanun çalışması başladı; raporla, kanunla getirilmek istenenler arasında bir uyum olduğunu gözleyebiliyoruz.

Rekabet Mektubunun, dördüncü yıl olarak tekrar gönderilmesi yine önemli bir rekabet savunuculuğu çalışmasıdır.

2011 yılını bu açıdan özetleyecek olursak, evet, en medyatik yıl olmuştur ama, gözlerin de üzerine çekildiği, rekabet hukukunun günceli yakaladığı bir yıl olmuştur. Bu nedenle, ileride daha detaylı ve belki daha yoğun çalışma gerekecektir.

İhlal kararlarına zaten diğer arkadaşlarımız değindiler. Toplam ceza, 462 milyon. Bu kararları teker teker saymaktan ziyade, ileride tartışacağım konulara değinmemiz için olanlara dikkat etmenizi istiyorum. Binde 3-4'ten yüzde 6'ya kadar çıkan değişik oranlarda cezalar var. Yüksek cezalar çıkmıştır.

Diğer kararlar nelerdir?

“İDO Özelleştirmesi”, görüş ile son karar arasında bir uyumsuzluk olan bir karardır.

“Elektrik Dağıtım Özelleştirmeleri”nin etkisi, 2010 yılının sonunda verilmiş olmasına rağmen, bence 2011 yılının en önemli kararıdır, çünkü tamamıyla bir piyasa yapıcı etkisi olan bir karardır.

Sabah, AFM Sinemalarında, -İstanbul'daki arkadaşlarıma söz verdiğim için bu eleştiriyi yapmak zorundayım- alıcı gücünden bahsettik. Bu kararda alıcı gücünü değerlendirirken dağıtıcılar açısından çok derin değerlendirilmiş ama, bağımsız sinema açısından, üreticiler açısından çok derin değerlendirilmemiştir. Rekabet hukukunu hiç duymamış bir arkadaşım şöyle bir eleştiri yaptı: “Bağımsız sinemayı öldüren bir karar” dedi. Umarım o şekilde sonuçlanmaz.

Ülker-ŞOK kararı, daha önceki Ülker-Marsan, Ülker- GıdaSA kararlarıyla teşebbüs kavramı açısından çelişen bir karardır. Bunun eleştirisini de yapacağım.

Medyadaki devralmalar, diğer kararlar zaten tartışıldı.

Diğer önemli kararlar, -yine tartışıldı- bankacılık sektöründeki muafiyet kararları. Kararda aynen şu şekilde bir ifade var: “4'üncü madde kapsamında olmamasına, piyasa kapama etkisi olduğu için muafiyet verilmiştir.” Evet,

piyasa kapama etkisi değerlendirilmiştir ama, bunun şöyle bir akıma yol açma tehlikesi olabilir: “Bütün acente anlaşmalarında muafiyet için Kuruma başvuralım, çünkü menfi tespit yerine muafiyet verilmişti.” Piyasada böyle bir korku salabilir. Nitekim bankalar şimdi bütün anlaşmalarda başvurmaya başladılar. Diğer sektörlere yayılırsa, yine Kurumun etkin çalışması açısından sorun yaratacaktır.

Kararları özetleyecek olursak, yüksek ceza oranlarının çıktığı yıl olmuştur ama, benden önceki konuşmacılar tarafından da değinildi, sektörlerin büyüklüğünden kaynaklandığı düşünülmektedir. Bence yine de önemli kararlar çıkmıştır. Daha önce ceza almış ve soruşturma geçirmiş olsa dahi sürekli bir izlemenin olduğu bilincini piyasaya yaymıştır. Mesela Banka kararının arkasından tekrar bir Banka soruşturması açılmış olması bence çok önemlidir.

Çimento sektörünün defalarca soruşturmaya konu olup tekrar ceza alması, Turkcell, Efes gibi, hâkim durumdaki şirketlerin sürekli kontrol ediliyor olması önemlidir.

Yine, piyasayı şekillendirici, Türkiye’deki belki elektrik piyasasının gelecek 10-15 yılını şekillendirici Elektrik Özelleştirme kararı da bence çok önemli bir karardır.

Kurum yeni sektörlere de girmektedir; mesela “Kale Kilit” hakkındaki soruşturma bu açıdan önemlidir.

Benim asıl üzerinde çok yoğun durmak istediğim konu, Ceza yönetmeliğinin uygulanması. Bence 2011 yılının tartışmada kazananı Ceza yönetmeliği.

Ceza yönetmeliğinin, hukuk güvenlik, öngörülebilirlik, adillik, eşitlik, savunma güvenliği ve kanuna uygunluk açısından tartışılması gerekmektedir. Ben bütün bunları beş başlık altında tartışmak istiyorum. İlk konu; bu yönetmelik kanuna uygun mudur, değil midir, bir kanun değişikliği gerekir mi? İkinci konu; kartel ile diğer ihlaller açısından ayırım nasıl yapılacaktır? Üçüncü konu; ciro, hangi ciro olarak hesaplanacaktır? Dördüncü konu; deliller, ispat ve takdir koşulları, ağırlaştırıcı ve hafifletici sebeplerin görülmesi açısından değerlendirmeyi nasıl yapacağız? Beşinci konu; yöneticilere verilecek ceza konusunda birliği nasıl sağlayacağız.

