

REKABET İKTİSADI ÇERÇEVESİNDE
MONOPSON
(Tek Alıcı)

Burak BÜYÜKKUŞOĞLU

ANKARA 2004

© Bu eserin tüm telif hakları
Rekabet Kurumuna aittir. 2004

İlk Baskı, Mayıs 2004
Rekabet Kurumu-Ankara

Bu kitapta öne sürülen fikirler eserin yazarına aittir;
Rekabet Kurumunun görüşlerini yansıtmaz.

24/04/2002 tarihinde
Rekabet Kurumu Başkan Yardımcısı İsmail Hakkı KARAKELLE
Başkanlığında, 3 No'lu Daire Başkanı Erkan YARDIMCI,
Baş Hukuk Müşaviri Doç. Dr. Osman Berat GÜRZUMAR,
Prof. Dr. Ejder YILMAZ ve Prof. Dr. Erdal TÜRKKAN'dan oluşan
Tez Değerlendirme Heyeti önünde savunulan bu tez,
Heyetçe yeterli bulunmuş ve Rekabet Kurulu'nun 28/05/2002 tarih ve
02-32/374 sayılı toplantısında "Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi"
olarak kabul edilmiştir.

ISBN 975-8301-90-X

YAYIN NO

0148

Dedem
Mustafa SOKULLU'ya...

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

SUNUŞ	
KISALTMALAR	
GİRİŞ	

Bölüm 1 MONOPSON TEORİSİ ve MONOPSON GÜCÜ

1.1. MONOPSON ve MONOPSON GÜCÜ TANIMLARI.....	
1.2. MONOPSON TEORİSİ	
1.3. MONOPSONUN TOPLUMSAL REFAH ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ.....	
1.4. MONOPSON GÜCÜNÜN UYGULANABİLMESİ İÇİN GEREKLİ ŞARTLAR.....	
1.5. MONOPSONİSTİK GÜCÜN ÖLÇÜLMESİ	

Bölüm 2 İKİ YANLI MONOPOL

Bölüm 3 REKABET HUKUKU AÇISINDAN MONOPSON

3.1. TEK BİR FİRMA TARAFINDAN GERÇEKLEŞTİRİLEN EYLEMLER.....	
3.1.1. Alım Pazarında Düşük Fiyat.....	
3.1.2. Alım Pazarında Yıkıcı Fiyatlama	
3.1.3. İşlem Yapmayı Reddetme.....	
3.2. ALIM ANLAŞMALARI.....	
3.2.1. Monopsonistik Anlaşmalar	
3.2.2. Birlikte Alım	
3.2.2.1. AB’de Birlikte Alım	
3.2.2.2. Muafiyet Değerlendirmesi	
3.2.2.3. AB’de Birlikte Alımla İlgili Davalar	
3.2.3. Alım Anlaşmalarının ABD Uygulamaları.....	
3.2.3.1. ABD Mahkemeleri.....	
3.2.3.2. ABD Adalet Bakanlığı	
3.2.4. Alım Anlaşmalarında Monopson Gücünün Değerlendirilmesi.....	

3.2.4.1. Monopsonun Monopol Analizinden Farklılıkları	
3.2.4.2. Diğer Hususlar	
3.3. MONOPSON'DA BAZI ÖZEL DURUMLAR	
3.3.1. Arzın Katı Olması ve Ürünlerin Çabuk Bozulması Durumu.....	
3.3.2. "Hep veya Hiç Vakaları" ("All-Or-None Supply Cases").....	

Bölüm 4
REKABET HUKUKU'NDA MONOPSON ve
BİRLEŞME/DEVRALMALAR

4.1. MONOPSON ve YATAY BİRLEŞMELER	
4.1.1. Genel Olarak	
4.1.2. ABD'de Birleşme/Devralmalarda Monopson	
4.1.3. AB'de Birleşme/Devralmalarda Monopson	
4.2. MONOPSON ve DİKEY BİRLEŞMELER	

Bölüm 5
REKABET HUKUKU'NDA
KARŞILIKLILIK (RECIPROCITY)
ve MONOPSON

5.1. KARŞILIKLILIK KAVRAMI.....	
5.2. KARŞILIKLILIK TÜRLERİ.....	
5.2.1. Zorlayıcı Karşılıklılık (Coercive Reciprocity)	
5.2.2. Gönüllü Karşılıklılık (Voluntary Reciprocity)	
5.2.2.1. Birlikte Patronaj (Mutual Patronage).....	
5.2.2.2. Savunmacı Karşılıklılık (Defensive Reciprocity)	
5.3. KARŞILIKLILIKLA İLGİLİ DAVALAR.....	

Bölüm 6
TÜRK REKABET HUKUKU AÇISINDAN
MONOPSON

6.1. RKHK'UN 4'ÜNCÜ MADDESİ AÇISINDAN MONOPSON	
6.2. RKHK'UN 6'NCI MADDESİ AÇISINDAN MONOPSON	

SONUÇ	
ABSTRACT	
KAYNAKÇA	
EKLER	

SUNUŞ

Rekabet Kurumu 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun tarafından kendisine verilen görevleri yerine getirmenin yanısıra düzenlediği bilimsel etkinliklerle ve yayımladığı eserlerle toplumda rekabet kültürünün yaygınlaştırılmasını da hedeflemektedir. Çeşitli illerde düzenlenen panel ve sempozyumlar, Kurum tarafından çıkarılan Rekabet Dergisi ve diğer yayımlar, mutad hale gelen ve alanında uzman konuşmacılarla konuların geniş bir yelpazede tartışıldığı, herkesin katılımına açık olan Perşembe Konferansları bunun örneklerini oluşturmaktadır.

Kurum tarafından uzmanlık tezlerinin bir seri halinde yayımlanması da bu faaliyetlerin bir parçasını teşkil etmektedir. Rekabet uzman yardımcılarının üç yıllık uygulama birikimleri ile yoğun mesleki eğitim ve araştırmalarını yansıtan uzmanlık tezleri hem Rekabet Kurumu'na hem de diğer ilgililere ışık tutacak önemli birer kaynaktır. Bu tezlerin bir bölümünde rekabet hukuku ve politikasının temel konu başlıklarını içeren teorik hususlar irdelenmiş, diğerlerinde ise rekabet hukuku uygulamaları bakımından öne çıkan sektörlerle ilişkin çalışmalar yapılmıştır. Tezlerden bazılarının ait oldukları alanlarda yapılan ilk akademik çalışmalar olmasının yanısıra, bu eserlerin Türkiye'nin halen yürütmekte olduğu ekonomik serbestleşme sürecine de yardım edecek nitelikler taşıdığına inanıyoruz.

Rekabet uzmanlığına yükselme tezleri yaklaşık üç yıllık uygulama deneyiminin ve yurt içi ve yurt dışı eğitim sürecinin ardından, titiz bir akademik araştırma çabasının neticesi olarak ortaya çıkmış ürünlerdir. Ele alınan konular bakımından kaynak olarak kullanılabilir yerli eserlerin yok denecek kadar az olmasının getirdiği zorluk ve ilk olmanın yüklediği sorumluluktan doğan baskı bu çalışmaların değerini bir kat daha arttırmıştır.

Rekabet Kurumu tarafından yayımlanarak ilgililerin ve araştırmacıların hizmetine sunulan bu tez serisini, rekabet hukuku ve politikaları alanındaki bilimsel çalışma sayısının yeterli düzeye ulaşmaktan henüz uzak olduğu ülkemizde önemli bir açığı kapatacağı inancıyla kamuoyuna sunuyoruz.

Prof. Dr. M. Tamer MÜFTÜOğLU

Rekabet Kurumu Başkanı

KISALTMALAR

A	: Arz
AB	: Avrupa Birliği
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
AC	: Average Cost (Ortalama Maliyet)
ATAD	: Avrupa Topluluğu Adalet Divanı
BPI	: Alım Gücü İndeksi ("Buying Power Index")
Bkz.	: Bakınız
C.M.L.R.	: Common Market Law Reports
CR	: Yoğunlaşma Oranı ("Concentration Ratio")
D_Q-C_T	: Ortalama Net Hasıla
D_x	: Talep eğrisi
e	: Arz esnekliği
ECR	: European Court Reports
FTC	: Federal Trade Commission (Federal Ticaret Komisyonu)
HHI	: Hirschmann-Herfindahl İndeksi
MC	: Marjinal Maliyet ("Marginal Cost")
MFC	: Marjinal Faktör Maliyeti ("Marginal Factor
Cost")	
MFm	: Marjinal Faktör Maliyeti
MR	: Marjinal Hasıla ("Marginal Revenue")
MRP	: Marjinal Ürün Değeri ("Marginal Revenue of Product")
OECD	: İktisadi Kalkınma ve İşbirliği Örgütü ("Organisation for Economic Cooperation and Development")
OF	: Official Journal (Resmi Gazete)
OFT	: Office of Fair Trade (Adil Ticaret Ofisi)
n	: Küçük firmaların talep esnekliği
R.G.	: Resmi Gazete
RKHK	: Rekabetin Korunması Hakkında Kanun
S	: Pazar payı
T	: Talep
U.S.	: Birleşik Devletler (United States)
v.	: Karşı (versus)
Vol:	: Sayı (volume)

GİRİŞ

Ekonomik hayatta teŖebbüslerin faaliyet gösterdiği pazarları hammadde alımı yapılan pazarlar ve bu hammaddeyle üretilen ürünlerin satıldığı pazarlar olarak ikiye ayırmak mümkündür. Rekabet hukukunun bir asrı aşan geçmişinde genellikle teŖebbüslerin satış yaptığı piyasalar incelenmiş, satış kartelleri ve tekelleri her yönüyle değerlendirilmiş, rekabet kanunları anılan pazarlardaki ihlalleri gidermek amacıyla yayımlanmıştır. Diğer yandan iktisat kitapları da aynı doğrultuda bir yöntem izlemiş, tam rekabet, monopol ve oligopol pazarları ayrıntılarıyla incelenirken alım tekelleri (monopson) konusuna genellikle çok kısa ve işgücü piyasaları çerçevesinde değinilmiştir.

Mikro iktisat ve rekabet hukuku ile ilgili kaynaklarda pazarın alım yönüne pazarın satış yönü kadar yer verilmemesinin çeşitli ve haklı gerekçelerinin olabileceği düşünölmektedir. Öncelikle nihai ürün pazarlarının alım pazarlarına göre daha fazla göz önünde olması ve tüketicileri doğrudan ilgilendirmesi anılan gerekçelerden biri olarak görölebilir. Ayrıca alım pazarlarındaki yoğunlaşma oranlarının satım pazarlarına göre daha düşük olması, bu pazarların satım pazarlarına göre daha rekabetçi bir konumda bulunması ve alım tekellerine piyasalarda sıkça rastlanılmaması diğer nedenler olarak ileri sürölebilir. Ancak yine de piyasaların aynı zamanda bir alım yönü olduğu ve bu pazarlarda da rekabetin ihlal edilebileceği hususunun göz ardı edilmemesi gerektiği düşünölmektedir.

“Rekabet İktisadı Çerçevesinde Monopson (Tek Alıcı)” başlığını taşıyan tezde, monopson ve monopson gücü hammadde alımları çerçevesinde incelenmekte, ayrıca belki de monopsonun en tartışmalı konusu olan teŖebbüsler arasında yapılan hammadde alım anlaşmalarına, (satıcılar arasında yapılan anlaşmaların monopol etkisi yaratması gibi) pazarda monopson gücü yaratma olasılığı bulunması nedeniyle yer verilmektedir. Öte yandan monopsonun hammadde alım pazarlarının yanısıra perakende sektörünü ve ihale pazarlarını da kapsadığı bilinmesine karşın, anılan konulara, ayrı birer tez konusu olacak kadar geniş kapsamlı olmaları, üstelik ihale pazarlarının kendine ait özellikler taşıması sebebiyle değinilmemektedir.

Monopson ve alım anlaşmalarıyla ilgili olarak fazla araştırma yapılmış olmamasının yanında, anılan konulara rekabet hukuku bağlamında nasıl yaklaşılması gerektiği hususunda da bir görüş birliği oluşmamıştır. Tartışmanın taraflarından bir grup, monopol gücünün tersi olan monopson gücüyle birçok pazarda sıkça karşılaşıldığını, bu gücün uygulanmasının tıpkı monopolde olduğu gibi olumsuz etkiler doğurduğunu ve rekabet otoritelerinin monopson ve monopolü aynı çerçevede değerlendirmesi gerektiğini ileri sürmektedir. Diğer görüşü savunanlar ise monopson gücünün piyasalarda nadiren görülebileceğini, üstelik birçok durumda alıcıların biraraya gelmesinin tüketicilerin yararına sonuçlar doğurduğunu, bu nedenle monopsonla monopolün birbirlerinden ayrı olarak değerlendirilmesi gerektiğini ifade etmektedir.

Alım kartelleri, monopson ve alım gücü ile ilgili olarak yurtdışı uygulamalarına bakıldığında Avrupa Birliği (AB) uygulamaları bağlamında bu konularda, son yıllara kadar fazla çalışma yapılmamış olduğu ve az sayıda dava bulunduğu görülmektedir. Ancak perakende sektörünün hızlı gelişim süreci Birliğin alım gücüne yönelik çalışmalar yapmasını sağlamış olsa da yapılan analizler genellikle bu sektörle sınırlı kalmıştır. ABD’de ise monopson ve alım kartelleriyle daha yoğun bir şekilde ilgilenilmiş, bu konuda mahkemelerde sayıları çok olmamakla birlikte önemli davalar görülmüştür.

Rekabet hukuku uygulamalarının ağırlıklı olarak nihai ürün pazarlarını esas alması nedeniyle, bu alanda yazılmış kaynaklarda alım pazarlarına çok kısa değinilmekte veya hiç değinilmemektedir. Dolayısıyla tez konusunun seçilmesinde hem rekabet hukuku, hem de mikro iktisat bağlamında monopson konusunda kıt olan kaynakları biraraya getirme, bu hususta yukarıda kısaca belirtilen farklı görüşleri ortaya koyma ve rekabet otoritelerinin monopson vakalarına ne şekilde yaklaşması gerektiğini araştırma isteği belirleyici olmuştur. Ancak ilgili kaynakların kıt olması tezin yazım sürecinde bir takım zorlukları da beraberinde getirmiş, konuyla ilgili bütün dokümanlara ulaşılmaya çalışılsa da belli bölümlerde tek bir kaynağa bağımlı kalınmasının sıkıntısı yaşanmıştır. Tezin diğer bölümlerinde ise konuyla ilgili bütün görüşlerin sunulmasına çalışılmıştır.

Bu bağlamda, tezin birinci bölümünde monopson teorisi ve monopson gücüne, ikinci bölümünde ise iki yanlı monopol durumuna değinilmektedir. Üçüncü bölümde rekabet hukuku açısından monopson, tek firma tarafından gerçekleştirilen eylemler ve birden fazla teşebbüs tarafından gerçekleştirilen eylemler olarak iki ayrı kısımda değerlendirilmeye çalışılmaktadır. Dördüncü bölümde birleşme/devralmalarda monopson durumu işlenmektedir. Beşinci bölümde karşılıklılık kavramı, altıncı bölümde ise Rekabetin Korunması Hakkında Kanun çerçevesinde alım anlaşmaları ve monopson konusu incelenmektedir.

BÖLÜM 1

MONOPSON TEORİSİ ve MONOPSON GÜCÜ

Bu bölümde öncelikle monopson ve monopson gücü tanımları, monopson teorisi ve monopsonun toplumsal refah üzerindeki etkileri incelenecek; alım gücünün uygulanabilmesi için gerekli şartlara değinildikten sonra bu gücün ölçülebilmesi ile ilgili tartışmalara yer verilecektir.

1.1. MONOPSON ve MONOPSON GÜCÜ TANIMLARI

İktisat literatüründe piyasalara, piyasanın durumuna ve piyasada faaliyet gösteren teşebbüslerin sayısına göre farklı isimler verilmektedir. Çok sayıda alıcı karşısında tek bir satıcının bulunduğu piyasalara monopol, az sayıda satıcının yer aldığı piyasalara oligopol, çok sayıda satıcının olduğu pazarlara tam rekabetçi, farklılaştırılmış ürünler satan çok sayıda satıcının faaliyet gösterdiği pazarlara ise monopollü rekabet piyasaları denilmektedir. Diğer yandan çok sayıda satıcının karşısında tek bir alıcının olduğu piyasalara monopson, az sayıda alıcının olduğu piyasalara oligopson adı verilmektedir. Ayrıca monopsonist firmayla bir monopolün karşı karşıya geldiği piyasalar iki yanlı monopol, az sayıda alıcı ve satıcının biraraya geldiği piyasalar ise iki yanlı oligopol olarak adlandırılmaktadır.

Yukarıda ifade edilen monopson kavramı ve monopsonistik pazarlar bu konuda çalışma yapan yazarlar tarafından farklı şekillerde tanımlanmaktadır. Bazı yazarlar monopsonu bir teşebbüs, bazı yazarlar ise bir piyasa çeşidi olarak ifade etmişlerdir. Monopsonun en yaygın ve bilinen tanımı Pindyck ve Rubinfeld (2000, 352)'in de belirttiği şekilde “*tek alıcısı olan pazardır*”. Monopson, Seyidoğlu (1992, 596) tarafından *alıcı monopolü*; Blair ve Harrison (1993, 36) tarafından *monopoldeki arzın monopsonda talep şeklini alması ve firmanın belli gereksinimlerini karşılarken alım gücüne sahip olması*, Besanko ve Braeutigam (2001, 503) tarafından *tek bir alıcının birçok satıcıdan alım yapma hali*; benzer şekilde Dobson, Waterson ve Chu (1998, 11) tarafından *bir*

tek alıcının birbirleriyle rekabet içerisinde olan satıcılardan alım yapması;Katz ve Rosen (1998, 481-482) tarafından *hem tek alıcısı olan hem de alıcının fiyat belirlediği pazar*;Gordon (1994, 24) tarafından *bir ürüne olan talebin tamamına sahip olan teşebbüs*;Carlton ve Perloff (1994, 152) tarafından ise *monopolün ters hali ve tıpkı monopol gibi kendi hareketlerinin fiyatı etkilediğinin bilincinde olan firma* olarak tanımlanmaktadır. Yukarıda iktisadi açıdan birçok tanımı verilen monopsonun rekabet hukuku bağlamında en uygun tanımı, rekabet hukukunda monopson kavramının pazardaki tek alıcı ile sınırlı olmadığı hususu da dikkate alındığında, Blair ve Harrison (1992, 133) tarafından yapılan “*bir büyük alıcının vermiş olduğu alım kararlarının, alım fiyatını etkilediği durum*”dur.

