

REKABET KURUMU

ÇEYREK ASIRLIK

Her dosyada birden fazla uzmanımız çalışıyor ve her birinin bir yıldan fazla emeği oluyor. İşin mutfağında çok ciddi, derin çalışma ve tartışmalar yapıyor.



Ferhat Topkaya
Rekabet Kurumu Başkan Yardımcısı

Faaliyetine 5 Kasım 1997 tarihinde başlayan Rekabet Kurumu bu yılın Kasım ayında 25. yılını doldurmuş olacak. İlk yıllarımızda rakiplerinin fiyat kırarak kendileriyle rekabet ettiklerini şikayet eden bakkallardan, bugün verilerini bir platformdan diğerine taşımasına izin verilmediğinden şikayetçi olan işletmelere uzanan dolu dolu 25 yıl... Peki, 25. yılımızda neredeyiz, biraz ondan bahsedelim.

“Tüketicileri yönlendiren algoritma”

Rekabeti, kurallarının 4054 sayılı Kanun ile belirlendiği bir oyun olarak kabul edebiliriz. Kurum olarak kartelleşmeyi ve tekelleşmeyi engellemek, tüketici faydasını artırmak, piyasa mekanizmasının sağlıklı bir şekilde işlemesine katkı sağlamak, uluslararası rekabet gücünün artırılmasına katkıda bulunmak, giriş engellerini azaltarak yatırım ortamının sağlıklı işlemesini temin etmeyi amaçlıyoruz.

Firmaların ticari olarak başarılı olmalarının bilinen iki yolu var. Biri etkin ve başarılı girişimcilik ve iş zekası ki, bu bizim koruma altına aldığımız bir pazar yapısıyla mümkün olabilir. Diğeri de giriş engellerinin, yoğunlaşmanın ve rekabet aksaklıklarının olduğu bir pazar yapısında piyasa dışına çıkan ya da hiç giremeyen rakiplerin baskısını ortadan kaldırmak ya da rakiplerle rekabete aykırı işbirliği yapmak.



Ticaretin zorunlu mağazası dijital platform

Oyunun amacı aynı ama gelişen teknoloji ile birlikte oyunun şekli her geçen gün değişiyor. Eskiden tüketicilerin tercihlerine göre şekillenen bir dünyadan, "büyük veri" ve "algoritma"larla tüketicilerin tercihlerinin şekillendirildiği bir dünyaya evriliyoruz. Alıcıları ve satıcıları bir araya getiren platformlar günlük hayatımızın vazgeçilmez birer parçası oluyorlar. Üreticiler ürünlerini tüketicilere ulaştırmak için platformlara bağımlı hale geliyorlar: Google, Facebook, Twitter, Trendyol, Hepsiburada, Sahibinden, Android, Microsoft, YouTube, Netflix, TikTok ilk aklı gelen platformlardan...

Rekabet Kurumu yürüttüğü soruşturmalar ve sektör araştırmaları ile piyasaları, özellikle de dijital piyasalardaki gelişmeleri yakından takip ediyor. Son 5 yıl içerisinde Google, Yemek sepeti, Sahibinden, Çiçek Sepeti, Facebook gibi büyük dijital platformlar hakkında tamamlanan ve yürütülen soruşturmalar var. 15-20 yıl önceki klasik teorilerle bugünkü dijital dünyayı anlamaya çalışmak imkânsız, dolayısıyla değişim kaçınılmaz. Ticaret Bakanlığımızın koordinasyonunda, dijital pazarların ve önemli pazar gücüne sahip teşebbüslerin belirlenmesi ve hangi yükümlülöklere tabi olacakları esasında bir yasa çalışmasını tamamlamak üzereyiz. 12 Ekim'de Avrupa Birliđi Resmî Gazetesinde yayımlanarak yürürlüğe giren dijital pazarlar yasası ile neredeyse eş zamanlı olarak hazırlıklarımızı tamamladık. Belki de bu satırları okuduğunuz sıralar oyunun yeni kurallarını belirlemiş de olabiliriz.

İnternet hızının 56 Kbps olduğu dönemlerde çevirmeli bağlantıları konu edinen soruşturmalarla başlayan teknoloji yolculuğundan bugün dijital platformlara özgü hazırlanan yasa

Rekabet Kurumu yürüttüğü soruşturmalar ve sektör araştırmaları ile piyasaları, özellikle de dijital piyasalardaki gelişmeleri yakından takip ediyor.

”



tasarısı ile geldiğimiz nokta geçen yılları çok güzel özetliyor aslında.