Ceza yönetmeliği kanuna uygun mudur? Benim görüşüme göre, evet uygundur, çünkü kanununun 16’ncı maddesi, bu yöndeki geniş takdir hakkını Kuruma tanımıştır; Danıştay’ın TEB kararı ve diğer yürütmeyi durdurma kararlarının reddi de bu yönde sinyaller vermektedir. Bu açıdan ben bir sorun

görmüyorum, ileride de sorun olacağını düşünmüyorum. Zaten TEB kararı da, “aksini uygulamalısın, cezayı uygulamalısın” şeklinde yorumlanabilecektir.

Peki, karteller ve diğer ihlaller açısından ayırımın ölçütü nedir? Yine benim şahsi görüşüme göre, yönetmelik var ve kanuna uygunsuz uygulanması gerekmektedir. Kartel mi var, yoksa diğer ihlal mi var, kararda çok detaylı şekilde değerlendirilmelidir. Eğer kartel tespit ediliyorsa, yönetmeliğin ek maddesindeki tanımdaki kartel varsa, 5’inci maddeye göre kartel cezasının uygulanması lazımdır.

Kararlara baktığımızda, benzer tartışmalar, deliller olduğu hâlde, bazı kararlarda kartel, bazı kararlarda diğer ihlallerden ceza verilmiştir. Deliller karteli gösteriyorken, “kartel” denmemiş olması bence yönetmeliğe ve doğal olarak hukuka aykırıdır.

Bu değerlendirme tam yapılmazsa kararlar hukuki güvenlik açısından bozulabilir. Kurumun ilk döneminde şekil yönünden bozulan kararlar yine Ceza yönetmeliği döneminde de bozulursa, bu, etkinliği ve caydırıcılığı zedeleyebilecektir. Kartel varken uygulamamak, maddi olayın hukuki nitelendirilmesinde hata yapılmış olması sonucunu doğurur. Bunu bir idare hukukçusu arkadaşımınla tartışırken bana şu örneği verdi: Bir öğrenci kopya çekerken tespit edilmiş, her türlü delil var, iki türlü ceza verebilirsiniz; bir, öğrencilik vasfına aykırı davranış (cezası uyarı), ikincisi, kopya (cezası, bir ya da iki dönem okuldan uzaklaştırma.) Danıştay’ın, “eğer maddi olay kopyayı gösteriyorsa, kopyadan ceza vermek zorundasın, daha hafif bir ceza veremezsin” şeklinde kararları var. Aynı şeyi karteğe uyguladığımızda, eğer bir kartel varsa ve yönetmelik de karteğe şartlı bir ceza getirmişse, bunu uygulamamız gerekir görüşümdedir.

Ciro sorununda takdir hakkı zaten kısıtlanmıştır, tercih yapılmıştır; yönetmelik “genel ciro” demektir; kanunun 16’ncı maddesi de zaten, “genel cirodan yüzde 10’a kadar ceza verilebilir” şeklindedir. Bu, değerlendirme konusu da yapılmamalıdır, çünkü eşitlik ilkesine aykırı olduğu için bu tercih başta yapılmış ve ilgili ürün cirosu yerine genel cironun esas alınacağı değerlendirilmiştir. Bir teşebbüse ilgili üründen, diğer bir teşebbüse genel cirodan ceza verilmesi eşitlik ilkesine aykırıdır, ayrıca hukuki öngörülebilirliği, hukuki güvenliği de zedelemektedir. Bir soruşturma sonucunda ne tür bir ceza alabileceğini ilgili mevzuattan anlayabilmesi lazım; hiçbir suçta bulaşmamış bir teşebbüsün de, ilgili mevzuata göre, eğer suçta bulaşırsa başına ne geleceğini önceden tahmin edebilmesi gerekmektedir.

Diğer bir tartışma ise, deliller, ispatlar ve ağırlaştırıcı-hafifletici koşulların gerekçeli kararda değerlendirilmesi açısından yapılmalıdır. Yine idare

hukukunda, genel prensip olarak, idarenin gerekçeyi bildirme zorunluluğu yoktur, fakat bir yargısal denetim söz konusu olduğunda bütün gerekçelerini açıklamak zorundadır. Gerekçelendirmek aynı zamanda iyi yönetim prensibinin gereklerindedir. Yargılama aşamasında zaten gerekçelendirmesi gerektiği için, bütün gerekçelerin gerekçeli kararda açık şekilde yazılması gerekmektedir. Danıştay yine 2011 yılındaki TEB kararında, “temel cezanın hesaplanması açık ve net şekilde yapılmalıdır” şeklinde bir karar vermiştir. Karara göre, “bütün bulgular, deliller açıkça değerlendirilmelidir, takdir yetkisinin hukuka uygun kullanılıp kullanılmadığının ilgili gerekçeli kararda yargısal şekilde belirlenmesi gerekir” şeklinde de güzel bir ifade sunulmuştur.

Ceza yönetmeliğiyle ilgili tartışmak istediğim son konu, yöneticilere verilecek cezadır (kanunun ilgili maddesi, 16/3 ve yönetmeliğin ilgili maddesi, madde 8.)