Monopson gücü ise yazarlarca alım gücüyle eşanlamlı olarak kullanılmaktadır. Nitekim söz konusu kavram Jacobson ve Dorman (1991, 5) tarafından *bir alıcının satın aldığı miktarı kısıtlamak suretiyle ürünün fiyatını rekabetçi seviyenin altına çekebilmesi*; Pindyck ve Rubinfeld (2000, 352) tarafından *alıcının alım fiyatlarını etkileyebilme ve ürünün rekabetçi pazardaki fiyatından daha ucuza alınabilme durumu*; Carlton ve Perloff (1994, 153) tarafından *alım fiyatlarını rekabetçi seviyenin altında belirleme gücü*; Blair ve Harrison (1992, 134) tarafından ise *alıcıların alım miktarlarını ayarlamak suretiyle fiyatları ve diğer şartları değiştirebilmesi* ayrıca, *fiyatların rekabetçi seviyenin altına çekilmesi ve o düzeyde kalmasının sağlanması* (1993, 47) olarak iki farklı şekilde tanımlanmaktadır. Bu tanımlardan görüldüğü gibi alım gücü esas itibarıyla fiyatların rekabetçi düzeyin altına çekilebilmesi olarak ifade edilmektedir¹. Dobson Consulting ise yaptığı çalışmada OECD (1981) tarafından yapılan alım gücü tanımına atıf yapmakta olup söz konusu tanım aşağıdaki gibidir:

“Alım gücü, bir veya bir grup firmanın bir ürün veya hizmetin alımında hakim durumda bulunması ya da ölçek veya diğer özelliklerinden kaynaklanan avantajlarından dolayı diğer alıcılara göre sağlayıcıdan daha uygun koşullarda alım yapmasıdır” (1999, 24).

Ancak bu tanım Faulk ve Nikpay (1999, 412) tarafından, maliyetle ilgili olan fiyat indirimlerini dikkate almadığı ve altpazarda da rakip olan alıcıların durumlarına değinmediği için eleştirilmektedir.

ABD Adalet Bakanlığı’nca yayımlanan “Yatay Birleşme/Devralmalar Rehberi”nde (Horizontal Merger Guideline) ise söz konusu kavram aşağıdaki şekilde açıklanmaktadır.

“Pazar gücü, bir veya organize olmuş bir grup alıcının ürün fiyatlarını baskı altına alarak fiyatların rekabetçi seviyenin altına düşürülmesini, dolayısıyla üretilen

¹ Ancak burada rekabetçi fiyat seviyesinin tespitinde bir takım güçlükler yaşanabileceği belirtilmelidir.

hammadde miktarının azalmasını da kapsamaktadır. Alıcılar tarafından alım gücünün uygulanması (monopson gücü) satıcılar tarafından uygulanan pazar gücünde olduğu gibi olumsuz sonuçlar doğurur” (1992).

1.2. MONOPSON TEORİSİ

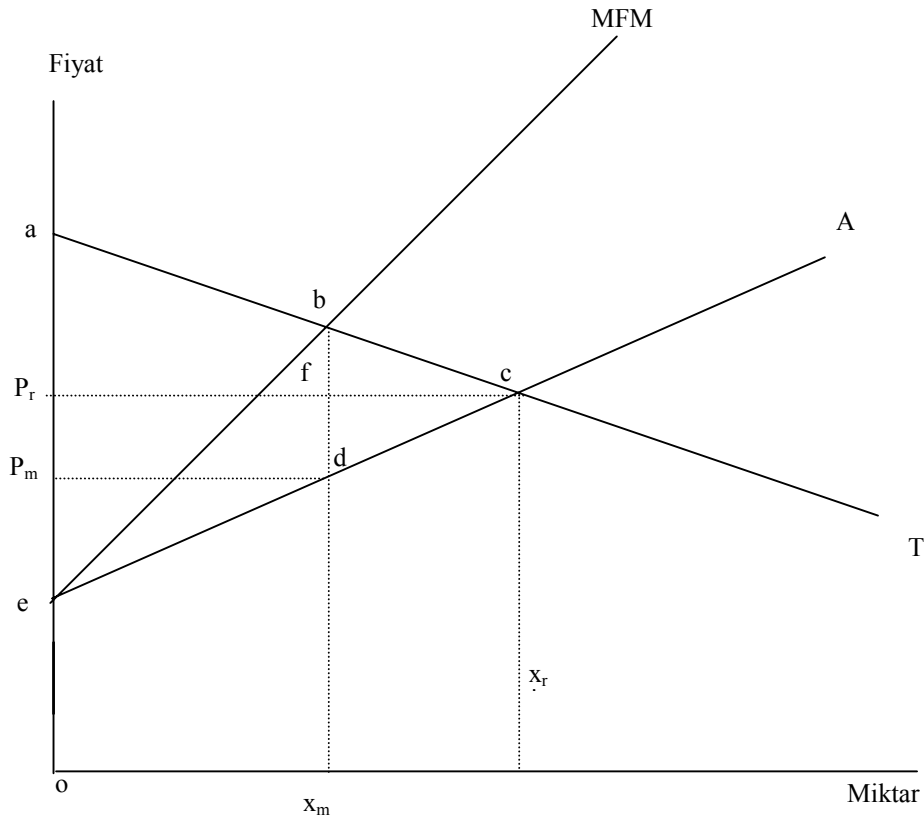
Monopson teorisi tam rekabet ve monopol teorilerinde olduğu gibi bazı temel varsayımlar üzerine kurulmuştur. Bu varsayımlardan ilki çok sayıda satıcının fiyat alıcısı konumunda bulunduğu, diğer bir deyişle, her sağlayıcının fiyatı kendi hareketleriyle doğrudan veya dolaylı bir şekilde etkileyemediği, buna karşın az sayıda alıcının fiyatı belirleyebilir konumunda olduğudur. Ayrıca sağlayıcılar tarafından üretilen ürünlerin birbirlerinin tam ikamesi olmasının yanında, alıcıların fiyatlar ve ürünler hakkında iyi derecede bilgi sahibi oldukları da varsayılmaktadır. Anılan özelliklere sahip olan pazardaki dengeyi aşağıdaki şekilde özetlemek mümkündür.

Hammadde alımında bulunan bir teşebbüs, en son satın aldığı birimin sağlamış olduğu ek fayda ile bu birimin maliyetinin eşit olduğu noktaya kadar alım yapmaya devam edecektir. Diğer bir deyişle, ilave maliyetin ilave fayda ile dengelenmesi gerekmektedir. Bir birim ürün alımından sağlanan ilave fayda ürünün marjinal faydası, bir birim alım yapmanın teşebbüse getirmekte olduğu ilave maliyet ürünün marjinal maliyeti olarak adlandırılmaktadır. Rekabetçi bir piyasada alım yapan teşebbüsün alım fiyatı üzerinde herhangi bir etkisi olamayacağı için (Talep eğrisinin yatay eğimli olması nedeniyle) firma ne miktarda alım yaparsa yapsın ürünü piyasadaki mevcut fiyattan satın alacak ve her birim için aynı bedeli ödeyecektir². Firmanın her birim için ödediği fiyat teşebbüsün ortalama maliyeti olarak ifade edilecek ve bütün birimler için maliyet aynı olacaktır. Dolayısıyla rekabetçi pazarda alım yapan bir firmanın marjinal maliyeti ortalama maliyete, diğer bir anlatımla ürünün alım fiyatına eşit olacak ve teşebbüs arz eğrisinin talep eğrisini kestiği seviyeye kadar alım yapmaya devam edecektir. Diğer yandan pazarda tek alıcı konumunda bulunan firma alım miktarını, talep eğrisinin (marjinal ürün değeri) arz eğrisini kestiği noktaya denk gelen seviyeden daha düşük bir düzeyde tutacak ve marjinal faktör maliyeti ile marjinal ürün değeri eşitleninceye kadar alım yapmaya devam

²Piyasa fiyatının sabit olması nedeniyle arz eğrisi miktar eksenine paralel konumdadır.

edecektir³. Ancak rekabetçi piyasalardaki gibi arz ve marjinal maliyet eğrileri aynı eğriler olmayacaktır⁴.

Arz eğrisinin pozitif eğimli olması ve firmanın alım yaptığı her birimin bütün birimler için ödediği bedeli artırması, diğer bir deyişle “satın alınan her ek birimin maliyetinin ortalama maliyetten fazla olması” (Dobson, Waterson ve Chu 1998, 12) nedeniyle marjinal faktör maliyeti eğrisi arz eğrisinin üzerinde yer alacaktır. Söz konusu monopson durumu şekil üzerinde gösterilerek aşağıdaki gibi açıklanabilir:



³ Marjinal ürün değeri monopsonist firma tarafından bir birim hammadde alımından sağlanan fayda, marjinal faktör maliyeti ise satın alınan bir birim hammaddenin maliyetidir. Blair ve Harrison (1993, 39) monopsonist firmanın hammadde fiyatını ve miktarını birlikte tespit etmesi nedeniyle bir talep fonksiyonun olmadığını belirtmekte, ancak marjinal ürün değerinin hammadde artışının toplam hasıla üzerindeki etkisini göstermesi nedeniyle, marjinal ürün değeri eğrisinin talep eğrisiyle aynı görevi gördüğünü ifade etmektedir.

⁴ Rekabetçi pazarlarda arz eğrisi ortalama maliyet ve marjinal maliyet eğrileri ile aynı eğriler olmasına karşın monopson piyasasında sadece arz eğrisiyle ortalama maliyet eğrileri aynı eğrilerdir.

Yukarıdaki şekilde “T” talep eğrisini, “A” arz eğrisini, “MFM” marjinal faktör maliyeti eğrisini göstermekte olup teşebbüs rekabetçi koşullarda alım yapması durumunda X_r kadar ürünü P_r fiyatından satın alacaktır. Monopson konumunda olan firmanın kârı, marjinal faktör maliyet eğrisiyle talep eğrisinin kesiştiği noktada ençoklanacağı için, teşebbüs tarafından alım miktarı ve fiyatı bu noktaya denk gelen seviyede tutulacaktır. Monopson konumunda bulunan firmanın satın aldığı hammadde miktarını artırmak istemesi durumunda, alım fiyatı yükselecek ve satın aldığı bütün birimlere son birime ödediği fiyatı ödemek zorunda kalacaktır⁵.

Dolayısıyla alım kararının söz konusu unsurun gözetilmek suretiyle verildiği monopson pazarında alım miktarı ve alım fiyatı rekabetçi piyasaya göre daha düşük olacaktır.

1.3. MONOPSONUN TOPLUMSAL REFAH ÜZERİNDEKİ ETKİLERİ

Yukarıdaki şekilde görüldüğü gibi rekabetçi bir piyasadan alım yapan firma X_r kadar miktarı P_r fiyatından satın alacaktır. Monopson gücünün olmadığı bu düzey üretici ve tüketici refahlarının toplamı olan sosyal refahı ençoklayan seviyedir (Blair ve Harrison 1993, 38). Tüketici refahı, tüketicilerin ödemeyi düşündüğü bedelle piyasada ürünü satın alırken ödedikleri fiyat arasındaki fark, üretici refahı ise benzer şekilde üreticilerin ürünleri için kabul etmeye hazır oldukları fiyatla ürünlerini sattıkları bedel arasındaki fark olarak tanımlanabilmektedir. Teşebbüslerin rekabetçi bir pazarda alım yapması durumunda tüketici refahı şekilde talep eğrisinin altında ve P_r 'nin üzerinde kalan bölüm olan acP_r üçgeni ile, üretici refahı ise arz eğrisinin üzerinde ve P_r 'nin altında kalan ecP_r üçgeni ile gösterilebilecektir (Blair ve Harrison 1993, 38).

Pazarda tek alıcı olduğunu bilen bir monopson, rekabetçi bir pazarda faaliyet gösteriyormuş gibi alım yapmayacak olup bu yönde bir politika teşebbüsün kârını ençoklama isteğiyle bağdaşmayacaktır (Blair ve Harrison 1993, 39). Fiyatın alım yapılan miktar tarafından belirleniyor olması nedeniyle alımlar bu husus göz önünde bulundurulmak suretiyle yapılacaktır. Dolayısıyla rekabetçi seviyeye göre daha az hammadde satın alınacak ve daha düşük bir alım

⁵ Carlton ve Perloff'un (1994, 152) bu konuda verdiği örnekte 100 birim hammaddeyi 5 \$'dan satın alan bir teşebbüsün 101'inci birimi satın almak için ödeyeceği miktarın 6 \$'a yükseleceği varsayıldığında firmanın maliyetinin 500+6 \$ olmayacağı belirtilmektedir. Bu çerçevede teşebbüs bütün birimler için 6 \$ ödemeye başlayacak, toplam maliyet 606 \$'a ulaşacak ve ek birim firmaya 106\$ maliyet yükleyecektir. Diğer yandan Jacobson ve Dorman, (1991, 9) monopsonist firmanın fiyatları tam olarak farklılaştırabilmesi durumunda miktar kısıtlamasına gitmeden ürünün fiyatlarını düşürüp monopson kârı elde edebileceğini ancak bu şekilde bir fiyat farklılaştırmasının pratikte mümkün olmaması nedeniyle monopson analizlerinin anılan durumun göz ardı edilerek yapıldığını belirtmektedir.

fiyatı ödenecektir. Bu nedenle monopol durumunda olduğu gibi monopson durumunda da kullanılabilir olan kaynaktan daha az miktarda kaynak kullanılması sebebiyle sosyal refah en çoklanamayacaktır (Blair ve Harrison 1993, 39). Adı geçen yazarlar (1993, 39) şekilde monopson gücünün kullanımıyla birlikte üretici refahının " $P_{r,c}dP_m$ " kadar azalmakta, alıcı refahının ise " $P_{r,f}dP_m$ " dikdörtgeni kadar artmakta olduğunu ve bu alanın aynı zamanda sağlayıcılardan alıcılara yapılan refah transferini gösterdiğini öne sürmekte, ayrıca monopson gücünün uygulanması sonucunda "bcd" üçgeni kadar "telafi edilemeyen toplumsal refah kaybının" ("deadweight social welfare loss") olduğunu belirtmektedirler. Talep eğrisi tüketimin topluma sağladığı marjinal fayda, arz eğrisi ise üretimin marjinal maliyeti olarak tanımlanabilmekte, söz konusu iki eğri arasındaki mesafe de refah kaybı olarak ifade edilebilmektedir (Carlton ve Perloff 1994, 153).

Nitekim Jacobson ve Dorman (1991, 9-10) da monopsonun fiyatı ancak alımlarını kısıtlamak suretiyle baskı altına alabileceğini, bu nedenle satın alınan hammadde miktarının azalacağını ve birçok durumda sağlayıcılardan monopsoniste doğru bir kaynak transferi olacağını belirtmektedir.

Monopol vakalarında toplam refah kaybı fiyatların yükselmesi sonucunda alım yapmaktan vazgeçen alıcıların kayıplarını göstermekte, ancak bu monopolden doğan zararları açıklamak için yeterli olmamaktadır. Toplumsal maliyetin, sağlayıcılara doğru refah transferine yol açan ve alım yapmaya devam eden tüketicilerin aynı ürün için daha fazla fiyat ödemesiyle oluşan kayıpların toplam refah kaybına eklenmesiyle hesaplanması gerekmektedir (Posner 1998, 342-343). Toplumsal maliyetin tespitine yönelik söz konusu yaklaşımın monopson açısından da geçerlilik taşıdığı düşünülmektedir.

Nitekim Jacobson ve Dorman (1991, 17) monopsonun yarattığı etkilerin ters refah ve dağıtım etkileri olarak iki kısımda incelenebileceğini ileri sürmektedir. Ters refah etkisinin fiyatın rekabetçi seviyenin altına düşmesi, üretilen hammadde miktarının azalması ve başka bir piyasada verimli bir şekilde değerlendirilmek suretiyle üretime tahsis edilebilecek kaynakların kullanılmaması nedeniyle görülebilmektedir. Dağıtım etkisi ise alıcının satın aldığı ürüne rekabetçi seviyeden daha düşük bir fiyat ödemesi sebebiyle ekonomik artı değerın sağlayıcıdan monopsonist firmaya transfer edilmesinden kaynaklanmaktadır. Dağıtım etkisinin kârları artan alıcıların ve kârları azalan sağlayıcıların toplumun birer üyeleri olmaları ve toplam kârın değişmemiş olması nedeniyle refah etkisinden ayrı olarak değerlendirilmesi gerekmektedir (Jacobson ve Dorman 1991, 17).

Ayrıca monopsonist firmanın elde ettiği monopson kârının vergilendirilmesi veya üreticiler arasında dağıtılması durumunda dahi, nihai ürün miktarının rekabetçi seviyenin altında olması sebebiyle, verimsizlik söz konusu

olacak ve toplumsal refah kaybı anılan verimsizlikten kaynaklanacaktır (Pindyck ve Rubinfeld 2000, 358).