Çekinmekte haklılar

Sadece teorik yaklaşımlarımızda değil; inceleme tekniklerimizde de çağa ayak uydurduk. Günümüzde hemen herkes günlük yaşamında dijital izler bırakıyor. Bırakılan izler bir rekabet ihlaline işaret ediyorsa delile dönüşüyor ve dosyaya dahil ediliyor. 90'lı yılların sonunda ajanda sayfaları arasında delil ararken, şimdi yüksek teknoloji cihazlarla akıllı telefon analizleri yapıyoruz. Son dönem artan soruşturmaların ve cezaların arkasında da bu yatıyor aslında.

Kendi etkinliğine odaklı çalışan, işini hukuka uygun ve doğru yapan firmaların faaliyetlerine ve yatırımlarına güvenle devam etmeleri için uygun bir ortam sağlamaya çalışıyoruz. Mevzuatı görmezden gelen firmalar ise bizden çekiniyorlar. Bu konuda söylenebilecek tek bir şey var aslında: Çekinmekte haklılar...

Rekabet Kurumu çok değişti

Sadece rekabet hukuku alanında değil; bilişim ve ekonomik analiz alanında da çok ileri seviyedeyiz. Son dönem kurumumuzun ön plana çıkmasında hatta çok agresif olduğumuz iddialarının arkasında deneyimli ve sürekli kendini yenileyen meslek personelimizin etkin ve özverili çalışmalarının olduğunu söylemek yanlış olmaz.

Evet Rekabet Kurumu çok değişti ve değişmeye de devam edecek. Değişen dinamiklere ayak uydurmak ve hatta beklenenin bir adım ötesine geçmek için de her zamankinden daha da çok çalışacak. Bugün, Amerika ve İngiltere gibi rekabet hukuku alanında oldukça fazla tecrübesi olan ülkelerden, Avrupa Komisyonundan görüşme talepleri geliyor. Kurumumuzun ilk yıllarında tecrübelerinden faydalandığımız yabancı otoritelerle bugün biz kendi tecrübelerimizi paylaşıyoruz.

Rekabet hukuku Rekabet Kurumu'nda öğrenilir

Rekabet Kurumu olarak insan kaynağına da çok ciddi yatırım yapıyoruz. Kurumumuzda 20 yılı aşkın süredir

Eskiden tüketicilerin tercihlerine göre şekillenen bir dünyadan, “büyük veri” ve “algoritma”larla tüketicilerin tercihlerinin şekillendirildiği bir dünyaya evriliyoruz.

görevde olan deneyimli uzmanlarımız var. Her dosyada birden fazla uzmanımız çalışıyor ve her birinin bir yıldan fazla emeği oluyor. İşin mutfağında çok ciddi, derin çalışma ve tartışmalar yapılıyor. Kamuoyuna yansıyan yüzlerce sayfalık çalışmaların ardında büyük bir emek var. Her yıl pırıl pırıl, yeniliğe ve gelişime açık gençler alıyoruz. Oldukça yoğun bir eğitim süreci sonrasında işin mutfağına giriyorlar ve işi mutfağında öğrenmeye devam ediyorlar. Şunu açıklıkla dile getirebilirim: Rekabet hukuku Rekabet Kurumunda öğrenilir.

Şu an tez jürisinde görevli olmam sebebiyle okumakta olduğum 16. Dönem uzman yardımcılarının 19 tezi var. Uzman yardımcılarımız hazırladıkları birbirinden nitelikli tezler ile uzman olmak için ter döküyorlar. Dijital pazarlarda birlikte işlerlik, mobil uygulama mağazalarında rekabet, platformlar ve ticari kullanıcılar

arasındaki haksız sözleşme şartları, dijital pazarlarda veri kaynaklı endişeler, dijital piyasalara etkili müdahale arayışları gibi dijital piyasalar üzerine detaylı tezler olduğu gibi; yok edici devralmalar, geçici tedbir kararları, kişiselleştirilmiş fiyatlandırma, büyük teknoloji şirketlerinin finansal hizmetleri gibi geniş bir alana yayılan tezlerle rekabet hukuku literatürüne de büyük katkı sağlanıyor.

Literatür kadar kendimizi kamuoyuna anlatmak da önemli. Son dönem özellikle küçük ve orta ölçekli işletmeler ve tüketicileri ilgilendiren kararlarımızı anlatmak için sosyal medya hesaplarımız üzerinden hazırladığımız animasyonları yayımlıyoruz. Biz de günümüz iletişim araçlarından maksimum seviyede yararlanarak, toplumun her kesimini rekabet konusunda bilgilendirmeye ve bilinçlendirmeye çalışıyoruz.

Yazıyı animasyonlarımızın sonunda yinelediğimiz bir cümle ile sonlandıralım: “Rekabet Kurumu ... kendisine yasalarla verilen görevleri kararlıkla yerine getirmeye devam edecektir”.