8’inci maddede 3 fıkra var: Birincisinde “ceza verilir”, diğerlerinde “verilebilir” ifadesi var. “Ceza verilir” ifadesi, idare hukukunda bağlı yetki ilkesi olarak değerlendiriliyor. Bağlı yetki şu demek: İdare hukukunda verilmiş bu yetki, vazgeçilmez, devredilmez ve uygulanması, kullanılması zorunlu niteliktedir, yani bu yetkiyi değerlendirip karar verilmesi gerekir. Bir teşebbüs eğer kartelden ceza almışsa, yöneticisine ceza verilip verilmeyeceği değerlendirilmek zorundadır ve yönetmeliğin ilgili hükmüne göre etkin olmadıysa da bu cezayı alması gerekmektedir. Yöneticiye verilecek ceza yine pişmanlık uygulamasının etkinliği açısından da önemlidir. Yönetici, kendisinin de ceza alacağını düşünüyorsa pişmanlık uygulamasına başvurmayı daha fazla isteyecektir.

Bu bulgular toplamında, ceza yargılarıyla ilgili şöyle bir öneri sunabilirim: Sabahki oturumda da bahsedildi, bizdeki Ceza yönetmeliği tartışılırken Brezilya örneği üzerinde çok duruluyordu, çünkü benzer şekilde, gelişmekte olan ülke, kayıt dışılığının fazla olduğu ülke, bu nedenle genel ciroyu esas almıştı. Eğer yanlış duymadıysam Brezilya ilgili ürün cirosuna geçmiştir. Türkiye açısından da, yeni gelen Ticaret Kanunu sistemiyle birlikte, yeni gelen muhasebe standartları ve bağımsız dış denetim sistemiyle birlikte, belki gelecek yıl değil de, bu sistemin teşebbüsler, şirketler üzerindeki etkisinin, kayıt dışılığın azaltılmasıyla birlikte ilgili ürün cirosuna geçmenin daha uygun olabileceği tartışılabilir. O yönde kesin bir görüş bildirmiyorum. Mademki genel cirodan ceza verilmesi çok ağır cezalara sebep olacak, en azından ilgili ürünün mevcut ve gelecek durumunu da göz önüne alarak tartışmamız gerekir. Eğer ilgili üründen ceza verilecekse de, zaten bunun yönetmelikte tercih edilen ceza sistemi olarak da yer alması gerekir. Yok, tartışma sonunda genel cironun

devamında karar kılsak da bunun kararlarda gösterilmesi hukuki güvenlik açısından önemli olacaktır.

Pişmanlık uygulamaları açısından nasıl bir değerlendirme yapabiliriz? Ceza yönetmeliğiyle Pişmanlık yönetmeliği aynı anda yürürlüğe girmişti. ABD’de de bunun etkin olarak uygulandığını sabahki oturumlarda da gördük; buz dağının parçaları, İngiltere’de “Barclays”, “Çelik Üreticileri”, “Deterjan Üreticileri” kararı etkin şekilde kullanılıyor. Türkiye’de dokuz başvuru olmuştur (detaylı inceleme yapmayacağım); en önemlisi, sadece iki başvuru önaraştırma öncesinde. Pişmanlık yönetmeliğinin asıl amacı, hiç kimsenin bilmediği, hiç kimsenin duymadığı kartelleri ortaya çıkartmak. Sadece iki başvuruda önaraştırma öncesi başvuru olmuştur: Bunlardan birisi, hâlen devam eden 3M soruşturması, diğeri de, yanlış hatırlamıyorsam SunExpress kararı. SunExpress’te karar çıktı ama, gerekçeli karar henüz yayımlanmadı.

Bu durumda, Pişmanlık yönetmeliğinin, 2 yıllık uygulamasında istenen başarıyı sağlamadığını görüyoruz. Bunda belki cezalardaki kesinliğin henüz sağlanamadığı, yöneticilere cezanın henüz tam olarak sağlanamadığı gösterilebilir. Ceza yönetmeliği tartışmaları son bulursa, bunun Pişmanlık yönetmeliğinde de etkili olacağını düşünüyorum.

9/3 kararı biraz önce çok tartışıldı. Ben burada 3M kararına değinmek istiyorum. Danıştay, evet, “eğer bir delil varsa, kesin kanaate ulaşıncaya kadar soruşturma açılmalıdır” diyor. 2011 yılı istatistiğinde, 9/3’ten 36 adet görüş bildirimi olduğunu görüyoruz; 2012, sadece 1 karar değil, birkaç karar olduğunu öğrendim. Bu kararlar ışığında, 2012 yılında 9/3 kararının çok daha az olacağını tahmin edebiliriz.

Özelleştirmeler açısından, başta da bahsettiğim gibi, elektrik dağıtım özelleştirmeleri bir dönüm noktasıdır. Gerçekten gelecek 10 yılı hesaplayan, sadece mevcut mevzuatı değil, olabilecek değişiklikleri de, Şahin Beyin de bahsettiği gibi, serbest tüketici limitinin dereceli olarak azaltılması ve 2015 yılından itibaren tamamen kaldırılmasıyla birlikte oluşacak piyasayı ve bence yakınsama tartışmasıyla birlikte değerlendirilmesi çok önemlidir. Elektrik piyasasıyla doğalgaz piyasasının mevcut geleceği ve perakende satışıdaki etkilerinin tartışılması açısından çok önemli ve cesur bir karardır. Bu karar için Kurumu tebrik etmek istiyorum. Önemi ileride daha da göreceğimizi düşünüyorum.