Dobson, Waterson ve Chu (1998, 15) monopson gücü kullanımının toplumsal refahı olumsuz yönde etkilediğini ifade ederken, dikkat edilmesi gereken hususun pazarda belli faaliyetlerin tek bir alıcı tarafından yapılmasını verimlilik açısından rasyonel kılan ancak diğer yandan refah kayıplarına neden olan “doğal monopson” durumu olduğunu belirtmektedir⁶. Ayrıca, monopson analizlerinin statik refah göz önünde bulundurularak yapıldığı, olası dinamik etkiler dikkate alındığında monopson gücünün sağlayıcıların uzun dönemde varlıklarını etkileyebilecek olan ters refah etkileri yaratabileceği ileri sürülmektedir. Monopson gücünün kullanılmasıyla birlikte hammadde fiyatları düşecek, sağlayıcı gelirleri azalacak, bu ise firmaları yatırımlar için gerekli olan finansman bulma zorluğu içerisinde bırakacak, anılan nedenle yatırımların ertelenme veya iptal edilme tehlikesiyle karşı karşıya kalılabilecektir (Dobson, Waterson ve Chu 1998, 16).

Buraya kadar olan bölümde ürün pazarında tek alıcı olan *pure* monopson hali değerlendirilmiş olmasına karşın, yukarıda anlatılanların bazı alıcıların (birlikte veya tek başlarına) fiyatları etkileyebildikleri durumlar için de geçerli olduğu dikkate alınmalıdır (Dobson, Waterson ve Chu, 13).

1.4. MONOPSON GÜCÜNÜN UYGULANABİLMESİ İÇİN GEREKLİ ŞARTLAR

Jacobson ve Dorman (1991, 10-16) teşebbüslerin alım gücü uygulayabilmeleri için üç şartın sağlanması gerektiğini belirterek, söz konusu şartları şu şekilde sıralamaktadır⁷:

i) Alıcıların piyasadaki alımların büyük bir kısmını yapıyor olmaları: Monopson gücünün uygulanabilmesi için alım yapan teşebbüslerin fiyat belirleyebilir konumda olmaları gerekmektedir. Firmaların piyasadaki mevcut fiyattan alım yaptığı durumlarda (“price taker”) monopsonist güç uygulanamayacaktır. Ancak teşebbüslerin fiyat belirleyebilmeleri için alım yaptıkları miktarın pazarı etkileyebilecek kadar büyük olması son derece önemli bir unsurdur.

ii) Alım pazarında giriş engellerinin olması: Pazara girişlerin veya mevcut firmaların kapasitelerini artırmalarının kolay olduğu durumlarda monopsonist kârlar kısa süreli olacak ve ilave hammadde alımları fiyatları

⁶ Bir bölgedeki sütün en verimli şekilde yalnız bir firma tarafından toplanabilmesi söz konusu duruma örnek olarak verilmektedir.

⁷ Söz konusu şartlar Dobson Waterson ve Chu (1998, 13-14) tarafından da aynı şekilde değerlendirilmektedir.

rekabetçi seviyeye çekecektir. Jacobson ve Dorman bu bağlamda, rekabet otoritelerinin yeni girişler için ne kadar süreyle beklemesi gerektiği sorusuna yanıt aramış ve piyasanın yeteri kadar hızlı bir şekilde kendini düzeltmediği, rekabetçi seviyeden yüksek kârların iki yıldan fazla sürdüğü durumlarda müdahale edilmesi gerektiğini ileri sürmüştür⁸. Diğer yandan monopsonistik yapının potansiyel rekabete zarar vermesi halinde daha kısa sürede müdahale edilmesinin, zararın daha az olması durumunda ise daha uzun süreyle beklenilmesinin uygun olacağı ifade edilmektedir. Pazara giriş engellerinin olmaması monopson gücünün varolmayacağı anlamı taşımamakta olup, girişlerin çok kısa sürede ve anlık olduğu durumlar hariç, monopson gücü pazarda görülebilecek ancak uzun süreyle varlığını koruyamayacaktır.

iii) Arz eğrisinin pozitif eğimli olması: Monopson gücünün uygulanabilmesi için firmanın karşı karşıya olduğu arz eğrisinin pozitif eğimli olması gerekmektedir. Arz eğrisinin pozitif eğimli olduğu durumlarda alıcılar satın aldıkları her ilave birim için daha fazla ödeme yapacaklardır. Arz eğrisinin anılan konumda olmasını sağlayan unsur ise hammadde üretiminde kullanılan kaynakların kıt olmasıyla açıklanabilecektir. Diğer yandan kaynakların kıt olması durumu her sektör için geçerlilik taşımasına karşın pozitif eğimli arz eğrisinin her zaman görülmemesinin gerekçesi ölçüğe göre getiriler olarak gösterilebilir. Örnek olarak, bir sektörde ölçüğe göre sabit getirilerin olması durumunda arz eğrisi yatay konumda olacaktır. Arz eğrisinin pozitif eğimli olması için birim başına maliyetlerin artması (ölçüğe göre azalan getiri) gerekmektedir. Bu nedenle imalat sektöründeki üretimin birçok aşamasında arz eğrisinin pozitif eğimli olmasının istisnai bir durum olduğu öne sürülebilir. Konuya ilişkin olarak uzun dönemde arz eğrilerinin negatif eğimli veya yatay konumda olma beklentisinden hareketle rekabet otoritelerinin kısa dönemdeki geçici ve rekabetçi seviyenin üzerindeki kârlardan ziyade, uzun dönemdeki etkileri gözetmesi gerektiği yönündeki görüşler de öne sürülmektedir (Jacobson ve Dorman 1992, 156).

Dobson, Waterson ve Chu (1998, 14) bu konuda Shea (1993)'nin ABD piyasalarına yönelik olarak yaptığı çalışmaya atıfta bulunmaktadır. Anılan çalışmada incelenen 26 farklı imalat sektörü arz eğrisinin 16'sının pozitif eğimli, 7'sinin yatay, 3 tanesinin ise negatif eğimli olduğu tespit edilmiştir. Ancak buna karşın yine de imalat sektöründe genel olarak artan getirilerin beklenildiği ileri sürülmektedir⁹. Ayrıca Dobson Consulting (1999, 13) tarafından yapılan

⁸ Yazarlar iki yıllık sürenin Birleşme/Devralma Rehberi (1984)'nde de öngörüldüğünü ifade etmektedir. Bu konuda 1992 yılındaki Rehber'de de herhangi bir değişiklik yapılmamıştır.

⁹ Dobson, Waterson ve Chu monopson gücüyle ilgili olan pekçok ampirik analize göre rekabetçi bir arz ve azalan getirilerin daha çok tarım (Özellikle tarım piyasalarında arz eğrisinin miktar eğrisine dik bir konumda olması söz konusu durumu pekiştirmektedir. Ancak arz eğrisinin anılan konumunun tarımdaki modern teknikler nedeniyle şüpheli hale geldiği belirtilmektedir.)

çalışmada da anılan araştırmaya atıfta bulunulmakta ancak, imalat sektöründe artan getirilerin görülme olasılığının daha yüksek olduğu ifade edilmektedir. Bunlara ilave olarak Mc Gee (1974) “imalat sektöründeki arz eğrilerinin genellikle artan üretim miktarıyla birlikte negatif eğime sahip olduğunu ya da yatay durumda bulunduğunu” açıklamaktadır (Jacobson ve Dorman 1991, 14).

Diğer yandan alım gücünden söz edilebilmesi için alıcıların sağlayıcılarını, diğer sağlayıcılardan ürün almakla, yeni girişleri teşvik etmekle veya geriye doğru dikey bütünlüşmek suretiyle kendi hammaddesini üretmekle tehdit edebilecek konumda olması gerekmektedir (OFT 1999, 51)

1.5. MONOPSONİSTİK GÜCÜN ÖLÇÜLMESİ

Monopson gücünün ölçülmesiyle ilgili yapılan çalışmalarda farklı yöntemler ortaya konulmasına karşın ortak bir görüşe ulaşılamamakta, hatta ABD Adalet Bakanlığı tarafından uygulanan yöntem üzerinde bile uzlaşılamamaktadır. Nitekim Blair ve Harrison (1993, 47) Bakanlık tarafından yayımlanan Birleşme/Devralma Rehberi’nde pazar gücünün ölçülmesi ile ilgili olarak herhangi bir kriter belirtilmediğini, ancak alım gücü incelenirken pazar payının tek ölçüt olarak alındığını ileri sürmekte ve Bakanlığın alım gücü ile ilgili olarak % 35 oranında bir pazar payı eşiği belirlediğini ifade etmektedir. Diğer yandan Jacobson ve Dorman (1991, 37 ve 60) ise pazar payının tek kriter olmadığını, Bakanlığın söz konusu % 35 eşiğinin aşılması durumunda sektöre ilişkin diğer unsurları dikkate aldığı ileri sürmektedir. Ayrıca mahkemelerin kanunu ihlal eder nitelikte olduğuna hükmettiği anlaşmalardaki pazar paylarının % 35 oranından yüksek olduğu, ancak kararlarda en düşük pazar payı seviyesinin ne olması gerektiğine yönelik bir bilgi bulunmadığı belirtilmektedir.

Piyasanın satım yönüyle ilgili olarak yoğunlaşma oranları ve pazar paylarını içeren birçok çalışma yapılmış olmasına karşın, alım piyasasındaki yoğunlaşmayı inceleyen araştırma sayısı çok fazla değildir. Bu çerçevede öncelikle Joskow (1989)’un “alıcıların biraraya gelmesi halinde eylemin söz konusu firmaların en az % 50 pazar payına sahip olması durumunda yasaklanması” gerektiği yönündeki görüşü önem kazanmaktadır. Ayrıca Areeda ve Turner (1980)’in “birleşme ve devralmaların alım yönü incelenirken teşebbüslerin toplam pazar eşiklerinin satım yönüne göre daha yüksek ve % 25 oranında olması” şeklindeki görüşü de değerlendirilmesi gereken bir görüş

ve işgücü piyasalarında görüldüğünü ileri sürmektedir. Jacobson ve Dorman (1991, 13) işgücü pazarına hizmet sektörünü de ilave etmekte ancak, rekabet hukukunun öncelikli inceleme alanının imalat sektörü olduğunu öne sürmektedir. Ancak bu şekilde bir ayırımın veya öncelik sırasının gözetilmesi tartışmalı bir husustur. Nitekim Rekabet Kurumu çerçevesinde yapılan incelemelerde ve alınan kararlarda böyle bir yaklaşım sergilenmemektedir. AB ve ABD uygulamalarında da hizmet sektörüne ilişkin olarak alınan birçok karar mevcuttur.

olmakla birlikte eşiğin hangi kriterlere dayanılarak belirlendiği hususunda bir bilgi verilmemektedir (Jacobson ve Dorman 1991, 58-69).

“Yatay Anlaşmalara AB Antlaşmasının 81 inci Maddesinin Uygulanması Hakkında Komisyon Duyurusu ile İlgili Rehber”¹⁰de (2001) alım gücü için belirlenmiş mutlak bir eşik olmamakla birlikte “anlaşma taraflarının alım ve satım pazarlarındaki toplam pazar paylarının %15’in altında olması durumunda pazar gücünden bahsedilemeyeceği” belirtilmektedir.

Pindyck ve Rubinfeld (2000, 356-357) monopsonist gücün derecesinin üç faktör tarafından belirlendiğini belirtmekte ve bu faktörleri şu şekilde sıralamaktadır.

i) Arz Esnekliği: Arz esnekliği sağlayıcılar tarafından piyasaya sürülen miktarın, fiyattaki değişime olan duyarlılığını ölçmektedir. Arz eğrisinin esnekliği azaldıkça ortalama ve marjinal faktör maliyeti arasındaki fark artacak, alıcı daha yüksek derecede monopson gücü uygulama şansına sahip olacaktır. Piyasada bir tek alıcının bulunması durumunda ise monopsonun alım gücü, arz eğrisinin esnekliği ile belirlenecektir .

ii) Alıcıların Sayısı: Birçok piyasada birden fazla alıcı olması nedeniyle pazardaki alıcı sayısı monopson gücünün önemli bir belirleyicisidir. Alıcı sayısının fazla olması durumunda arz eğrisi esnek bir konumda olacak ve hiçbir alıcı fiyat üzerinde tek başına etkili olamayacaktır.

iii) Alıcılar Arasındaki İletişim: Üç veya dört adet firmanın piyasada faaliyet göstermesi ve bu firmaların alımlarda kıyasıya bir rekabet içerisinde olması durumunda fiyatlar marjinal ürün değeri seviyesine kadar yükselecek, teşebbüslerin monopson gücü çok düşük seviyede kalacaktır. Diğer yandan firmaların alımlarda yoğun bir rekabet içerisinde olmaması, hatta işbirliği yapmaları durumunda fiyatlar çok fazla yükselmeyecek ve teşebbüslerin monopson gücü piyasada tek bir firma varmış gibi olacaktır.

Yukarıda yer verilen kriterlerle ilgili olarak; piyasadaki alım yapan alıcıların kolaylıkla belirlenebileceği, arz esnekliğinin de birtakım ekonometrik yöntemlerle tahmin edilebileceği söylenebilir. Ancak alıcılar arasındaki iletişimin ölçülememesi nedeniyle monopson gücünün tespitinin oldukça zor olabilecektir. Ancak anılan ölçüt nicel olarak ortaya konulmasa da sektör bazında yapılan incelemelerde iletişimin ne boyutta olduğu belirnebilir ve bu husus araştırmalara yön verebilir.

Blair ve Harrison (1993, 47) Pindyck ve Rubinfeld gibi alım gücüyle ilgili vakalarda monopson gücü ölçülürken yalnızca alıcıların pazar paylarının üzerinde

¹⁰ Commission Notice Guidelines on the Applicability of Article 81 of the EC Treaty to horizontal cooperation agreements (2001/C3/02)

durulmasının yanlış sonuçlar doğurabileceğini belirtmekte, *pure* monopsonun (bir firmanın pazarda tek alıcı olması) ve hakim durumda bulunan alıcının alım gücünün ölçülebilmesine yardımcı olacak çalışmalar yapmaktadırlar¹¹.

Pazarda *pure* monopson konumunda olan bir teşebbüs, marjinal ürün değerinin marjinal faktör maliyetine eşit olduğu noktada alım yapacak, bu nedenle de alım miktarında alım gücünden kaynaklanan bir azalma olacaktır. Bu bağlamda alım gücünün “ $BPI=1/e$ ” olarak formüle edilip hesaplanabilmesi mümkündür (Blair ve Harrison 1993, 48-49). Bu eşitlikte BPI firmanın alım gücünü, “*e*” ise arzın esneklik değerini simgelemektedir. Arz esnekliği arttıkça monopsonun sahip olduğu alım gücü düşecek, diğer bir deyişle sağlayıcıların fiyat değişiklikleri karşısında piyasaya sunacakları miktarda değişiklik yapabildikleri ölçüde monopson gücü azalacaktır¹².

Bu kapsamda *pure* monopson piyasada nadiren görülmesine karşın hakim durumda olan alıcıların alım güçlerini kötüye kullandığı haller pazarda yoğun olarak görülebilmektedir¹³. Hakim durumda olan bir alıcının sahip olduğu alım gücü $BPI=S/e+n(1-S)$ indeksi yardımıyla ölçülebilecektir (Blair ve Harrison, 1993, 49-51). İndekste “*S*” hakim durumda olan firmanın pazar payını, “*e*” arz eğrisinin esnekliğini, “*n*” ise küçük alıcıların talep esnekliğini simgelemektedir. Alım gücü incelenirken anılan değişkenlerin alım gücünü ne yönde etkilediğinin bilinmesi gerekmekte olup söz konusu ilişkinin aşağıdaki şekilde açıklanması mümkündür (Blair ve Harrison, 1993, 51-61).

Pazar Payı (S): Hakim durumda olan firmanın alım gücünün ölçülmesinde pazar payı oldukça önemli olup diğer değişkenler sabitken teşebbüsün pazar payındaki artış alım gücünü de artırmaktadır¹⁴.

Arz Esnekliği (e): Yukarıda belirtildiği gibi arz esnekliği arttıkça fiyattaki değişimler neticesinde sağlayıcılar üretimlerini başka ürünlere kaydırabilecektir. Dolayısıyla diğer değişkenler sabitken arz esnekliğindeki artış

¹¹ Lustgarten (1975) tarafından yapılan çalışmada sağlayıcıların kârları üzerinde tıpkı alım gücü gibi olumsuz etkiler doğuran bazı unsurlar bulunduğu görülmektedir. Bu unsurlar, alıcıların yoğunlaşma oranı, her firmanın yıl içerisinde yapmış olduğu alımların ağırlıklı ortalaması ve hammadde satışlarının sektörler arasındaki dağılımıdır. (Dobson, Waterson ve Chu 1998, 53)

¹² Landes ve Posner (1981) tarafından yapılan yukarıda yer verilen çalışmaya benzer bir çalışmada, satış yönlü pazar gücünün en doğru şekilde “Lerner İndeksi” olarak da bilinen “ $1/e$ ” (“*e*” talep esnekliğini simgelemektedir) yardımıyla ölçülebileceği görülmektedir. (Jacobson ve Dorman 1992, 166).

¹³ Firmanın pazarda hakim durumda olması sebebiyle alım fiyatı piyasa fiyatı olarak kabul edilecek, diğer teşebbüsler ise talep eğrileri ile bu fiyatın kesiştiği noktaya denk gelen miktar kadar alım yapacaktır.

¹⁴ Bkz. Ek:1/1.

firmanın alım gücünü (rekabetçi seviyeden sapma oranı olarak da ifade edilebilir) azaltacaktır¹⁵.

Diğer yandan arz esnekliğinin belirlenebilmesi için arz fonksiyonun ekonometrik yöntemlerle tespit edilmesi gerekmektedir. Ancak arz fonksiyonun tespit edilmesi kolay olmayıp söz konusu esnekliğin doğru olarak hesaplanması oldukça zordur. Ancak sağlayıcılara fiyatların %5 ila %10 oranında değişmesi durumunda ne şekilde tepki vereceklerinin sorulması suretiyle de bu konuda görüş sahibi olunabilmesi mümkündür¹⁶ (Blair ve Harrison 1993, 60).

Küçük firmaların talep esnekliği (n): Pazardaki küçük firmaların talep esnekliği arttıkça hakim durumda olan teşebbüsün alım gücü azalacaktır. Söz konusu esneklik değerindeki artışla birlikte, hakim durumda olan firma tarafından düşürülen fiyat ve alım miktarlarının sağlayıcılar üzerindeki etkisi, fiyat değişimlerine duyarlı hale gelen küçük rakiplerin artan miktarlardaki alımlarıyla bir ölçüde olsun karşılanacaktır¹⁷. Ayrıca küçük firmaların talep esnekliğinin tam olarak tespit edilmesi kolay olmayıp ancak küçük alıcıların fiyatlardaki % 5 ila % 10 arasındaki değişime verecekleri tepkinin öğrenilmesiyle birlikte bu konuda fikir sahibi olunabilecektir.

ABD Adalet Bakanlığı tarafından yapılan incelemelerde sadece pazar payının dikkate alınması (% 35 eşik seviyesi) ve yukarıda ifade edilen unsurların göz ardı edilmesi bazı sakıncalar yaratabilecektir (Blair ve Harrison 1993, 53, 54). Nitekim hakim durumda olan bir firmanın pazar payının % 35'e, arz ve küçük firmaların talep esnekliklerinin üçe eşit olduğu durumda BPI indeksine göre rekabetçi seviyeden sadece % 7 oranında bir sapma olacaktır. Ancak her iki esneklik değerinin 0.5'e eşit olduğu durumlarda % 35 oranında pazar payı rekabetçi seviyeden % 42'lik oranında bir sapma yaratacaktır (Blair ve Harrison 1993, 54).

Bu çerçevede alım gücü indeksinin bütün değişkenlerinin aynı yönlü olduğu durumda indeks değeri net olarak ortaya konulmasa veya hesaplanmasa da bir yargıya varmak doğal olarak kolay olacaktır. Nitekim teşebbüsün pazar payının yüksek, arzın ve küçük alıcıların taleplerinin katı olduğu durumlarda firmanın alım gücü olduğu, benzer şekilde firmanın pazar

¹⁵ Bkz. Ek:1/2. Monopson durumunda sağlayıcıların ürünlerini çeşitlendirebilmesi ile monopolde tüketicilerin taleplerini başka ürünlere yönlendirmesi, benzer şekilde monopsonda sağlayıcıların yeni müşteriler bulabilme olanağıyla monopolde alıcıların yeni arz kaynaklarına yönelebilmeleri aynı paralelde değerlendirilmesi gereken olgulardır (Blair ve Harrison 1993, 58).

¹⁶ Söz konusu test Rekabet Hukuku uygulamalarında "SSNIP Testi" olarak bilinen fiyattaki küçük, belirgin fakat kalıcı değişiklikler karşısında tüketicinin tepkisini ölçen testtir.

¹⁷ Burada küçük firmaların kapasite sınırlarının olmadığı ve artan arzın artan nihai ürün talebiyle karşılandığının varsayıldığı anlaşılmaktadır. Bu durumda, alım gücü uygulamak isteyen teşebbüsün daha az hammadde alması ve daha az nihai ürün üretecek olması nedeniyle, satış pazarında sahip olduğu pazar payının en azından bir kısmını kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya kalacağı düşünülmektedir. Bkz. (Ek:1/3).

payının düşük, arzın ve küçük firmaların taleplerinin esnek olduğu durumlarda söz konusu teşebbüsün alım gücüne sahip olmadığı kolaylıkla dile getirilebilecektir. Ancak teşebbüsün yüksek pazar payına karşın arzın ve küçük firmaların taleplerinin esnek olduğu vakalarda sonuca ulaşmak zorlaşabilecektir. Buna benzer durumlarda esnekliklerin sağlıklı verilerle doğru olarak hesaplanmış olduğundan emin olunması koşuluyla BPI yönteminin, çözümü zor olan vakaların aydınlatılmasına yardımcı olabileceği düşünülmektedir.

Jacobson ve Dorman (1992, 167-168) rekabet davalarına ilişkin analizlerde ilgili pazarın tanımlanmasının ardından pazar payının ve pazardaki diğer unsurların dikkate alındığını, bunun BPI'ya göre çok daha kullanışlı bir yöntem olduğunu belirtmektedir. Ayrıca Blair ve Harrison tarafından analizlere dahil edilmediği için eleştirilen arz esnekliğinin ilgili pazar tespitinde çok önemli bir belirleyici olduğu da ifade edilmektedir. Nitekim "Birleşme/Devralma Rehberi"nde ilgili pazar tanımlanırken firmanın karşı karşıya bulunduğu arz ve talep esnekliklerinin incelenmesi gerektiği ile ilgili hüküm yer almaktadır. Ayrıca benzer şekilde küçük firmaların talep esnekliği de ilgili pazarın ve teşebbüslerin pazar paylarının tespitinde önemli rol oynamaktadır (Jacobson ve Dorman 1992, 167-168).

BPI yöntemin uygulanabilmesi için bütün verilere sahip olunması gerekmele birlikte söz konusu verilere ulaşmanın her zaman kolay olmayacağı açıktır. Bu bağlamda ilgili verilerin tümüne birden ulaşamadığı durumlarda yapılacak analizler tahmin olarak kalabilecek, hatta piyasadaki durumu da olduğundan farklı yansıtabilecektir. Ancak ilgili pazarın ve teşebbüslerin pazar paylarının tespit edilmesi için gerekli olan veriler kolaylıkla elde edilebilir; bu verilere ulaşamayan haller ise istisnai haller olarak nitelenebilir. (Jacobson ve Dorman 1992, 168).

BPI İndeksi sayesinde belli unsurlar daha kolay anlaşılabilir. Ancak özellikle ülkemizde sağlıklı verilere ulaşmak konusunda sıkıntılar dikkate alındığında indeksin her olayda sağlıklı sonuçlar vermesi beklenmemelidir. Hatta yine veri sorunu nedeniyle birçok olayda indeks dahi hesaplanamayabilir. Bu çerçevede indeksin alım gücünü mutlak bir sayı olarak hesaplanmasından çok, ilgili konuda yol gösterici bir özelliğe sahip olacağı sonucuna ulaşılmaktadır¹⁸.

Diğer yandan alım gücüyle ilgili olarak % 50 oranında bir eşik değeri belirlenebilir ve pazar payının anılan eşiği aşmaması durumunda pazardaki rekabetçi yapının bozulmayacağına hükmedilebilir (Jacobson ve Dorman 1991, 59-60). Ayrıca firma(lar)ın pazar payının % 40 ila % 50 arasında bulunduğu durumlarda ise ihlalin alım pazarındaki yoğunlaşma oranı, diğer firmaların piyasaya girme olasılıkları ve mevcut teşebbüslerin genişleme imkanları gibi

¹⁸ Nitekim bu konuda Blair ve Harrison da benzer bir yaklaşım içerisinde bulunmaktadır (1993, 57).

unsurlara bağlı olarak tespit edilmesi sağlıklı bir yöntem olarak öngörülebilir. (Jacobsen ve Dorman 1992, 166-167). Üstelik söz konusu eşiğin düşük tutulmaması gerekmekte olup, aksi takdirde rekabet açısından fayda sağlayacak bir pazarlıkla gerçek monopson halinin birbirlerinden ayırt edilememe riski ortaya çıkabilecek ve bununla bağlantılı olarak piyasaya olumsuz etkisi olmayan alım anlaşmaları yasaklanabilecektir (Jacobson ve Dorman 1991, 59-60). Walker ise sağlayıcılar ve alıcılar için hakim durum eşiğinin % 40 oranındaki pazar payı olarak ele alınması gerektiğini belirtmektedir (2000, 174). Blair ve Harrison (1992, 148) BPI İndeksi konusundaki tartışmalardan yola çıkarak ve yukarıda da yer verilen örneklere dayanarak, alım pazarındaki pazar payı eşiğinin % 35 veya % 50 olmasının fazla bir önem arz etmediğini ifade etmektedir.

Ayrıca alım gücü alıcıların yoğunlaşma oranıyla ölçülebilecek olup, örneğin piyasadaki alımların % 50'sinin kaç adet firma tarafından yapıldığı araştırılabilecektir¹⁹. Bunlara ilave olarak CR ve HHI indeksleri ve performans kriteri olarak bilinen fiyat-maliyet marjı da bu amaçla kullanılabilir²⁰ (Dobson Consulting 1999, 25-26).

BPI İndeksi değişkenlerinin tek tek doğru olarak hesaplanmasının, rekabet analizlerinde zaman zaman karşılaşılan veri eksikliği nedeniyle, oldukça zor olacağı düşünölmektedir. Ancak yine de alım gücüyle ilgili çalışmalarda yalnızca alım pazarındaki pazar payının dikkate alınmasının yanlış sonuçlar doğurma tehlikesi bulunmaktadır. Dolayısıyla incelemelerde pazar payı başta olmak üzere yukarıda sıralanan ve çeşitli yazarlarca alım gücünün belirleyicisi olarak ifade edilen unsurların göz önünde bulundurulmasının, sağlıklı bir analiz yapmak için gerekli olduğu düşünölmektedir.

¹⁹ Anılan firma sayının beş olması durumunda pazardaki alım gücünün yüksek olduğu sonuca ulaşılacağı belirtilmektedir.

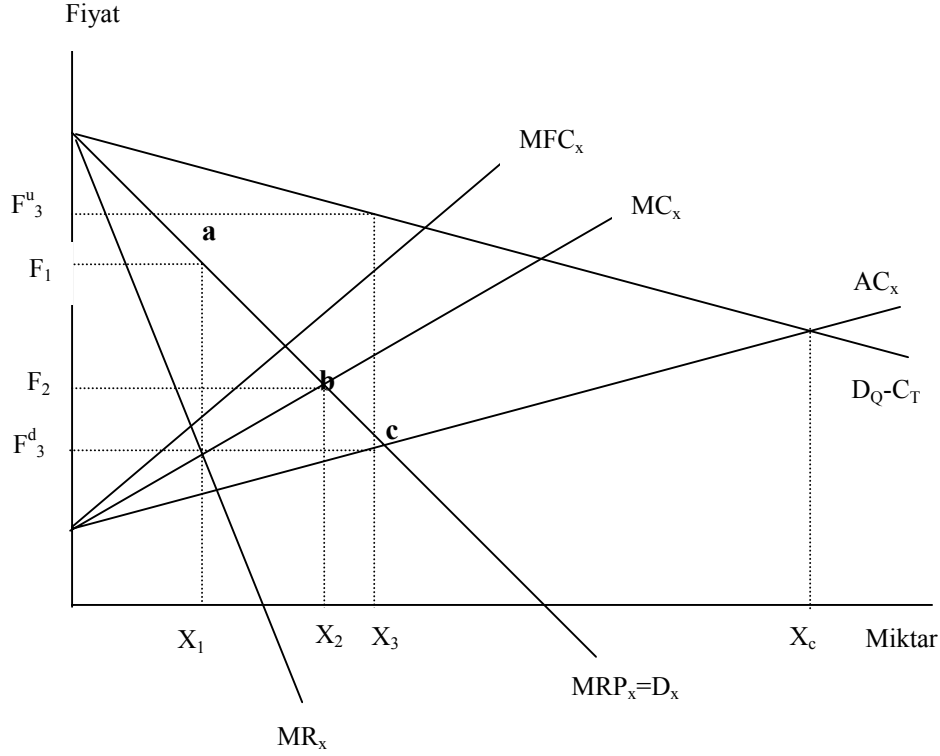
²⁰ CR pazardaki en büyük firmaların pazar paylarının, HHI ise, piyasadaki teşebbüslerin pazar paylarının karelerinin toplanmasıyla bulunan indekslerdir. Bu konuda ayrıntılı bilgi için bkz. Davut (1994)

BÖLÜM 2

İKİ YANLI MONOPOL

İki yanlı (bilateral) monopol tek bir üreticisi olan girdinin (monopol) aynı zamanda tek alıcısı olması (monopson) durumudur. İki yanlı monopolde, monopolist firma ürettiği ürün miktarını kısıtlayıp fiyatları artırarak, monopsonist teşebbüs ise alım miktarını kısıtlayarak ve alım fiyatlarını düşürerek kârını ençoklayacak, dolayısıyla denge fiyatı ve miktarının tespit edilmesinin bir sorun olarak ortaya çıkacaktır²¹ (Blair ve Harrison 1993, 112). Bu noktada belirtilmelidir ki her iki tarafın da miktar kısıtlama niyeti bulunduğu için anılan durum rekabetçi pazarlara kıyasla her koşulda olumsuz sonuçlar doğuracaktır. Bu çerçevede teşebbüsler denge fiyatını ve miktarını pazarlık yoluyla belirleyecek, dolayısıyla söz konusu durumda kesin bir çözüm önerilemeyecek, taraflardan birinin diğerini ikna etmesi veya yine birinin diğerine göre daha fazla zamanı ve sabrı olması sonuç üzerinde etkili olabilecektir (Pindyck ve Rubinfeld 2000, 358). İki yanlı monopol pazarlarında sonuca taraflardan birinin rekabetçi bir piyasada faaliyet gösteriyormuş gibi davrandığı kabul ederek ulaşılabilecekse de monopol veya monopson durumunda olan bir firmanın bu şekilde davranması için bir neden olmayacaktır (Blair ve Harrison 1993, 113-114). Blair ve Harrison bu konuda Bowley (1928)'e atıfta bulunarak iki yanlı monopolde tarafların pazarlık veya dikey bütünleşme yoluyla işbirliğine gidecekleri belirtmektedir. Ancak yapılan pazarlıklarda tarafların fiyat ve miktarı da görüşmesi gerekmektedir. Bu çerçevede Bowley'in dikey olarak bütünleşmemelerine karşın tarafların yaptığı pazarlıklarda uzun dönemi dikkate almaları durumunda miktar ve fiyatın dikey bütünleşmiş durumla aynı olacağı yönündeki görüş önem taşımaktadır. İki yanlı monopol modeli şu şekilde anlatılmaktadır:

²¹ Söz konusu sorunun iki yanlı monopol teorsinin en önemli bulgusu olduğu ifade edilmelidir. Bu bağlamda anılan problem nedeniyle Blair ve Harrison'ın konuyu "İki Taraflı Monopol Karmaşası" başlığı altında incelediği ifade edilmelidir.



Şekilde gösterilen X hammadresiyle üretilen nihai ürün olan Q'nun karşı karşıya olduğu talep eğrisi negatif eğimlidir. Piyasada hammaddeye olan talep söz konusu nihai ürüne olan talepten türetilmektedir. Bir birim hammaddenin bir birim nihai ürüne dönüştürülmesi için gereken maliyetin C_T olduğu kabul edildiğinde, hammaddenin bir fonksiyonu olan ortalama net hasıla D_Q-C_T olarak gösterilebilmektedir. Bu aynı zamanda monopsonist alıcının, nihai ürün pazarında rekabetçi koşullarda faaliyet gösterdiği durumdaki talep eğrisidir. Monopsonist firmanın söz konusu pazarda monopol konumunda olması durumunda, teşebbüsün talep eğrisi (D_x) marjinal ürün değeri (MRP_x) eğrisine eşit olacaktır. (Dobson, Waterson ve Chu 1998, 17-18). (MR_x) ise nihai ürün pazarında monopol gücüne sahip olmakla birlikte monopson olmayan bir teşebbüse satılan hammaddenin marjinal hasılası olarak açıklanabilir. (AC_x) üstpazarda monopol konumunda olan bir firmanın X hammaddesini üretirken üstlenmiş olduğu ortalama, (MC_x) ise marjinal maliyeti göstermektedir. Sağlayıcının rekabetçi bir pazarda faaliyet gösteriyormuş gibi davranması durumunda (MC_x) eğrisi teşebbüsün arz eğrisi olarak kabul edilecektir.

Altpazardaki monopsonist firma ürünü rekabet içerisinde olan firmalardan satın alması durumunda (MFC_x) hammaddenin marjinal faktör maliyeti olacaktır.

Dikey olarak bütünleşmiş firmalar kârlarını (MC_x) ve (MRP_x) eğrilerinin kesiştiği üretim düzeyi olan X_3 seviyesinde ençoklayacaktır. İki yanlı monopolda uzun ve maliyetli pazarlıklardan sonra miktar ve fiyat üzerinde anlaşmaya varılacak olup bu gibi durumlarda dikey entegrasyonun belirtilen maliyetleri ortadan kaldıracak ve tarafların birleşik kârını arttıracak olması nedeniyle tercih edilmesi gerekmektedir²² (Blair ve Harrison, 1993, 117). Dikey bütünleşmenin olmadığı iki yanlı monopol durumunda ise anılan miktar firmaların ortak kârlarını ençoklayan üretim düzeyi olmasına karşın fiyat bu seviyede teorik olarak belirlenemeyecek ve F_3^u ve F_3^d arasındaki bir noktada oluşacaktır. Sağlayıcının pazarlık sürecine bütünüyle hakim olması durumunda kârın tamamı sağlayıcı tarafından alınacak ve fiyat F_3^u olacak, söz konusu sürece alıcının hakim olması durumunda ise fiyat F_3^d düzeyinde belirlenecek ve kârın tamamı alıcı tarafından elde edilecektir. Anılan düzeyler uç noktalar olup fiyat bu iki seviyenin arasında gerçekleşecektir (Blair ve Harrison, 1993, 116).

Monopol durumda fiyat ve miktar F_1-X_1 , monopson durumda ise F_2-X_2 olacak ve iki yanlı monopol çözümü miktar açısından her iki durumdan daha iyi olacaktır. Dobson, Waterson ve Chu (1998, 18) konuya ilişkin olarak ayrıca Rubinstein (1982)'in tarafların bir an önce anlaşma niyeti taşımaları ve bunun için karşılıklı olarak teklif sunmaları durumunda birbirlerinin tercihleri hakkında bilgi sahibi olduktan ve yapılacak olan indirimleri belirledikten sonra anlaşacakları yönündeki görüşüne atıfta bulunmaktadır.

Ekonomik hayatta iki yanlı monopol nadiren görülmekle birlikte monopol gücü olan birkaç üreticinin, monopson gücü olan birkaç alıcıyla karşılaştığı piyasalara daha sık rastlanılmaktadır. Piyasalardaki monopol gücüne monopson gücü karşı koyabilecek ancak yine de piyasa tam rekabet piyasası gibi işlemeyecek, monopol gücünün monopson gücüne göre daha ağır basması durumunda pazarda monopolist etki varolacaktır. Ayrıca monopson gücü fiyatları marjinal maliyete, monopol gücü ise marjinal değere sürükleyecektir (Pindyck ve Rubinfeld, 2000, 358).