İDO kararında, belki ekonomik kaygılardan dolayı, -çok yüksek bir rakama satıldı, “zaten bu o kadar etmezdi, kimse de rakip olmazdı” şeklinde düşünülmüş olabilir- görüşle karar uymuyor ama, bu durum yasaya aykırı bir durum değil.

“Şeker Fabrikaları” kararında da yine özelleştirmeye izin verilmiştir.

Sektörün rekabet hukukunda, Şahin Bey de bahsettiği, belki iş birliği protokollerinin daha da geliştirilmesi gerekir, çünkü çok detaylı bir düzenleme söz konusu oluyor ve bu düzenlenmiş piyasalar halk için, tüketiciler için çok önemli. Rekabet Kurumu ve dünyadaki diğer rekabet otoriteleri de bu işi tek başına çözemeyeceklerini anlamış durumdadır. Bir elektrik piyasasının, bir enerji piyasasının, bir elektronik haberleşme piyasasının, bankacılık piyasasının iş birliği olmadan çözülmesi çok zordur.

Türkiye’de Kamu İhale Kurumuyla Rekabet Kurumu arasında iş birliği protokolü var ama, bunun geliştirilmesi gerektiğini 2011 kararları gösteriyor, çünkü ihaleye fesat karıştırma kararlarında rekabet ihlalinin karar çok az çıkıyor.

2011 yılına ilişkin eleştirmek istediğim diğer bir durumsa, “teşebbüs” kavramı. Teşebbüs kavramında, sanırım “ekonomik birlik” kavramında biraz ileri gidildiğini düşünüyorum. Bu, şirketler hukukunun genel prensiplerini bazı konularda zedelemekte ve istenmeyen sonuçlara da yol açabilmektedir. İlk karar olan ŞOK-Ülker kararında, mevcut yorumun tam tersi yönde bir yorum yapılmıştır. Aslında ben baştan beri, ŞOK-Ülker’deki yorum şeklinde yorum yapılması gerektiğini savunuyorum; yani bir kontrol zincirinin oluşması lazım. Belli grubun, belli insanların, belli teşebbüslerin aynı teşebbüs olduğunu savunuyorsak, bunun bir kontrol zinciriyle desteklenmesi lazım. İlişkilerin, şahsi ve akrabalık ilişkilerinin direkt teşebbüs kavramını zedelemesi tehlikeli sonuçlar doğurabilecektir. Bu yönde 2011 yılında iki önemli karar var: “Bayburt İnşaat” ve “AjansPress-Interpress” kararı. Bayburt İnşaat 7-8 şirket ihaleye giriyor ama, bunlar, kardeşlerin, çalışanların, Bayburt İnşaat Grubundaki diğer çalışanların kardeşlerinin kurduğu şirketler. Bunları aynı teşebbüs saydığımızda hiçbirine ceza vermiyoruz, çünkü tek bir teşebbüs oluşmuş oluyor. Ortada, ihaleye fesat karıştırma yönünde güçlü deliller var.

Diğer karar ise, AjansPress-Interpress, AjansPress’le Interpress yanılmıyorsa iki amca oğlu tarafından sahip olunan şirketler. Bunları aynı teşebbüs sayıyoruz. AjansPress’le başka bir teşebbüsün birleşmesi bildirilmediği için hem AjansPress’e, hem Interpress’e ceza çıkmıştır. Interpress’in haberi dahi yoktur. Kararda, aslında AjansPress-Interpress arasında bir kartel varmış gibi de değişik deliller var. Kartel cezası verebilecekken, birleşmeyi bildirmemeden dolayı ceza çıkabilmektedir.

Bu şahsi ilişkilerin, ortak, aynı teşebbüs kavramına sebebiyet vermesi tehlikeli sonuçlar getiriyor. Bu nedenle kontrol zincirinin, yani birilerinin birilerini kontrol ettiği durumlarda, aynı kontrol zincirinin olduğu durumlarda

aynı teşebbüs birliği yorumuna dönülmesi, ŞOK-Ülker yorumuna dönülmesi bence daha uygun olacaktır. Denetimin daha sonra, yatay iş birliğinde-dikey iş birliğinde yapılması gerekir.

Özel hukuk davaları zaten gelişmediği için değinmiyorum.

Kararların yazımı:

Çok güzel karar çıkmış, ama iyi yazılmadığı için bozulmuş; bu, üzüntü verici bir durum, çünkü birkaç yıl kaybediliyor. Danıştay'da davalar 3-5 yılda geri dönüyor, tekrar bir karar çıkıyor. Yine biraz önce bahsedildi. Ben üniversiteden sonra rekabet hukukunu ilk duyduğumda BELKO kararı vardı. Yanılmıyorsam o zamanlar, 2000'li yıllarda ben Ankara'da yaşıyordum. BELKO kararının 2011 yılında sonuçlanmış olması, rekabet hukukunun caydırıcılığını ve etkisini de azaltıyor. Bu nedenle, kararların bütün gerekçeleri içermesi gerekir; bu, hukuki güvenlik, eşitlik ve yargısal denetimin sağlanması açısından da önemlidir.