İki yanlı monopol, monopol veya monopsona göre sosyal refah açısından tercih edilebilecek bir durumdur. Birbirleriyle rakip olan alıcıların monopole veya yine birbirlerine rakip olan sağlayıcıların monopsona karşı biraraya gelmeleri satılan miktarı, dolayısıyla nihai ürün miktarını arttıracaktır. Ancak buna karşın rekabet hukuku uygulamaları açısından özen gösterilmesi gereken

²² Davut (1994, 27), Needham (1978) ve Hay ve Morris (1980)'e atıfta bulunarak "Taraflar birleşik kâr maksimizasyonuna yönelik konusunda anlaşmaya varamazlarsa, dikey bütünleşme açısından bir dürtü söz konusudur." ifadesini kullanmaktadır.

hususlar olup ve bu hususların şu şekilde açıklanması mümkündür(Blair ve Harrison 1998, 121-123):

i) İşlem Maliyetleri: Miktar ve fiyat üzerine yapılan pazarlıklar taraflara belli bir maliyet getirecek olup bu maliyetin işlem maliyeti (“transaction cost”) olarak tanımlanması mümkündür. Bu çerçevede *pure* monopol konumunda olan firmanın *pure* monopson konumunda olan firmayla yaptığı pazarlık sonucunda oluşan işlem maliyetleri ve alıcıların monopol konumunda olan firmaya karşı monopson gücü elde etmek için biraraya gelmeleri neticesinde oluşan işlem maliyetleri dikkate alındığında bu maliyetlerin işbirliğinin getirisini azaltabileceği belirtilebilir. İki yanlı monopol durumunda taraflar ortak kârlarını çoğaltmak için biraraya geldiklerinde kendilerini bir “mahpuslar çıkmazı-prisoners’ dilemma”²³ içerisinde bulacaklar ve diğer firmanın rekabetçi koşullarda faaliyet gösteriyormuş gibi davrandığını varsayarak strateji geliştireceklerdir. Ancak burada klasik mahpuslar çıkmazından farklı olarak tarafların iletişimi açısından bir engel bulunmaması ve müzakerelerle sonuca ulaşılabilecek olmasına karşın, teşebbüslerin kârın yalnızca ortaklaşa olarak çoğaltabileceğini anlamaları maliyetli bir süreç olacaktır. Ayrıca monopol konumunda olan bir satıcıya karşı monopson gücü uygulamak için biraraya gelen alıcıların, kâr paylaşımının adil olmadığını düşünmeleri durumunda anlaşmayı olumsuz yönde etkileyebilecek hareketlerde bulunabilmeleri de olasılık dahilindedir.

ii) Nihai Ürün Pazarındaki Anlaşma Riski: Aynı hammaddeyi satın alan ve nihai ürün pazarında rakip olan alıcıların monopol konumunda bulunan bir teşebbüse karşı iki yanlı monopol durumu yaratmak için biraraya gelmeleri, nihai ürün pazarında da anlaşma yapılma olasılığını güçlendirecektir. Rekabet otoritelerince onay verilmiş bir birliğin bulunması tarafların nihai ürün fiyatı üzerinde anlaşmak için biraraya gelmesini kolaylaştırırken, durumun tespitini de zorlaştırabilecektir (Blair ve Harrison 1993, 123-124). Alıcıların nihai ürün pazarında fiyat anlaşması yapması durumunda anılan pazardaki ürün miktarları kısıtlanacak ve fiyatlar yükselecektir. Bu ise hammadde talebini düşürecek, dolayısıyla da kârı çoğaltan üretim düzeyinin tespit edilmesinden kaynaklanan faydalar yok olacaktır.

Diğer yandan taraflar satış fiyatı üzerinde anlaşma yapmasalar dahi rakiplerinin hammadde alım fiyatları hakkında bilgi sahibi olacaklar, ayrıca alım fiyatlarının aynı olması nihai ürün fiyatlarının da aynı olması sonucunu

²³ Mahpuslar çıkmazı bir oyun teorisi terimi olup tutsakların birbirlerinden ayrı olarak bir suçu kabul edip etmemeleri üzerine kurulmuştur. Bir tutuklunun suçu itiraf etmesi durumunda kendi cezası düşük ortağıninki yüksek, ikisinin de reddetmesi durumunda cezalar her ikisinin de itiraf ettiği duruma göre daha düşük olacaktır (Pindyck ve Rubinfeld, 2000, 443).

doğurabilecektir²⁴. Ayrıca tarafların satış fiyatlarının yanında başka hususlarda da anlaşma yapma olasılıkları da bulunmaktadır (Blair ve Harrison 1993, 123-124).

Dobson, Waterson ve Chu (1998, 19) iki yanlı monopol konusuna değinirken Galbraith (1952)'in pazarın bir tarafındaki pazar gücünün pazarın diğer tarafında toplumsal açıdan yararlı olan bir "telafi edici güç"²⁵ (countervailing power) yarattığı yönündeki görüşüne yer vermektedir. Ayrıca Lustgarten (1975) ve Guth (1977)'un hammadde pazarındaki sağlayıcıların yoğunlaşmasıyla alıcıların yoğunlaşması arasında pozitif bir korelasyon olduğu yönündeki görüşlerine de atıfta bulunmaktadır. Ancak söz konusu yazarların bunun bir karşı güç olarak mı yoksa birbirleriyle ticari faaliyet içerisinde bulunan teşebbüslerin benzer ölçek ve kapsam ekonomilerine sahip olması nedeniyle mi oluştuğuna dair bir yorum yapmadıkları ifade edilmektedir.

Biraraya gelen teşebbüsler pazarda karşı güç yaratmak için biraraya gelmiş olsalar dahi bu teşebbüslerin nihai ürün pazarında da birlikte hareket etme olasılıklarının bulunması nedeniyle toplam refah etkisinin ne olacağı önceden bilinemeyebilecektir (Dobson, Waterson ve Chu 1998, 19-20). Telafi edici gücün pazarın diğer tarafına karşı pazar gücü yarattığı, fakat bundan başka bir pazar gücünün oluşturulmadığı durumlarda bu güç toplumsal refah açısından faydalı olabilecektir. Nitekim Dobson ve Waterson alıcıların birleşmesi sonucunda telafi edici güç yaratılmasının aynı zamanda bu teşebbüslerin satış gücünü de artırabileceğini, bunun da refah üzerindeki net etkisinin olumsuz yönde olacağını öne sürmektedir (OFT 1999, 50-51). Belirtilen yapıdaki veya benzer yapıdaki pazarlarda rekabet otoritelerinin nihai ürün pazarını iyi bir şekilde gözlemlemesi gerekmektedir.

Alıcıların alım pazarında telafi edici güç yaratmalarına karşın nihai ürün pazarında sınırlı bir rekabet ortamında faaliyet gösterdikleri durumlarda, düşen hammadde fiyatları nihai ürün pazarına düşük fiyat olarak yansımaya bilecek, ancak kaynakların daha verimli kullanılması sonucu doğabilecektir. Öte yandan alıcıların nihai ürün pazarında sahip oldukları gücün derecesi önemli olup, anılan güç arttıkça verimlilik düşecektir (Jacobson ve Dorman 1991, 65).

²⁴ Ancak üretim teknolojileri ve hammadde bileşimlerinin aynı olduğu sektörlerdeki fiyatların birbirlerinden çok farklı olması beklenmemelidir.

²⁵ "Countervailing power" Türkkın (2001, 313) tarafından "telafi edici güç", Seyidoğlu (1992, 453) tarafından "karşı koyucu güç" olarak kullanılmaktadır.

BÖLÜM 3

REKABET HUKUKU AÇISINDAN MONOPSON

Bu bölümde monopson gücü Rekabet Hukuku açısından değerlendirilmeye çalışılacak, bu bağlamda öncelikle tek bir firma tarafından gerçekleştirilen monopsonist ihlaller, ardından alım anlaşmaları vasıtasıyla oluşturulan monopson gücü ve bunların ABD ve AB uygulamaları incelenecek, ayrıca monopson ve monopol bir kıyaslamaya tabii tutulacaktır.

3.1. TEK BİR FİRMA TARAFINDAN GERÇEKLEŞTİRİLEN EYLEMLER

3.1.1. Alım Pazarında Düşük Fiyat

Monopson gücü uygulanması sonucunda kârını ençoklamak isteyen teşebbüs, satın aldığı miktarı kısıtlamak suretiyle sosyal refah kaybına yol açacaktır. Ancak buna karşın Rekabet Hukuku bağlamında yalnızca fiyat etkisi doğuran monopson gücünün ihlal olarak nitelenmesi pek mümkün görülmemektedir (Blair ve Harrison 1993, 62-63). Bu çerçevede, piyasa unsurlarının pazardan tek bir alıcının alım yapmasını verimlilik açısından rasyonel kıldığı “doğal monopson” halinde, alıcının alımlarını kısmak ve fiyatları düşürmek suretiyle monopsonist faaliyet içerisinde bulunması durumunda, rekabet otoriteleri tarafından rekabetin tesisi için alınabilecek herhangi bir önlem olmayabilecektir. Yerel bir pazarda monopson konumunda bulunan ancak nihai ürünlerini rekabetçi bir pazarda satan teşebbüse müdahale edilmesi, firmanın nihai ürün pazarındaki maliyetlerini yükseltmek suretiyle rekabet gücünü azaltabilecek ve firmayı iflas tehlikesiyle başbaşa bırakabilecektir. Diğer yandan sağlayıcıların korunması kaygısının ağır bastığı durumlarda, maliyetleri otoritelerce artırılan monopsonist firmanın pazardan çekilmesi, sağlayıcıların ürettikleri ürünlere en azından yeni bir teşebbüs pazara girene kadar talep olmaması sonucunu doğuracak, bu da sağlayıcılara önemli

ölçüde zarar verebilecektir²⁶ (Blair ve Harrison, 1993, 63). Nitekim ABD mahkemelerinin birçok davada tekel konumunda bulunan satıcıların monopol fiyatı uygulamasını, konunun fiyat regülasyonu kapsamına girmesi nedeniyle hakim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirmedeği belirtilmektedir. Doğal monopson vakalarına da aynı şekilde yaklaşılması gerektiği ve söz konusu durum için fiyat regülasyonunun en doğru yaklaşım olduğunu ileri sürülmektedir. Bu ve buna benzer örnekler ABD ve AB rekabet otoritelerinin konuya ilişkin yaklaşımlarını ortaya koymaktadır. Bu çerçevede, doğal monopson veya hakim durum davalarında ABD Mahkemelerinin fiyata müdahale hususunda AB'ye göre daha isteksiz olduğu belirtilmelidir.

Diğer taraftan alım pazarında hakim durumdaki alıcıyla ilgili olarak, bir sağlayıcının hakim durumda olmasının tespitiyle bir alıcının hakim durum tespitinin aynı olduğu belirtmelidir (Ritter, Braun ve Rawlinson 1992, 289). Bu çerçevede alıcının rakiplerinden ve müşterilerinden bağımsız olarak hareket etmek suretiyle piyasadaki rekabeti olumsuz yönde etkilemesi, hakim durumun göstergesi olarak değerlendirilebilecektir. Alım gücü sağlayıcıların müşterilerini değiştirebilme imkanına bağlı olup, sağlayıcıların müşterilerini değiştirme olanağı bulamadığı, ancak alıcının sağlayıcılarını değiştirme veya hammaddeyi kendi üretme imkanını bulduğu hallerde alıcının hakim durumda olduğu öne sürülebilir. Ancak bu konuların genellikle ülke rekabet otoritelerince incelenmesi nedeniyle AB bünyesinde alınmış çok fazla kararın olmadığı ifade edilmelidir (Ritter, Braun ve Rawlinson 1992, 289).

Konuyla ilgili olarak "*Cicce*"²⁷ davası örnek gösterilebilir. Avrupa film endüstrisi ticari birliği olan Cicce bazı televizyon kanallarını, film dağıtım şirketlerinden çok düşük fiyatla film aldıkları gerekçesiyle Komisyon'a şikayet etmiştir. Şikayet üzerine Komisyon tarafından yapılan incelemede televizyon şirketlerinin alım gücüne sahip oldukları ancak teşebbüslerin hakim durumlarını kötüye kullanmaları ile ilgili olarak yeterli kanıt olmadığı belirtilmiştir. ATAD, Komisyon tarafından kanıt yetersizliği nedeniyle alınmış kararı onaylamış ancak hakim durumdaki alıcı veya alıcıların sağlayıcılarından aşırı düşük fiyatla hammadde almalarının hakim durumun kötüye kullanılması olarak niteleneceğini açıklamıştır (Ritter, Braun ve Rawlinson 1992, 298).

²⁶ Mevcut monopsonun doğal monopson olarak nitelenemeyeceği ve pazara giriş engellerinin önemli boyutlarda olmadığı durumlarda, piyasadaki rekabetçi seviyeden yüksek kâr oranları yeni firmaların pazara girmesiyle birlikte sona erecektir. Ancak giriş engellerinin olduğu pazarlarda anılan veya olası olumsuz sonuçların bertarafı piyasanın regülasyonu ile mümkündür

²⁷ 298/83 1985 ECR 1105; 1986-1 CMLR 486. ECR March 28, 1985

3.1.2. Alım Pazarında Yıkıcı Fiyatlama²⁸

Yıkıcı fiyatlama olarak bilinen ve pazarda hakim durumda bulunan satıcının rakiplerini pazar dışına çıkarmak veya yeni girişleri önlemek için satış fiyatlarını maliyetinin altına çekmesine benzer bir durum, alım pazarında hakim durumda olan alıcının rakiplerinin hammaddeye ulaşmasını önlemek amacıyla alım fiyatlarını yükseltmesiyle görülebilecektir. Sağlayıcılar tarafından fiyatların marjinal maliyetin altına çekilmesiyle uygulanan yıkıcı fiyatlama monopson yönlü olarak hammadde alım fiyatlarının rekabetçi seviyenin, diğer bir deyişle marjinal ürün değerinin üzerine çıkartılmasıyla gerçekleşebilecektir. Marjinal ürün değerinin satın alınan hammadde miktarının bir birim artırılmasının toplam hasılaya yaptığı ilave katkı olarak tanımlanması mümkündür. Buradan hareketle söz konusu seviyenin üzerindeki alım fiyatlarının gelecekte telafi edilmemesi halinde teşebbüsün zararlarıyla sonuçlanacağı belirtilmelidir.

Diğer yandan anılan zararın telafisi iki şekilde mümkün olabilmektedir. Bunlardan ilki hakim durumda olan firmanın rakiplerinin piyasa dışına çıkmasıyla birlikte alım fiyatlarını rekabetçi seviyenin altına çekmesidir. Ayrıca monopsonist firmanın anılan teşebbüslerle nihai ürün pazarında da rakip olması durumunda alım pazarındaki yıkıcı fiyatlama nihai ürün pazarında teşebbüsün pazar payını artıracaktır. Dolayısıyla teşebbüsün alım pazarındaki hakim durumunu nihai ürün pazarındaki pazar payını artırmak amacıyla kullanabileceği belirtilmelidir²⁹.

Ancak alım pazarında yıkıcı fiyatlamının başarılı olma şansı oldukça düşüktür. Hakim durumda olan teşebbüs yalnızca önceden almakta olduğu miktardaki hammaddeyi değil piyasada mevcut olan bütün hammaddeyi artırmış olduğu fiyattan satın almak durumunda kalacaktır. Üstelik uzun dönemde söz konusu hammadde fiyatının yükselmiş olduğunu gören teşebbüsler üretim yapmak için bu pazara girebilecek böylece de üretilecek olan hammadde miktarı artacak ve hakim durumda olan teşebbüse daha büyük bir finansal yükü karşı karşıya kalacaktır³⁰.

Öte yandan söz konusu fazla ürünün nasıl değerlendirileceği de ayrıca incelenmesi gereken bir konudur. Bu çerçevede hammadde stok yapılmak suretiyle saklanabilecek (Bu olasılığın da ürünün stok imkanı olması halinde söz konusu olacağı açıktır.) veya imha edilebilecektir. Hammaddenin nihai ürün üretiminde kullanılmasının ise pazardaki nihai ürün miktarını artıracak, dolayısıyla ürün fiyatı düşecek, bu da teşebbüse yeni mali yükler getirecektir.

²⁸ Bu bölümün hazırlanmasında Blair ve Harrison (1993, 64-68)'dan yararlanılmıştır.

²⁹ Blair ve Harrison bunun Rekabet Hukukunda oldukça bilinen bir yöntem olduğunu vurgulamaktadır.

³⁰ Anılan hususun geçerliliği hammadde üretim pazarına giriş engelleri olmadığı takdirde söz konusu olabilecektir. Aksi takdirde yıkıcı fiyat politikasının uygulanması görece olarak kolaylaşacaktır.

Son olarak, izlenen yıkıcı fiyat politikasının başarılı olabilmesi için, fiyatların monopson gücünün kullanılması ile baskı altına alınmasının ardından gerek pazar koşullarının gerekse de hakim durumda olan firmanın davranışlarının, piyasaya yeni rakiplerin girmesini önleyici nitelikte olması gerekmektedir (Ancak bunun da ayrı bir ihlalin konusunu oluşturabileceği belirtilmelidir). Üstelik hakim durumda olan firma, yüksek fiyatla hammadde satın almak suretiyle etmiş olduğu zararı, yeteri kadar uzun bir süreyle düşük fiyatla ürün satın alarak telafi etmek durumundadır.

ABD uygulamalarında mahkemelerin alım pazarında yıkıcı fiyatın göstergesi olan marjinal ürün değeri yerine marjinal maliyeti göz önünde bulundurmalarına karşın konuyla ilgili bir kaç olayın yaşanmış olması alım pazarında yıkıcı fiyatlamaların gerçekleşme olasılığının kanıtı olarak sunulabilir. “*American Tobacco Co. v. United States*”³¹ davasında sigara pazarındaki büyük teşebbüsler tütün alımlarında, düşük fiyatlı sigara üreten küçük üreticileri piyasa dışına itmek için, sigara yapımında kullanmadıkları ucuz tütünün fiyatını yükseltme politikası izlemişlerdir. ABD Yüksek Mahkemesi küçük üreticilerin hammadde maliyetlerinin, anılan teşebbüslerin ucuz sigara üretmelerini önleyecek noktaya kadar yükseltilmiş olması nedeniyle, rekabetin büyük üreticiler tarafından ihlal edildiği sonucuna ulaşmıştır (Blair ve Harrison, 1993, 68). Ancak her ne kadar konuya ilişkin sınırlı sayıda örnek verilebilecek olsa da yukarıda ayrıntısıyla değinilen sebeplerden dolayı alım pazarında yıkıcı fiyat uygulamasının, başarılması oldukça zor bir politika olduğu belirtilmelidir. Dolayısıyla bu çeşit bir ihlalle karşılaşılması düşük bir olasılık olarak görülmektedir.

3.1.3. İşlem Yapmayı Reddetme³²

Satış pazarında görülen “bağlama” (“tying”) uygulaması, alım pazarında monopsonist firmanın bir ürün veya hizmeti satın almayı diğer bir ürün veya hizmetin kendisine satılması şartına bağlaması şeklinde görülebilecektir³³. Bağlama işlemi firmanın monopson gücünün olduğu pazarda uygulanacaktır. Diğer yandan bağlanan ürün ise pazar gücünün olmadığı pazardaki ürünler için söz konusu olacaktır. Bağlama vakalarının tamamı rakiplerin bağlanan hammaddeye ulaşmasını engellemek ve yeni bir pazarda pazar gücü elde etmek amacıyla yapılmaktadır. Blair ve Harrison anılan ihlalin önemli bir ihlal

³¹ 368 U.S. 781 (1946). Bu bölümde söz konusu davaya, eylemin birden fazla teşebbüs tarafından gerçekleştirilmiş olmasına karşın, yıkıcı fiyatlama açısından örnek teşkil ettiği gerekçesiyle yer verilmektedir.

³² Bu bölümün hazırlanmasında Blair ve Harrison (1993, 78-80)’dan yararlanılmıştır.

³³ Bağlama anlaşmalarını “satıcı konumundaki bir teşebbüsün bir ürünün satımını alıcının ayrı bir ürünü de alması koşuluna bağlı olarak yaptığı anlaşmalar” olarak tanımlamak mümkündür (Ünlüsoy, 2001, 6).

olduğunu ve monopson vakalarındaki fiyatların düşürülmeye çalışılması ile aynı çerçevede değerlendirilmesi gerektiğini öne sürmektedir.

“*United States v. Griffith*”³⁴ davasında birçok yerleşim biriminde sinema işletmeleri olan hatta bazı yerlerde tekel konumunda bulunan Griffith şirketinin hakim konumda bulunduğu pazarlardaki monopson gücünü kullanmak suretiyle, alımlarını rekabet içerisinde olduğu bölgelerde münhasır gösterim hakkına sahip olması şartına bağladığı belirtilmiştir. Bu davada, firmanın monopson gücünü olduğu pazarları “bağlayan pazarlar”, önemli rakiplerinin olduğu pazarları ise “bağlanan pazarlar” olarak adlandırılabilmesi mümkündür. Kararda monopsona atıf yapılmamasına karşın eylemin ihlal olarak değerlendirildiği ifade edilmektedir (Blair ve Harrison, 1993, 78).

“*Klor’s v. Broadway-Hale*”³⁵ davasında bir zincir mağaza olan Broadway-Hale, Klor’s firması ile radyo ve televizyon satışlarında rakip konumda bulunmaktadır. Broadway-Hale monopson gücünü kullanmak suretiyle sağlayıcılardan, Klor’s firmasına ürün satmamalarını ya da ürünü farklılaştırılmış fiyattan satmalarını talep etmiştir. Broadway-Hale’in monopsonist gücünü düşük fiyatla ürün satın almak için kullanmak yerine rakiplerine mal satılmasını engellemek amacıyla kullandığı sonucuna ulaşılmış ve ABD Yüksek Mahkemesi eylemi ihlal olarak değerlendirmiştir (Blair ve Harrison, 1993, 79).

3.2. ALIM ANLAŞMALARI

Alım anlaşmalarının monopsonistik anlaşmalar (alım) ve birlikte alım olmak üzere iki farklı şekilde incelenmesi gerektiği yönündeki görüşlerin yanısıra (Blair ve Harrison bu görüşü savunmaktadır.) söz konusu anlaşmaların ayrıma tabi tutulmadan tamamının birarada değerlendirilmesi gerektiği yönündeki görüşler de bulunmaktadır (Jacobson ve Dorman ve AB otoriteleri bu şekilde bir yöntemi tercih etmektedir)³⁶. Bu bölümde öncelikle Blair ve Harrison’dan yararlanılmak suretiyle monopsonistik anlaşmalara değinilecek ardından birlikte alım kavramı üzerinde durulacaktır. Ancak monopson gücünün değerlendirilmesiyle ilgili bölümde, bütün alım anlaşmaları birlikte incelenecektir.

³⁴ 334 U.S. 100 (1948)

³⁵ 359. U.S. 207 (1959)

³⁶ Jacobson ve Dorman’ın konuyla ilgili olan eserleri “Birlikte Alım, Monopson ve Rekabet” ismini taşımasına karşın eserde her türlü alım anlaşması “birlikte alım” olarak değerlendirilmekte ve aynı yöntem yazarların 1992 yılındaki eserlerinde de izlenmektedir. Ancak bu bakış açısı Blair ve Harrison (1992, 135) tarafından eleştirilmekte, “alımlarda verimlilik sağlamak için teşebbüslerin siparişlerini biraraya getiren pasif bir alım kooperatifine fiyatları düşürmek için alım güçlerini biraraya getiren teşebbüsler” arasında bir ayırım yapılması gerektiği ileri sürülmektedir.

3.2.1. Monopsonistik Anlaşmalar

Bir ürünün sağlayıcıları arasında yapılan bazı anlaşmalar fiyat artışı ve miktar kısıtlamaları gibi monopol benzeri sonuçlar doğurabilecek olup bu anlaşmaların monopsonistik anlaşma olarak tanımlanması mümkündür (Blair ve Harrison 1993, 42). Hammadde alıcılarının hammaddeye ödedikleri fiyatı etkilemek ve daha çok kâr elde etmek için biraraya gelmeleri monopson durumuna benzer sonuçlar yaratabilecektir³⁷. Dolayısıyla teşebbüsler anlaşma yapmak suretiyle alım fiyatını ve miktarını düşürmeye çalışacaklar ve bunu başardıkları ölçüde üretici artı değerinin bir kısmını kendilerine alacaklardır (Blair ve Harrison, 1993, 42). Bu kapsamda monopsonist firmaların alım güçlerini kötüye kullanmak suretiyle gerçek fiyatın oluşmasını engelledikleri ifade edilebilir (Gordon, 1994, 24). Anılan durum tek firmanın alım yaptığı monopson halinde olduğu gibi kullanılabilir olan kaynaktan daha az kaynak kullanımıyla sonuçlandığı için toplumsal refahı olumsuz yönde etkileyebilecektir. Ayrıca alıcıların daha az miktarda hammadde satın almaları sonucunda ürettikleri ürünün miktarı veya kalitesi azalacak, bu da tüketici refahına olumsuz yönde etki edebilecektir (Blair ve Harrison 1993, 43)³⁸.

Alıcılar arasında yapılan alım anlaşmalarına, bu anlaşmaların sağlayıcı ve tüketicileri olumsuz yönde etkilemesi nedeniyle, satıcılar arasında yapılan anlaşmalarla aynı doğrultuda yaklaşılması gerekmektedir. Nitekim "*United States v. Socony-Vacuum Oil Co.*"³⁹ davasında fiyatların yükseltilmesi, sabitlenmesi, baskı altına alınması ve düşürülmesi ABD Mahkemeleri tarafından ihlal olarak nitelendirilmiştir (Blair ve Harrison, 1993, 26-27).

"*Mandeville Island Farms v. American Crystal Sugar Co.*"⁴⁰ davasında şeker işleyen teşebbüslerin şeker alımlarında fiyat sabitleme yoluna gitmesi ihlal olarak değerlendirilmiş ve Mahkeme teşebbüslerin ortalama alım fiyatlarını düşürme gayreti içerisinde olduğu sonucuna ulaşmıştır. Davayla ilgili olarak ABD Yüksek Mahkemesi "alıcılar arasında yapılmasına ve zarar gören tarafların tüketiciler veya müşteriler yerine sağlayıcılar olmasına karşın anlaşmanın ihlal olarak değerlendirilmesi gerektiği" yönünde karar açıklamıştır (Blair ve Harrison, 1993, 69).

³⁷ Teşebbüsler monopson gücü oluşturmak için biraraya geldiklerinde marjinal maliyetler artarken, ortalama maliyetler düşmekte (Monopson oluşturma isteği ortalama maliyetin düşmesinden kaynaklanmaktadır) ve böylece kârlar artmaktadır (Blair ve Romano 1997, 687-689).

³⁸ Monopson ve monopolün her ikisinin de sosyal refahı olumsuz yönde etkilemektedir (Boulton 2000). Boulton'un konuya ilişkin yaklaşımları Blair ve Harrison'ın yukarıda yer verilen görüşleriyle paralellik arz etmektedir.

³⁹ 310 U.S. 835 (1947)

⁴⁰ 334 U.S. 219 (1948)

Teşebbüslerin monopsonistik anlaşma yapmasını kolaylaştıran bazı unsurlar olup, bunları az sayıda alıcının alım yapması, ürünün homojen olması ve arzın esnek olmaması⁴¹ olarak sıralanması mümkündür (Blair ve Harrison 1993, 43-46).

3.2.2. Birlikte Alım

Alıcıların alım fiyatları üzerinde anlaşmaları veya alımlarının tamamını ya da büyük kısmını, aralarında yapmış oldukları anlaşmaya göre yapmalarını içeren birlikte alım uygulamalarının Roma Anlaşması'nın 81 (1) inci madde kapsamında değerlendirilmesi gerekmektedir. Söz konusu eylem teşebbüslerin bir anlaşma vasıtasıyla alım fiyatları üzerinde mutabakat sağlamasının tarafların tek başlarına farklı fiyatlardan alım yapmalarını engellediği gerekçesiyle 81 (1) inci maddeye aykırıdır (Bellamy ve Child 1997, 210).

İki veya daha fazla teşebbüs tarafından yapılan birlikte alım, alım fiyatlarının veya alımdaki diğer önemli unsurların koordinasyonuna yol açtığı ve dengeleyici fayda sağlamadığı durumlarda 81 (1) inci maddeye aykırı olacaktır (Ritter, Rawlinson ve Braun 1992, 156).

Birlikte alımın hammadde alımlarında maliyetleri düşürmenin bilinen bir yöntemi olduğu da ileri sürülebilecektir. Diğer yandan anılan durumun iki yönlü olduğunu söylemek mümkündür. Şöyle ki bu uygulama neticesinde teşebbüsler bir yandan maliyetlerini düşürüyor olmaları nedeniyle takdir edilebilecekken diğer yandan alım fiyatını tespit etmek suretiyle rekabeti ihlal etmekle suçlanabilecektir (Jacobson ve Dorman 1991, 2). Söz konusu ikilem nedeniyle birlikte alımın ekonomik sonuçlarının ne şekilde olacağı öngörülemezdir (Blair ve Harrison 1993, 93). Nitekim bu konuda ABD uygulamaları ve Yüksek Mahkeme kararları da açık değildir (Jacobson ve Dorman 1991, 2).

Ekonomik hayatta birlikte alım iki farklı şekilde görülebilmektedir (Blair ve Harrison 1993, 93 ve 105). Bunlardan ilki alıcıların aynı hammaddeleri kullanma veya belirledikleri oranda üretime dahil etme ya da belli hammaddelerin alınmaması yönünde aldıkları karardır. Söz konusu uygulamanın ürünün tek tip olması sonucunu doğurmakla birlikte alıcıların işlem maliyetlerini düşürebilecek ve anlaşmanın ancak fiyatın baskı altına alınması amacıyla yapılması durumunda ihlal olarak değerlendirilmesi gerekecektir⁴². Ancak alıcıların verimlilik elde etmek için alımların kısıtlanması dışında bir yol olmadığını kanıtlamaları durumunda, rekabetçi ve rekabetçi olmayan unsurların tüketiciler de göz önünde bulundurulmak suretiyle değerlendirilerek bir sonuca ulaşılması mümkündür.

⁴¹ Arzın esnek olmaması durumunda alıcılar fiyat düşürebilmek için alımlarını çok fazla kılmaya ihtiyaç duymayabileceklerdir.

⁴² Rekabetçi süreçten beklenen faydalardan bir tanesinin de tüketicinin seçim özgürlüğünün artırılması olduğu dikkate alındığında ürünün tek tip olma olasılığı söz konusu faydanın gerçekleşme olasılığını tehlikeye düşürebilecektir.

Diğer yandan söz konusu anlaşma vasıtasıyla taraflar diğer hammadde alımlarında da fiyatın baskı altına alınmasına yönelik olarak karar alabilecek, bu durum ise maliyetlerin ve nihai ürün fiyatlarının aynı olma olasılığını güçlendirecektir (Blair ve Harrison 1993, 93). Bu şekilde birlikteliklerin olduğu pazarlarda rekabet otoriteleri teşebbüslerin nihai ürün pazarındaki ve diğer hammaddelerin alım pazarındaki davranışlarını dikkatle izlemelidir.

Birlikte alım ikinci olarak alım birlikleri vasıtasıyla oluşturulmakta ve alıcıların anılan amaç için biraraya gelmesiyle iki farklı sonuç ortaya çıkabilmektedir (Blair ve Harrison 1993, 93-94). Bu olasılıklardan ilki birliğin alım fiyatlarını rekabetçi seviyenin altına çekilmesi amacıyla kurulmuş olmasıdır⁴³. Söz konusu anlaşma satıcılar tarafından yapılan fiyat anlaşmasına benzer ekonomik ve sosyal etkiler doğurabilecektir. Birlikte alım ikinci olasılık olarak verimlilik artışı sağlayan alım birlikleri ile ortaya çıkabilecek olup bu olasılığın “ortaklaşa alım” (cooperative buying) olarak nitelenmesi mümkündür. Piyasalarda ortaklaşa alım üç farklı şekilde görülebilecektir.

Ortaklaşa alım ilk olarak kullanılan hammadde miktarını ve alım fiyatını artırmak suretiyle etkinlik artışının sağlandığı ve bu nedenle marjinal ürün değeri eğrisinin sağa kaydığı durum olarak ortaya çıkabilecektir (Blair ve Harrison 1993, 93-96). İşlemin, firmaların alım güçlerinin toplanması durumunda önemli bir güce ulaşmamakla birlikte tarafların bu sayede daha büyük ölçeklerde alım yaparak üretimde etkinliği sağladığı ve toplumun bütün kesimlerinin kârlı çıktığı durum olarak ifade edilmesi mümkündür. Diğer yandan etkinlik artışının kabul edilmesine karşın alıcılar tarafından fiyatın tespit edilmesi nedeniyle ortaklaşa alım işlemine karşı çıkılabilecektir. Anılan duruma ilişkin olarak, fiyat tespitinin alıcıların yüksek miktarlarda alım yapmaları için gerekli olduğu, üstelik firmaların sağlayıcılara karşı pazar gücü uygulamadığı yalnızca daha verimli çalışmak için alımlarını biraraya getirdiği ifade edilebilir. Alım fiyatlarını ve miktarını düşüren alım karteline karşın anılan vakanın miktar ve fiyatı yükseltmesinden hareketle bu iki hal birbirlerinden kolaylıkla ayırt edilebilecektir (Blair ve Harrison 1993, 93-96).

Ortaklaşa alıma ilişkin ikinci olasılık, işlemin sonucunda hem monopsondan kaynaklanan dağıtımsal etkinsizliğin hem de ortaklaşa alımdan kaynaklanan verimlilik artışlarının olduğu durumdur (Blair ve Harrison 1993, 96-99). Söz konusu durumda kaybeden ve kazanan taraflar olup, verimliliğin dağıtımsal etkinsizliğe göre ağır bastığı durumda refah etkileri olumlu, aksi takdirde olumsuz yönde olacaktır. Anılan vakada anlaşma öncesine göre hem fiyat hem de miktar artacak ancak söz konusu artış alım gücü kullanılmaması durumunda daha çok olabilecek, bu nedenle anılan faydaların sağlanabilmesi

⁴³ Anılan durumun bir önceki bölümde anlatılan monopsonistik anlaşmalarla aynı etkileri doğurduğu ifade edilmelidir.

için alım gücünün uygulanmasının zorunlu olup olmadığının araştırılması gerekecektir (Blair ve Harrison 1993, 96-99).

Ortaklaşa alımla ilgili olarak ortaya çıkabilecek bir diğer olasılık verimliliğin arttığı, ancak aynı zamanda alım fiyatları ve miktarının düştüğü durumdur (Blair ve Harrison 1993, 97-99). Rekabet otoritelerinin söz konusu şartlar altında faaliyet gösteren bir ortaklaşa alım organizasyonu hakkında karar verirken, işlemin toplumsal refah üzerindeki olumlu ve olumsuz yanlarını karşılaştırıp ağır basan duruma göre bir karara varması görüldüğü kadar kolay bir iş değildir. Değerlendirmenin anılan faydaların elde edilmesi için monopson gücünün kullanılmasının zorunlu olup olmadığı dikkate alınarak yapılması gerekecek ve incelenen vakadaki net etki olumlu yönde olsa dahi potansiyel fayda monopsonist gücün kullanılmadığı durumda daha büyük olabilecektir (Blair ve Harrison 1993, 97-99).