Tarafların iddia ve savunmalarının kararda yer bulması gerekir; Danıştay'ın TEB kararı buna açıkça değinmektedir. Otomotiv kararında bir karşı oy yazısı, bunun detaylı yazılması gerektiğine, kime, neden, niçin ceza verildiğinin detaylandırılması gerektiğine değinmektedir.

Kararlarda ticari sır olarak kapatılan bazı hükümler aslında ticari sır değil. Yeni Ticaret Kanunu, EPDK'nin, BTK'nin raporları, SPK'nin kamuoyu aydınlatma yükümlüklerinde bu bilgiler var. Kararı okuyorum, pay oranlarını biliyorum, daha önceki hareketleri biliyorum, daha sonra gidip SPK Kamuyu Aydınlatma platformunda kararları bulup uyguluyorum. Karar yazılırken, zaten kamuya mal olmuş bir bilgi varsa, bu kararda yer alırsa bizim açımızdan, değerlendirenler açısından da çok faydalı olacaktır. Belki bir karar yazım birimi ya da karar yazımı için genel bir prensip oluşturulursa faydalı olabilecektir.

En son olarak da, uluslararası arenada rekabete değinmek istiyorum. "Uluslararası arena" deyince aklımıza hep Avrupa Birliği, Amerika Birleşik Devletleri gelmekte; benden önceki sunumlarda da genelde bu yönde kullanıldı. Dünyada neredeyse her ülkede rekabet hukuku var. Bu, IMF'nin, Dünya Ticaret Örgütünün, OECD'nin çalışmalarıyla gelişen ve bazı durumlarda yardım sağlama koşulu olarak rekabet hukuku olacak şekilde de zorlamalar var. Şili'de, Meksika'da, Güney Afrika'da, Gana'da, Zimbabwe'de, neredeyse bütün ülkelerde rekabet hukuku var. Rekabet hukukunun yayılması, rekabetçi piyasaların yayılması çok güzel bir şey. Ama seçici cezalandırma gibi bir tehlike var; yani bir rekabet otoritesi yabancı bir şirkete çok yüksek cezalar verebilir. İlla ki seçici cezalandırma var demiyorum. Mesela Nijerya 2011 yılında British Airways'e 250 milyon dolar ceza kesmiştir, Meksika'da 1 milyar dolarlık bir

ceza söz konusu. Bu, ülkelerin çok taraflı, ikili taraflı ya da Dünya Ticaret Örgütü altındaki anlaşmalarını yasal yollardan ihlal etmesine sebebiyet verebilir, hatta gizli kamulaştırmaya dahi yol açabilir. Bu yönde araştırmalarımı yaparken bir arkadaşımda bir dava olduğunu gördüm. Mesela Kazakistan Otoritesi bir Amerikan şirketine 124 milyon dolar ceza kesmiş, daha sonra 11 milyon, 15 milyon şeklinde sürekli ceza kesmeye başlamış, Amerika şirketi de bunu, hem İkili Yatırım anlaşmasına göre, hem de Enerji Şartı anlaşmasına göre Uluslararası İkili Yatırım Tahkimine taşımıştır. Eğer cezalar adil olmazsa ya da seçici cezalandırma olursa böyle bir durum da söz konusu olabilecektir.

Ceza yönetmeliği hukuka uygun çıkarılmış bir yönetmeliktir, Danıştay'ın da, -şimdiye kadar 10 civarı kararı vardır.- belirttiği gibi, kanuna uygun bir yönetmeliktir. Kanuna uygun bir yönetmeliğin İdare tarafından uygulanması gerekir. Umarım bundan sonraki kararlarda mevcut yönetmelik, eğer mevcut yönetmelik durumu tam yansıtmıyorsa, kavrayamıyorsa da, kanunun tekrar değiştirilmiş hâliyle yeni yönetmelik uygulanır diyorum.

Biraz, akademisyen olmaktan kaynaklı eleştirisel bir yaklaşım oldu ama, gelişmeler zaten anlatıldığı için bunların eleştirisinin yapılması gerektiğini düşündüm. Teşekkür ederim.





## Derya GENÇ

*Hukuk Bürosu Danışmanı*

---

Öncelikle organizasyonda emeği geçen herkese çok teşekkür ediyorum; beni buraya davet ettiğiniz için de çok teşekkür ediyorum.

Son konuşmacıyım ve çok fazla vaktinizi almaya niyetim yok. Şu ana kadar son derece ayrıntılı sunumlar yapıldı, birçok konuya değinildi, bu aşamada son konuşmacı olarak rolüm bir hayli sınırlı olacak. Yapılan sunumların kapsamı dışında kalan çeşitli önemli uluslararası gelişmeye değinebilirim. Son dönemlerde dünyada tartışılan konular nelerdir, 2011’de hangi rekabet hukuku konuları ön plana çıkmıştır ve bu gelişmelerden Türk Rekabet Kurumu adına hangi beklentiler geliştirilebilir, bunlara değinmek istiyorum; Yüksel’in anlattıklarına ilaveten ve üst düzeyde, ayrıntılara girmeden yapacağım sunumumu. Buna ilaveten, 2012 yılı için özel sektörün Rekabet Kurumundan bazı beklentilerine değineceğim; söz konusu beklentiler gündelik işlerimizde yaşadığımız bir takım fiili zorluklardan kaynaklanmıştır.

Küresel gelişmeler kapsamında ilk bahsetmek istediğim konu karteller. Dünyadaki bütün rekabet otoriteleri hâlâ çok aktif ve agresif bir şekilde karteller ile mücadeleye kaynak ayırmaya devam ediyor. Bugün itibarıyla dünyada 100’den fazla ülkede karteller ile mücadele için hukuki düzenleme mevcut. Bu mücadele artık evrensel bir hal almış durumda ve artık Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa Topluluğu an önemli odak noktası olmaktan çıktı; birçok ülke ciddi bir şekilde yaptırım uyguluyor.

Bir iki başlık hâlinde karteller alanında yaşanan yakın tarihli gelişmelere değinecek olursak, 2011 yılının tekrarlanan ihlallerin sıklıkla gündeme geldiği bir yıl olduğunu belirtmek gerekir. Tekrarlanan ihlaller nedeni ile birçok şirkete dünyada "ağırlaştırılmış" cezalar verildi. Bu çerçevede, Avrupa Birliği’nde 11 kartel kararında 14 şirket, daha önce başka kartellere de üye oldukları için ağırlaştırılmış cezalara tabi tutuldular. Önümüzdeki dönemlerde, Türk rekabet hukukunun da 15 yıllık bir geçmişi olduğu dikkate alındığında, Türkiye’de de ağırlaştırılmış cezaları daha çok göreceğimizi tahmin ediyorum. Belki bu cezalara sebebiyet veren anlaşmalar klasik ve bilinen türden anlaşmalar olmayacak ve bu anlaşmaların ortaya çıkarılması daha sofistike yaklaşımları gerekli kılacak.

2011 yılında karteller alanında gündemde olan bir diğer konu, rekabet otoritelerinin kendi yargı alanlarında etki doğuran yabancı kartelleri cezalandırması olmuştur. “LCD Panelleri” kararı ve “Özel Cam” kararlarında

Avrupa Komisyonu, Koreli, Tayvanlı ve Japon şirketlere ağır cezalar vermekten çekinmedi.

Bir ülkede başlayan bir kartel soruşturmasının başka ülkelerde de soruşturmaları tetiklemesi veya bir ürüne ilişkin başlayan bir soruşturmanın farklı ürünlere ilişkin kartel soruşturmalarına da yol açması "*cascading effect*" olarak tanımlanan bir olguyu ortaya çıkarmaktadır. Araba parçalarına ilişkin yürütülen kartel soruşturmaları bunun iyi bir örneği olmuştur; farklı bir çok türde ürüne ilişkin -ki buna farlar, emniyet kemerleri, motorlar, hava yastıkları gibi parçalar dahildir- farklı ülkelerde birbirini tetikleyen soruşturmaların yürütüldüğünü gözlemliyoruz. Avrupa Komisyonu, Amerika Birleşik Devletleri Adalet Birimi, Kanada Rekabet Bürosu ve Japonya Adil Ticaret Komisyonu bu konuyu mercek altına almıştır.

Yine, uluslararası alanda karteller ile ilgili tartışma konusu olan bir konu, savunma hakkının kullanılması anlamında kilit dokümanlara erişim konusu olmuştur. Bu, hem pişmanlık başvurularında, hem de diğer kartel davalarında gündeme gelmiştir.

Yüksel'in de değindiği, 2011 Avrupa Adalet Divanı Pfleiderer kararı bu anlamda çok önemli, zira Avrupa Birliği'nde bu konuda bir hukuki belirlilik ya da iyi yönde bir beklenti varken, bu kararlar bir belirsizlik ortamı yaratılmış oldu ve artık taraflar, paylaştıkları dokümanların gizliliğinin korunacağı konusunda eskisinden daha endişeli.

Amerika Birleşik Devletleri'nde de Adalet Birimi'nin (kriminal uygulamaların ortaya çıkarılmasına ilişkin) 2010 tarihli kılavuzunun, kriminal kartel davalarında avukat görüşlerinin/önerilerinin ifşa edilmesine imkan verdiği yönünde yorumlar bulunmaktadır. AU Optronics Davasında, neredeyse aktif işbirliğinde bulunan tüm taraflarca ve kişilerce sunulan avukat görüş ve önerileri, ifşa edildi. Gizlilik uygulamalarında ülkelerarasında da tutarsızlıklar var. Bu sebeple, farklı hukuk alanlarında aktiviteleri olan şirketlerin özellikle de pişmanlık başvurusu yaparken ulusal hukuk normlarını iyice tartmaları ve ülkelerin uygulamalarını bilmeleri gerekmektedir. Pişmanlık başvurusunun net faydasının açık olmadığı ve kilit dokümanlara erişim konusunda tedirgin edici uygulamaların olası olduğu hukuk rejimleri potansiyel başvurular üzerinde caydırıcı etki doğurmaktadır. Öte yandan, avukat görüşü almak ve şirket içi soruşturma yapmak konusunda da şirketler bakımından temkinli davranma gereği ortaya çıkıyor, zira bu uygulamalar soruşturma süreçlerinde hem açığa çıkabiliyor, hem de şirketlerin aleyhine kullanılabilir.