Ortaklaşa alım anlaşmalarında verimlilik artışı sağlandığının, ayrıca anılan verimliliğin elde edilmesi için fiyat anlaşması yapılmasının ve monopsonist güç kullanmak suretiyle fiyatların piyasa fiyatından aşağıya çekilmesinin rekabetçi faydaların elde edilmesi için zorunlu olduğunun, taraflarca kanıtlanması gerekmektedir (Blair ve Harrison 1993, 102-103). Anılan şartların sağlanması durumunda anlaşmanın rekabeti teşvik eden ve rekabeti engelleyen yönlerinin karşılıklı olarak değerlendirilmesi suretiyle bir sonuca ulaşılabilmesi mümkündür. Ancak söz konusu koşulların sağlanmadığı ve aynı faydaların fiyat ve kullanılan miktar azaltılmadan da elde edilebileceği durumlarda işlemin ihlal olarak değerlendirilmesi gerekebilecektir (Blair ve Harrison 1993, 102-103).

Diğer yandan ortaklaşa alım davalarında işlemin olumlu ve olumsuz yanları incelenirken dağıtımsal etkilerin tespit edilmesi oldukça güç olabilecektir (Blair ve Harrison 1993, 99). Verimliliğin artmasının aynı miktarda ürünün daha az hammaddeyle elde edilmesi olduğu düşünüldüğünde, kaynaklar tüketicilerin de yararlanacağı bir şekilde daha fazla ürün üretmek için kullanılabilir. Ayrıca bazı alım birliklerinin monopson gücü uygulamadan dahi depolama, nakliye gibi alanlarda fayda sağladığı dikkate alınmalıdır. Nitekim gıda ve yazılım sektöründe belirgin olarak görülen ve perakendeciler tarafından oluşturulup üyeleri yararına çalışan alım organizasyonlarının monopson gücü uygulamalarının küçük bir olasılık olduğu ifade edilmelidir. Söz konusu alım organizasyonlarında her üyenin yeniden satışını yapacağı ürünlerin siparişini birliğe bildirmesi ve bütün üyelerin siparişlerinin tek tek toplanması suretiyle alım yapılacak miktara ulaşılmakta ve sağlanan rekabetçi faydalar monopsonist gücün kullanılmaması sebebiyle yok olmaktadır (Blair ve Harrison 1993, 99).

Birlikte alım verimliliği artırmak suretiyle tüketicilere düşük fiyatlı ürün sunulmasını sağlayabileceği gibi, alıcılar arasında rekabeti ihlal eden ve

toplumsal refahı olumsuz yönde etkileyen sonuçları da doğurabilecektir. Bu nedenle birlikte alıma ilişkin uygulamalarda en doğru karar ekonomik değerlendirmeler sonucunda verilebilecektir (Blair ve Harrison 1993, 107-108).

3.2.2.1. AB’de Birlikte Alım

AB Komisyonu tarafından yayımlanan “Yatay Anlaşmalara AB Antlaşmasının 81 inci maddesinin Uygulanması ile İlgili Komisyon Duyurusu Hakkında Rehber”de (2001, paragraf 115-138) birlikte alım vakalarına değinilmektedir. Rehberde göre birlikte alım, “ortaklaşa kontrol edilen bir teşebbüs, birçok firma tarafından kurulmuş şirket, bir anlaşma veya basit bir işbirliği şeklinde ortaya çıkabilir.” Görüldüğü gibi Rehber’de Blair ve Harrison tarafından yapılmış olan ve monopsonistik anlaşmayla, birlikte alımın ayrı değerlendirilmesi esasına dayanan bir ayırım yapılmamakta, teşebbüsler tarafından biraraya gelmek suretiyle yapılan bütün alımlar aynı kapsamda değerlendirilmekte ve alım gücü şu şekilde tanımlanmaktadır:

Alım gücü, teşebbüsler arasındaki satın alma anlaşması sonucunda alım yapılan miktarın toplam alımlar içerisinde büyük bir orana tekabül etmesi nedeniyle fiyatların rekabetçi seviyenin altına düşmesi veya rakiplerin pazara girişlerinin zorlaşmasıdır (2001, paragraf 126).

Rehber’de rekabet analizlerinde alım ve satım pazarlarının ayrı ayrı değerlendirilmesi, alım pazarı incelenirken ikameye arz yönlü bakılması ve fiyatlardaki düşüşe sağlayıcıların nasıl tepki verdiğinin tespit edilmesi gerektiği ifade edilmektedir. Birlikte alım anlaşmalarının en azından alım pazarında rakip olan alıcılar arasında yapıldığı belirtilmekte ve nihai ürün satışlarında aynı pazarda faaliyet göstermeyen alıcıların gerçek anlamda rakip olmadıklarını ileri sürülmektedir. Dolayısıyla nihai ürün pazarında rakip olmayan teşebbüsler arasında yapılan ve anılan teşebbüslerin alım pazarında diğer alıcıların nihai ürün pazarlarındaki rekabetçi konumuna zarar verecek kadar güçlü konumda olmamaları durumunda, anlaşmanın 81 (1) inci madde kapsamında değerlendirilmesi düşük bir olasılık olacaktır. Ancak işbirliğinin esas amacının birlikte alımdan çok, fiyat anlaşması, miktar kısıtlaması veya pazar paylaşımına yönelik gizli bir kartel olması durumunda, anlaşmanın 81 (1) inci madde kapsamında değerlendirileceği de açıktır.

Rehber’e göre alım gücü incelenirken ilk olarak, alıcıların satış pazarında pazar güçlerinin olması durumunda düşük alım fiyatlarından kaynaklanan faydaların tüketicilere yansımama olasılığının dikkate alınması gerekmektedir. Tarafların satış pazarındaki birleşik pazar paylarının artması anılan pazarda koordinasyon içerisinde bulunma isteğini artırabilecek ve bu eylem, birlikte alımdan kaynaklanan maliyetlerin aynı olması sebebiyle kolaylaşabilecektir. Ayrıca sağlayıcılara karşı önemli oranda alım gücü uygulanması, ürünün

kalitesinin azalması (Fiyatların baskı altında olması nedeniyle sağlayıcıların düşük kalitede ürün üretmeleri söz konusu olabilecektir), ar-ge çalışmalarının yavaşlatılması (Fiyatların baskı altında olması ve kâr oranlarının düşmesi nedeniyle sağlayıcılar ar-ge için ayıracak yeterli kaynağı bulamayabilir veya böyle bir alım birliği ile karşı karşıya olmak teşebbüslere ar-ge için teşvik edici bir güdü yaratmayabilir) ve optimal düzeyin altında kalan arz miktarı nedeniyle pazar olumsuz yönde etkilenebilecektir.

Diğer yandan Rehber'e göre alım anlaşmaları nedeniyle diğer alıcıların verimli sağlayıcılara ulaşabilme imkanı sınırlanabilecektir. Üstelik sağlayıcıların düşük fiyatlı satışlarını alım anlaşmasına taraf olmayan alıcılardan telafi etme olasılığı, söz konusu alıcıları satış pazarında rekabet açısından olumsuz yönde etkileyebilecektir. Tarafların alım ve nihai ürün pazarında %15'in üzerinde pazar payına sahip olması durumunda anlaşmanın 81 (1) inci madde kapsamında değerlendirilmesi mümkündür. Ancak belirtilen pazar payı eşiğinin aşılmış olması anlaşmanın piyasayı olumsuz olarak etkilediği anlamına gelmemelidir. Pazar payının yanısıra pazardaki yoğunlaşma oranları, güçlü konumda bulunan sağlayıcılara karşı telafi edici bir güç yaratılıp yaratılmadığının da incelenmesi gerekmektedir. Ancak anlaşmayla sağlanan verimliliklerin kısıtlayıcı hükümlerden daha ağır bastığı durumlarda bunun taraflarca kanıtlanması gerekmektedir.

3.2.2.2. Muafiyet Değerlendirmesi

Rehber muafiyetle ilgili değerlendirmelerini üç ayrı başlık altında toplamaktadır. İlk olarak *anlaşmadan sağlanan ekonomik faydalara* değinilmektedir. Bu bağlamda, tarafların birlikte alım anlaşmalarından bazı faydalar elde edebileceği ve bunların pazardaki etkisinin, kısıtlayıcı etkilerden kaynaklanan olumsuzluklara göre daha fazla olabileceği belirtilmektedir. Ancak tarafların alım ve satım güçlerinin olması durumunda bu verimliliklerinin dikkatli bir şekilde incelenmesi, alım gücünden kaynaklanan ve tüketicilerin faydalanmadığı maliyet düşüşlerinin muafiyet kapsamında değerlendirilmemesi gerekmektedir. Komisyon ikinci olarak *zorunluluk unsurunu incelemekte*, belli faydaların elde edilmesi için gerekli olmayan kısıtlayıcı hükümlerin taraflara yüklenmesi durumunda, anlaşmanın muafiyet hükümlerinden yararlanamayacağını ileri sürmektedir. Ancak yine de her vakanın ayrı ayrı değerlendirilmeye tabii tutulması daha doğru bir yaklaşım olacaktır. Üçüncü olarak *belli ürünlerde rekabetin kısıtlanması halinde anlaşmaya muafiyet tanınamayacağı* ifade edilmektedir. Ayrıca tarafların pazar payları, sağlayıcıların pazardaki konumu ve satış pazarına giriş koşullarının incelenmesi zorunludur. Bir teşebbüsün anlaşma sonucunda alım veya satım pazarında hakim konuma geçmesi durumunda rekabet olumsuz açıdan etkilenebilecek ve anlaşmanın muafiyetten yararlanma olasılığı oldukça azalacaktır.

Teşebbüslerin hammadde alımlarının tamamının veya bir kısmını birlikte yapmasını içeren bir anlaşma 81 (1) inci maddeye aykırı olacaktır (Ritter, Braun ve Rawlinson 1992, 157). Bu bağlamda tarafların alımlarının ancak bir kısmını birlikte yapmasına, üçüncü kişilerin sağlayıcı veya alıcı olarak piyasaya girişlerinin engellenmemesi koşuluyla muafiyet verilebilecektir. Ayrıca alım fiyatları üzerinde anlaşılmasına karşın herhangi bir fayda sağlamayan anlaşmalara muafiyet tanınmaması gerekmektedir. Diğer yandan yeniden satış fiyatları üzerinde bir koordinasyonla sonuçlanmayan ve firmanın nihai ürün yapısı içerisinde küçük bir paya sahip olan hammaddelerin birlikte alımı, 81 (1) inci maddenin kapsamı dışında kalabilecektir (Ritter, Braun ve Rawlinson 1992, 157).

Fiili veya potansiyel rakipler arasında alım yapmak için kurulan ortak girişimler de piyasadaki bağımsız alıcıların sayısını azaltması ve alım fiyatlarının aynı olmasına yol açması nedeniyle rekabeti kısıtlayabilecektir (Ritter, Braun ve Rawlinson 1992, 421). Teşebbüslerin alımlarının tamamını ortak girişim aracılığıyla yapmamaları veya bu vasıtayla küçük miktarlarda ya da oranlarda alım yapmaları durumunda dahi işlem 81 (1) inci madde kapsamında değerlendirilebilecek ve muafiyetin verilmesi, kısıtlamaların kapsamı ve tarafların piyasadaki konumlarına (Pazar payı, yoğunlaşma oranı, arz-talep esnekliği gibi kriterler) bağlı olacaktır. Nitekim ARD/MGM⁴⁴ davasında teşebbüslerin pazar paylarının önemli bir seviyede olduğu ve sağlayıcıya üçüncü kişilere satış yapmasını engellemeye yönelik yükümlülükler yüklendiği hallerde, Komisyon alımların tamamının ortak girişim şirketi aracılığıyla yapılmasına karşı çıkmıştır. Diğer yandan yukarıda yer verilen Rehber’de birlikte alımın “ortaklaşa kontrol edilen bir teşebbüs” vasıtasıyla yapılan alımları da içerdiği görülmekte ve söz konusu ortak girişimlerin bu kapsamda inceleneceği anlaşılmaktadır.

3.2.2.3. AB’de Birlikte Alımla İlgili Davalar

“*National Sulphuric Acid Assocation*”⁴⁵ davasında dünya çapında pazar gücü olan birkaç sülfür üreticisine karşı bir güç oluşturmak için, İngiltere’deki sülfürik asit üreticileri bir birlik kurarak alımlarının tamamını söz konusu birlik vasıtasıyla yapma kararı almışlardır. Komisyon anlaşmanın rekabeti kısıtladığını, üstelik sülfürik asidin üretim maliyetinin % 80’inin sülfür tarafından oluşturulduğu göz önüne alındığında, sülfür alımlarındaki fiyat birlikteliğinin sülfürik asit pazarında da rekabeti ihlal edeceğini belirtmiş, bu nedenle firmaların toplam alım miktarlarının ancak % 25’ini birlik vasıtasıyla yapabileceğini hükme bağlamıştır. Diğer yandan anlaşmanın arz güvenliği

⁴⁴ 1989 OJ L 284/36; 1990-4 CMLR 841; 1989-2 CCH 2,109

⁴⁵ 1980 OJ L260/24 1980-3 CMLR 429

sağlayacağı, üstelik düşük alım fiyatlarının da tüketiciye yansıtacağı ileri sürülmüş ve anlaşmaya 81 (3) üncü madde kapsamında muafiyet tanınmıştır.

“*Coöperatieve Stremsel-en Kleursel-fabriek*⁴⁶” davasında Hollanda’da toplam pazar payları % 90’a ulaşan peynir üreticileri, peynir mayası alımlarını bu ülkede kurulmuş ve ülkedeki peynir mayasının tamamını üreten birlikten yapma hususunda anlaşmışlardır. Komisyon’un anlaşmanın rekabeti ihlal ettiğini açıklamasının ardından ATAD, alımların tamamının birlikten yapılmasının diğer sağlayıcıların yanısıra hammaddeyi kendi üretmek isteyen üreticiyi de olumsuz yönde etkileyeceğini belirtmiş ve işlemin 81 (1) inci maddeye aykırı olduğunu öne sürmüştür. Diğer yandan anlaşmanın üretimde ve dağıtımda tüketicilerin de yararlanabileceği bazı iyileştirmeler sağlama olasılığının bulunmasına karşın, hammadde alımlarının tamamının anılan şekilde yapılmasının zorunluluk arz etmemesi sebebiyle, Komisyon tarafından reddedilen muafiyet başvurusuna ilişkin olarak ATAD da aynı yönde karar vermiştir.

“*Belgian Industrial Timber*”⁴⁷ olayının ise aşağıdaki şekilde özetlenmesi mümkün görülmektedir:

“Belçika’daki tomruk alıcısı olan teşebbüsler biraraya gelerek teklif edecekleri tomruk fiyatlarının tavan seviyesini tespit etmişler ve ayrıca uygulamanın sağlıklı bir şekilde yürütülebilmesi için alım programlarının da bildirilmesini kararlaştırmışlardır. Piyasada başka alıcı bulunmamasından dolayı, bu anlaşma arz edenin ticaret özgürlüğünün sınırlandırılmasına yol açmış ve Komisyon, uygulamanın hukuka aykırı olduğuna karar vermiştir” (Sanlı, 2000, 193).

3.2.3. Alım Anlaşmalarına İlişkin ABD Uygulamaları

3.2.3.1. ABD Mahkemeleri

ABD mahkemeleri bir anlaşmanın “*per-se*” ihlal olup olmadığını değerlendirirken üç unsuru göz önünde bulundurmaktadır (Jacobson ve Dorman 1991, 27-28). İlk olarak, bütünüyle kısıtlama içeren ve pazarın her iki tarafında da verimlilik artışı sağlamayan anlaşmalar “*per-se*” ihlal olarak değerlendirilmektedir. ABD Yüksek Mahkemesi tarafından verilen “*Northwest Wholesale Stationers v. Pacific Stationery & Printing Co.*” kararında Mahkeme işlemi verimlilik artışı sağladığı gerekçesiyle onaylamıştır⁴⁸. Ayrıca “*Balmoral*

⁴⁶ OJ L 51/19, 1980-2 CMLR 402. 61/80 March 25, 1981; 1981 ECR 851; 1982-1 CMLR 265; 1990 CCH 267

⁴⁷ 1976, 1 C.M.L.R.D.11

⁴⁸ 472 U.S. 84 (1985). Yüksek Mahkeme’nin aldığı kararda ortaklaşa alım faaliyetinin perakendecilere ürün alım ve depolama faaliyetlerinde ölçek ekonomilerinden yararlanma imkanı, aynı zamanda anlaşmanın yapılmadığı durumda kısa sürede ulaşılamayacak olan ürünlere daha kolay ulaşma olanağı sağlayacağı belirtilmektedir (Blair ve Harrison 1993, 93-94). Ayrıca pazardaki küçük teşebbüsler bu sayede fiyatlarını düşürebilecek ve büyük rakipleriyle

Cinema Inc. v. Allied Artists Pictures Corp”⁴⁹ davasında, alım anlaşmasının sinema izleyicisinin daha düşük fiyatla film izlemesiyle sonuçlanacağı ve sinemalara, sağlayıcıların pazar gücüyle mücadele etme olanağı vereceği gerekçesiyle anlaşma “*per-se*” ihlal olarak değerlendirilmemiştir (Jacobson ve Dorman 1991, 27-28).

İkinci unsur olarak tarafların hem alım hem de üretim yaptıkları nihai ürün pazarında rakip olmaları durumunda işlem “*per-se*” kapsamında değerlendirilmekte, firmaların yalnızca alım pazarında rakip olmaları durumunda “*rule of reason*” analizi gündeme gelmektedir (Jacobson ve Dorman 1991, 28).

Üçüncü unsur olarak “*per-se*” vakalarının tamamında teşebbüslerin en azından alım pazarında önemli bir pazar payına sahip olması şartı aranmaktadır (Jacobson ve Dorman 1991, 29-30). Sıralanan her üç şartın birlikte mevcut olmadığı durumlarda analiz “*rule of reason*” bağlamında yapılmaktadır. Ancak söz konusu analizin nasıl yapılacağına dair mahkemeler arasında görüş birliği olmamasına karşın, pazar payları her koşulda incelenmektedir. Bu bağlamda “*rule of reason*” analizinin yapıldığı hiçbir anlaşmanın yasaklanmamış olduğu belirtilmelidir (Jacobson ve Dorman 1991, 29-30).