Karteller konusunda uluslararası alanda 2011 yılında öne çıkan bir unsur da yargısal aktivizm. 2011 yargı mercileri tarafından birçok kararın

bozulduğu, birçok cezanın önemli oranda aşağı seviyelere çekildiği bir yıl oldu. Bu konuda en ciddi gelişmelerin yaşandığı ülkeler İngiltere, Almanya, Fransa, Avustralya ve İsviçre. Bu ülkelerde mahkemeler, rekabet otoritelerinin verdiği kartel cezalarını yüzde 70'ler, yüzde 80'ler oranında azaltan veya tamamıyla iptal eden kararlar almaktan çekinmedi. Bu da, ceza verilmesi usullerinde reform yapılmasına dair bir ihtiyacı ortaya çıkardı (örneğin İngiltere'de cezalandırma politikası kamuoyu görüşüne açıldı).

Karteller alanında diğer bir önemli gelişme kişisel cezalara yönelik. Kişisel hapis cezaları, parasal cezalar ya da yöneticilerin diskalifiye edilmesi kartellerle mücadelede öne çıkan eğilimler oldu. Türkiye'de bu henüz dikkat çekici bir düzeyde değil, kişilere verilen para cezaları önemli düzeylerde değil, ancak rekabet kurallarının caydırıcılığının artırılması için önümüzdeki dönemde uluslararası eğilim takip edilebilir.

Karteller konusunu bir kenara bırakıp diğer rekabet hukuku konularına geçecek olursak, uluslararası arenada dikkat çeken bir konunun da tek taraflı fiyat deklarasyonları olduğunu belirtmek isterim. Gelişmiş ve yerleşik rekabet hukuku rejimlerinde sadece paralel fiyatlar değil, tek taraflı fiyat açıklamalarına da artık ülkeler şüpheyle yaklaşabiliyor. Daha önceden rekabet hukuku düzenlemelerinde bu konu bir ihlal olarak görülmezken, artık ihlal olarak değerlendirilmeye başlandı. Avrupa Birliği, Yatay İşbirliği Kılavuzunda bu konuya ilişkin yeni bir bölüm ekledi. Belçika'da ise tek taraflı fiyat açıklamaları konusunda bir inceleme mevcut. Avustralya'da daha da ileriye gidildi ve bu konuda bir kanun çıkartılarak bu uygulama ihlal olarak kabul edildi. Tabii ki sektörel özellikler ve belirli bir sektördeki rekabet dinamikleri önemli, bu türden açıklamalara ilişkin genelleştirilebilecek bir kural yok ancak Türkiye'de de, pazardaki olası etkileri dikkate alınarak, tek taraflı fiyat açıklamalarına önümüzdeki dönemlerde daha fazla dikkat gösterilebilir. Bugün itibarıyla gelişmekte olan rekabet hukuku rejimlerinde, odak noktası hâlâ paralel fiyatlandırma.

Çok fazla değinildi, üstünde çok durmaya gerek yok ancak, uluslararası alanda öne çıkan diğer bir konu rekabet kurallarına uyum oldu. 2011 yılı, rekabet otoritelerinin uyum konusuna kaynak ayırdığı ve uluslararası alanda en iyi uygulamaların ("*best practice*") ortaya çıktığı bir yıl oldu. İngiltere, Fransa ve Avrupa Birliğinde uyum kılavuzları çıkarıldı. Bu konuda Türk Rekabet Otoritesi de faydalı bir adım attı ve uyum programını yayınladı.

Birleşme ve devralmalar konusunda da dünyada öne çıkan bazı gelişmeler oldu: Bize de yöneltilen de bir soru olduğu için en çok dikkatimizi çeken konu azınlık payların veya eşik altı işlemlerin kontrolü oldu. Avrupa Birliği'nde bu konuda ciddi bir ilgi ve boşluğu doldurma hevesi var. Komisyon

2011 Temmuz’unda bir ihale düzenledi; ihale, 27 üye devlette azınlık haklarıyla ilgili bir veri tabanı oluşturulması için yapıldı. Azınlık hakları incelenirken bazı konu başlıklarına dikkat edilecek: Bunlar kısmi tek yönlü etkiler, koordinasyon riski ve hassas bilgi paylaşımı. Dolayısıyla, önümüzdeki dönemlerde sadece kontrole yol açan hissedarlıkların değil, azınlık paylarının da rekabet otoritelerinin inceleme alanına daha sıklıkla girmesi beklenmekte. Amerika Birleşik Devletleri Yatay Birleşmeler Kılavuzunda şimdiden bu konu yerini buldu. Artık, üç zarar teorisi çerçevesinde, etkin kontrole yol açmayan azınlık payları incelemeye konu oluyor. Bu zarar teorileri şunlar: (i) Rekabet güdüsünde azalmaya yol açıyor mu, açmıyor mu? (ii) Koordinasyon riski yaratılıyor mu? (iii) Hassas bilgi paylaşımına yol açıyor mu?

Azınlık paylarının kontrolünün Türk Rekabet Otoritesinin de gündemine gelmesi beklenmekte. Ancak azınlık paylarının kontrolü ile birlikte birtakım endişeler de gündeme gelecek. Bugüne kadar kontrole dayalı zorunlu bildirim sistemi yerleşik ve iyi bilinen normları ortaya çıkardı; şirketler iş hayatlarını, ortaklık planlarını buna göre organize edebiliyor ve burada bir hukuki belirlilik var. Kontrolde bağımsız bir şekilde azınlık paylarının da birleşme ve devralma analizine konu olması, üzerinde çok dikkatle durulmasını ve dikkatli bir şekilde yeni prensipler oluşturulmasını gerektirecek. Hukuki belirlilik açısından bir risk doğuracağı kuşkusuz.

Uluslararası arenada birleşme ve devralmalar alanında tartışılan bir diğer konu ise, aynı sektörde peş peşe yapılan bildirimler. Samsung/Seagate, Hitachi/Western Digital kararları çok önemli; Yüksel’in veya Orçun’un sunumunda bu kararlara değinildi. Avrupa Birliği bu tip dosyaları, ilk başvuran prensibine göre inceliyor ve ilk başvuran, daha önce o sektörde başka bir birleşme olmamış gibi daha avantajlı bir şekilde inceleniyor, ancak ardından gelen başvuru, ilk işlemin gerçekleştiği ve daha yoğunlaşmış bir piyasada bir inceleme geçirmek durumunda kalıyor. Bunun dezavantajları, biraz önce bahsettiğim kararlarda yaşandı, ikinci başvuran işleme taahhütlerle izin verildi. Türkiye’de de bu iki karara ilişkin bildirim yapıldı ve benzer bir dezavantajın burada da yaşandığını söyleyebiliriz; ilki rahat bir izinle geçmişken ikinci işlem nihai incelemeye alındı.

Öte yandan, yine birleşme ve devralmalarla ilgili uluslararası düzeyde tartışılan bir konu da davranışsal taahhütlerin kabul edilip edilemeyeceği konusu oldu. Özellikle Amerika’da, davranışsal taahhütlere artık daha fazla itibar ediliyor, özellikle de dikey ve konglomera birleşmelerde, davranışsal taahhütlerle hem rekabet sorunlarının çözüleceği, hem de birleşmelerin getireceği etkinliklerin de korunabileceği gözetilerek, bu türde taahhütler etkin bir araç olarak değerlendiriliyor. İleriki dönemlerde Türk Rekabet Otoritesinin

de, yerinde olduğu ölçüde davranışsal çözümlere daha fazla itibar etmesi söz konusu olabilir.

Davranışsal çözüm önerilerine birkaç örnek vermek gerekirse, bir tanesi, ayrımcılık yapmama taahhüdü; bunu Comcast kararında görüyoruz. Bir diğeri zorunlu lisanslama; bunu “Ticketmaster” kararında görüyoruz. Öte yandan, koruma duvarı getirilmesi (*firewall*) ile ilgili taahhüde Ticketmaster kararında rastlıyoruz.

Uluslararası gelişmeler bir yana, son olarak Türk rekabet hukuku uygulamasına ilişkin bazı görüş ve beklentileri gündeme getirmek istiyorum. 2011 yılında en çok hangi alana mesai ayırdık diye sorulacak olursa, cevap kesinlikle yeni Birleşme ve Devralmalar Tebliği olur. Sıklıkla yaşanan yurt dışında gerçekleşen işlemlerin bildirimine tabi olup olmadığı tartışmaları aslında yeni tebliğ ile getirilmeye çalışılan hukuki belirliliğin arzu edilen düzeyde sağlanamadığını ortaya koydu. Bunun da temel sebebi, etkilenen pazar kriterinin eşik testine katılmış olması.

Etkilenen pazar kriterinin eşik testinde olması birkaç yönden zararlı oldu: İlki hukuki belirliliği zedelemesi, ikincisi de, ilgili pazar ve etkilenen pazar kavramlarını esnetmesi ve bozması. Bu iki husus uygulamada tutarsızlık yarattı. Eşik testinde farklı bir etkilenen pazar yaklaşımı, ama rekabetçi etkilerin değerlendirilmesinde daha doğru ve pazar tanımı kriterlerine uygun bir etkilenen pazar tanımı ve yaklaşımı geliştirmek ve bunu, Türkiye’de yatırım yapmak isteyen yabancı şirketlere anlatmak durumunda kaldık. Esasında, eşik testinde, etkilenen pazar kriterinin çıkarılmasıyla istenilen hukuki belirlilik çok daha üst düzeyde sağlanabilecek. Öte yandan, eğer etkilenen pazar kriteri çıkarılırsa belki uluslararası ciro eşiğinin tekrar revize edilmesi gündeme gelebilir. Bunlar herhâlde 2012’de, zaten yeni tebliğin revize edilmesi gündemdeyken tartışılacak konular olacaktır.

Yatay birleşmelere ilişkin bir kılavuz çalışması olduğunu duymak mutluluk verici oldu; bu çok önemli bir ihtiyacı karşılayacak. Birbiriyle rakip şirketler Türkiye pazarını da etkileyecek işlemler yapacakları zaman nasıl bir değerlendirmeye karşı karşıya olacaklarını bilmek istiyorlar. Bu konuda çok net bir yol çizmek mümkün olmayabiliyor, çünkü birbiriyle çelişkili kararlar var, çok yüksek düzeyde pazar payları olduğu hâlde taahhütlerle izin verilen kararlar var ama, daha az düzeyde pazar paylarının olduğu durumda da sorunlar, teşhis edilen kararlar var. Net bir yön gösterme rolümüz olamıyor. Bu kılavuz çıkarsa çok faydalı olacağı beklentisini taşıyoruz.