“*Anderson v. U.S.*”⁵⁰ davasında canlı hayvan alımlarında borsa üyeleri dışındaki alıcılarla iş yapan sağlayıcılardan alım yapılmamasına yönelik olarak yapılan anlaşma, pazarda yoğun rekabet yaşanması, alım fiyatlarının düşmemesi ve nihai ürün pazarında anlaşmanın olumsuz etkilerinin görülmemesi gerekçesiyle onaylanmıştır. Bu çerçevede Mahkemeler benzer davalarda, alım pazarındaki fiyatların bastırılmasıyla oluşan etkinin, nihai ürün miktarını veya kalitesini artırıp artırmadığını, diğer bir deyişle rekabete aykırı eylemlerin etkilerinin başka pazarlardaki rekabetçi etkilerle giderilip giderilmediğini araştırmaktadır (Jacobson ve Dorman 1991, 31-33).

3.2.3.2. ABD Adalet Bakanlığı

ABD Adalet Bakanlığı alım anlaşmalarını hem alım pazarındaki hem de satış pazarındaki etkileri açısından incelemektedir. Bu bağlamda Bakanlık tarafların altpazarda fiyatları rekabetçi seviyenin altına çekebilme gücünü araştırmakta ve bu pazardaki paylarının % 35’in altında olması durumunda monopsonist gücün olmadığı sonucuna ulaşmaktadır. Aksi takdirde diğer kriterler inceleme konusu yapılmakta, ancak bu kriterlerin ne olduğu açık olarak ortaya

rekabet edebilecek kadar stok tutabilecekler. Kaldı ki anılan verimliliklere ulaşılabilmesinin başka bir yönteminin bulunmadığı Kararda açıklanmıştır.

⁴⁹ 885 F.2d 313 (6th Cir.1989) Blair ve Harrison (1993, 40) söz konusu davanın birlikte alım olarak değil monopsonistik anlaşma olarak görülmesi gerektiğini ifade etmekte ve alınan kararı hatalı bir karar olarak yorumlamaktadır.

⁵⁰ 171 U.S. 604 (1898)

konulmamaktadır (Jacobson ve Dorman 1991, 36-38). Diğer yandan Bakanlık alım anlaşmasının altpazardaki etkilerini incelerken anlaşmanın bu pazarda rakip olan teşebbüsler arasında nihai ürün satışlarında birlikte hareket imkanı sağlayıp sağlamadığını da araştırma konusu yapmaktadır. Dolayısıyla hammadde fiyatının nihai ürün fiyatının % 20'sinden daha azını oluşturması durumunda Bakanlık nihai ürün pazarında rekabet ihlalinin olamayacağına karar vermekte, eşiğin aşılması durumunda ise sektörle ilgili diğer kriterler değerlendirilmektedir. Ancak alım anlaşmasının, nihai ürün fiyatı gibi rekabet açısından hassas konuların görüşüldüğü bir platform olarak kullanılması halinde söz konusu eşiğin göz ardı edileceği açıktır⁵¹ (Jacobson ve Dorman 1991, 36-38).

3.2.4. Alım Anlaşmalarında Monopson Gücünün Değerlendirilmesi

Monopson gücünün uygulanabilmesi için öncelikle firma(lar)ın kendi alım davranışlarının fiyatlar üzerinde etkisi olduğunu ve bu gücü kullanarak alım fiyatlarını sağlayıcıların maliyetlerine kadar düşürebileceklerini bilmeleri gerekmektedir. (Jacobson ve Dorman, 1991, 9)⁵². Buradan hareketle teşebbüsleri alım anlaşmaları yapmaya iten üç neden bulunmakta olup bunlardan ilki *verimlilikte artış sağlama gayretidir* (Jacobson ve Dorman, 1993, 20). Bu çerçevede alım anlaşmalarının verimliliği birçok alanda artırdığı öne sürülebilir olup, alıcıların pazarlık gücü elde ederek sağlayıcılar tarafından uygulanan yüksek fiyatı rekabetçi seviyeye çektiği durumlar, söz konusu verimlilik artışlarına örnek olarak gösterilebilir. Bir diğer verimlilik artışı ise daha yüksek miktarda ürün alımıyla birlikte sağlayıcının sahip olduğu atıl kapasitenin faaliyete geçirilmesi veya ölçek ekonomilerinden yararlanılması suretiyle sağlanabilecektir. Firmalar alım anlaşmaları sayesinde nakliye, depolama alanlarında ölçek ekonomilerinden faydalanabilecektir. Ayrıca işlem maliyetlerindeki azalmanın da bu bağlamda değerlendirilmesi yerinde olacaktır. Anılan hususların gerçekleşmesiyle birlikte hammadde ve nihai ürün fiyatları düşecek, satın alınan hammadde miktarı ise artacaktır (Jacobson ve Dorman, 1993, 20).

Teşebbüsleri alım anlaşması yapmaya iten ikinci nedenin *hammadde pazarında monopson gücü uygulama isteğinden* kaynaklandığı öne sürülebilir (Jacobson ve Dorman 1991, 20). Bunun için, alım pazarında giriş engellerinin bulunması, pazardaki alımların önemli bir bölümünün anlaşmanın taraflarınca yapılması ve arz eğrisinin pozitif eğimli olması gerekli koşullar arasında

⁵¹ Bu konuda Blair ve Harrison Bakanlığın yalnızca tarafların alım pazarındaki paylarının % 35 oranındaki eşiği aşmış aştığını incelediğini belirterek Adalet Bakanlığı uygulamalarını eleştirmektedir. Bkz. Bölüm 1.5.

⁵² Maliyetlerin hangi maliyetler olduğu konusunda bir yorum yapılmamakla birlikte fiyatın teşebbüsün sabit maliyetlerine kadar düşürülebilmesi söz konusu olabilecektir.

gösterilmektedir. Söz konusu şartlardan en az ikisinin sağlanması zorunlu olup, ancak bu koşulların sağlanması durumunda monopsonun refah ve dağıtım üzerindeki etkileri olumsuz yönde olacaktır. Ancak monopson gücünün uygulanmasıyla birlikte pazarın iki yanlı tekel konumunu alması durumunda anlaşmanın olumlu refah etkileri görülebilecektir (Jacobson ve Dorman 1991, 20-21).

Teşebbüsleri alım pazarında anlaşma yapmaya iten üçüncü neden olarak, *altpazarda fiyat anlaşması yapma veya diğer rekabet ihlallerini kolaylaştırma (miktar kısıtlamak, müşteri paylaşmak vb.)* isteği gösterilebilir (Jacobson ve Dorman 1993, 21). Bu ve benzer durumlarda alım anlaşmalarının anılan amaçlara ulaşılması için bir araç görevi görme olasılığı bulunmaktadır. Söz konusu biraraya gelme altpazarlardaki fiyatların görüşülmesi için bir ortam yaratabilecek veya her firmanın alım miktarının bilinmesi suretiyle nihai ürün pazarında firmaların piyasaya sunacağı ürün miktarının tahmin edilmesine yardımcı olabilecektir. Alım anlaşmalarının altpazarda rekabet ihlali olarak değerlendirilebilmesi için alım yapan firmaların anılan pazarda birbirlerine rakip olmaları, hammadde alım miktarı ve fiyatı düşerken, nihai ürün fiyatlarının yükselmesi ve nihai ürün miktarının azalması gerekmekte olup ancak bu koşulların sağlanması neticesinde monopsonun teoride belirtilen olumsuz etkileri ortaya çıkacaktır (Jacobson ve Dorman 1993, 21).

Teşebbüsler monopson gücü uygulamak için biraraya gelirken, hem fiyatları baskı altına almayı hem de rakiplerini pazar dışına çıkarmak suretiyle nihai ürün pazarında pazar payı kazanmayı hedefleyebileceklerdir (Blair ve Harrison 1993, 30). Üstelik monopsonun sosyal refah açısından olumsuz etkiler doğurduğunu, kaynakların anılan nedenle kullanılabilir olan miktardan daha az kullanıldığını, bunun da ürün miktarının düşmesi veya kalitenin azalmasıyla sonuçlandığını, dolayısıyla işlemin tüketici refahını olumsuz yönde etkilediği gerekçesiyle yasaklanması gerektiğini öne sürmek de mümkündür (Blair ve Harrison 1993, 43). Bu durum ise telafi edilemeyen toplumsal refah kayıpları yaratacaktır (Dobson, Waterson ve Chu 1998, 12).

Monopson, monopol gibi rekabetçi seviyenin altında ürün üretilmesine neden olduğu için nihai ürün fiyatları düşmemektedir. Üstelik nihai ürün pazarında firmanın pazar gücü olması durumunda fiyatların daha da yükselmesi beklenmelidir (Blair ve Harrison 1993, 41). Monopsonist bir teşebbüsün aynı zamanda altpazarda monopol gücüne sahip olması durumunda [Anılan konumdaki firmaya Nichol (1943) tarafından '*monemporist*' adı verilmektedir (Dobson, Waterson ve Chu 1998, 12).] nihai ürün üretiminde negatif eğimli bir talep eğrisiyle karşılaşılacaktır⁵³. Monopol konumunda bulunan firma tarafından satılan ürün miktarı arttıkça marjinal hasıla düşecektir. Diğer yandan marjinal

⁵³ Talep eğrisinin negatif eğimli olması fiyatın satılan ürün miktarının azalan bir fonksiyonu olduğunu göstermektedir.

maliyetlerdeki bir artış teşebbüsün kârını ençoklayan üretim seviyesinin düşmesine neden olacak, üstelik talep eğrisinin negatif eğimli olması sebebiyle miktardaki düşüş fiyat artışıyla sonuçlanacaktır. Dolayısıyla monopolist bir firmanın aynı zamanda monopson gücüne sahip olması durumunda, hammadde için ödenen fiyatların düşmesine karşın marjinal maliyet artacak, firmanın nihai ürün üretim seviyesi azalacak, tüketicilerin ödediği fiyatta bir artış görülecek ve söz konusu hal bir refah kaybına neden olacaktır. Anılan etkilerin tamamının alım anlaşmalarıyla da ortaya çıkabileceği öne sürülebilir (Blair ve Harrison 1993, 41-42).

Aynı şekilde alıcıların üretim yaptığı pazarlarda satış güçlerinin olması durumunda monopson gücü uygulanmasının olumsuz etkiler doğuracağı, üstelik alıcıların altpazarda rakip olmaları halinde anlaşmanın bu pazarda uyum için bir araç olabileceği Jacobson ve Dorman tarafından da kabul edilmektedir. Alım anlaşmaları çok yönlü olması nedeniyle ihlal olarak nitelenen ve nitelenmeyen anlaşmaların tam olarak sınırları çizilememektedir (Jacobson ve Dorman 1991, 23).

Ancak teşebbüsleri alım anlaşması yapmaya iten saiklerin birbirlerinden ayırt edilmesi rekabet politikalarının uygulanması açısından son derece önemlidir. Bu nedenle verimlilik artışı sağlayan anlaşmaların desteklenmesi, tüketici refahını azaltan, monopson gücünün kullanılması sonucunu doğuran veya altpazarda rekabet ihlallerini kolaylaştıran anlaşmaların yasaklanmasının hususunun yerinde bir uygulama olarak nitelenmesi mümkündür. Bu bağlamda anlaşmanın hangi gerekçelerle yapıldığının ve sonuçlarının tespiti için aşağıdaki analiz yol gösterici olabilecektir (Jacobson ve Dorman 1991, 21-22)

- 1- Anlaşma taraflarının altpazarda rakip olup olmadıkları sonuca ulaşmak için önemli bir gösterge niteliğindedir. Teşebbüslerin altpazarda birbirlerine rakip olmamaları halinde anılan pazardaki rekabet ihlallerinin kolaylaştırılması amacıyla alım anlaşması yapılmayacaktır.
- 2- Teşebbüslerin alım anlaşması yapmak suretiyle satın aldıkları hammadde miktarının pazarda önemli bir alım oranına tekabül edip etmediği araştırılmalıdır. Söz konusu miktarın düşük olduğu durumlarda firmaların monopson gücü uygulamak için biraraya gelmiş olmalarının gerçekçi olmayacağı ifade edilebilir.
- 3- Alımı yapılan hammaddenin sahip olduğu arz eğrisinin pozitif eğimli olmaması durumunda teşebbüsler biraraya gelmek suretiyle monopson gücü uygulayamayacaklardır.
- 4- Alım anlaşmasıyla birlikte satın alınan hammadde miktarında bir artış olması durumunda, monopson gücünün kullanılması veya altpazarda rekabeti ihlal etme isteği ile anlaşma yapılmış olması mümkün görülmemektedir.

5- Alım anlaşması neticesinde verimlilik artışının sağlanmamış olması durumunda monopson gücünün kullanılması veya altpazarda rekabeti ihlal etme isteği ile anlaşmanın yapılmış olma olasılığı bulunmaktadır.

Alım anlaşmaları, alım pazarında giriş engellerinin bulunduğu, pazardaki alımların önemli bir bölümünün anlaşmanın taraflarınca yapıldığı, arz eğrisinin pozitif eğimli olduğu ve ortak aktivite nedeniyle oluşan ters etkilerin verimlilik artışıyla dengelenmediği durumlarda tüketici refahını olumsuz yönde etkileyecektir (Jacobson ve Dorman 1991, 22-23). Ancak alım pazarında yüksek yoğunlaşma oranları ve pozitif eğimli uzun dönem arz eğrilerinin sık olarak görülmeyeceği ileri sürülmektedir. Bu nedenle söz konusu anlaşmaların genellikle verimlilik artışı sağlayacağı, dolayısıyla alım gücünün refah üzerindeki etkilerinin olumsuz yönde olduğu vakalarla nadiren karşılaşılabileceği ifade edilmektedir. Üstelik hammadde sağlayıcılarının pazarda satış gücüne sahip olması durumunda alıcılar arasındaki anlaşmaların fiyatları rekabetçi seviyeye çekeceği, bu nedenle benzer anlaşmaların rekabet otoritelerince ihlal olarak değerlendirilmemesi gerektiği belirtilmektedir (Jacobson ve Dorman 1991, 22-23).

Monopsonist bir firmanın marjinal faktör maliyetinin hammadde maliyetinden fazla olması nedeniyle anılan firma monopson gücü olmayan bir teşebbüse göre daha yüksek bir marjinal maliyete sahiptir (Blair ve Harrison 1993, 41). Dolayısıyla üretilecek nihai ürün miktarının marjinal maliyete bağlı olması sebebiyle monopsonist firmanın anılan teşebbüse kıyasla daha az miktarda nihai ürün üreteceği ileri sürülebilir. Bu bağlamda nihai ürün miktarındaki azalma anılan teşebbüsün rekabetçi bir pazarda faaliyet göstermesi ve fiyat alıcısı konumunda bulunması durumunda tüketiciye zarar vermeyecek ve nihai ürün pazarını olumsuz yönde etkilemeyecektir. Ancak ortalama maliyetin düşerek toplam kârın artması alıcı firmanın refahını artıran ve üretici firmanın refahını azaltan bir kaynak transferi sayesinde olacaktır⁵⁴. Diğer yandan monopsonist firmanın aynı zamanda nihai ürün pazarında pazar gücü olması durumunda ürün fiyatlarında bir artış görülecektir. Dolayısıyla satın aldığı miktarı kısıtlayarak alım fiyatlarını düşüren alım anlaşmaları da söz konusu etkileri doğurabilecektir (Blair ve Harrison 1993, 41).

Posner (1998, 341-342) “monopsonun bir hammaddenin başka alanlarda kullanıldığında daha az verimli olan kaynakları tükettiği zaman ortaya çıkabilecek bir sorun olduğunu ve ancak kısa dönem için geçerlilik taşıdığını” ileri sürmektedir.

⁵⁴ Kelly ve Gosman (2000, 42-43) LaFrance (1979)’ın oligopolist pazarlarda faaliyet gösteren firmaların farklı maliyetleri olması nedeniyle, bu pazarlardan alım yapan alıcıların fiyatlar konusunda pazarlık yapmak suretiyle sağlayıcılar arasındaki rekabeti, dolayısıyla da kendi kârlarını artırabilecek olmalarına karşın, maliyet yapıları aynı olan rekabetçi sektörlerden alım yapan alıcıların, alım güçlerini kullanamayacakları yönündeki görüşüne atıfta bulunmaktadır. Ancak alım gücünün oligopolist sektörlerden çok, rekabetçi sektörlerdeki üreticilerin kârlarını azaltacağına öne sürmek de olasıdır (Blair ve Harrison 2000, 58).

Bu çerçevede monopsonla ilgili olarak demiryolu örneği verilebilecek olup, demiryolunun inşa edilmesinin ardından alternatif kullanım alanlarının sınırlı olması nedeniyle, bu hizmetin monopson konumundaki alıcısının ödeyeceği fiyat demiryolunun yatırım bedelini karşılama sınırına kadar düşebilecek ancak buna karşın, yatırım daha kârlı olabilecek alanlara kaydırılmayacaktır.

Rekabet Hukukunun amacı hususunda çok farklı görüşler bulunmaktadır. Söz konusu görüşlerden bir tanesi Rekabet Hukukunun hedefinin ekonomik verimliliği ençoklamak olduğu ve telafi edilemeyen refah kayıplarının görülmesi durumunda rekabet otoritesi tarafından müdahale edilmesi gerektiği yönündedir (Jacobson ve Dorman 1991, 38). Rekabet Hukukunun amaçlarının bu sayılanlara ilaveten küçük firmaların korunması⁵⁵, ekonomik gücün teşebbüsler arasında dağıtılması ve ticari ilişkilerde dürüstlüğün sağlanması olduğunu savunan bir diğer grup da bulunmaktadır. Ancak Rekabet Hukukunun öncelikle ekonomik verimliliği gözetmesi gerektiği, alım gücüyle ilgili davalarda bu amacın gerçekleşmesi durumunda diğer amaçlara da ulaşılacağı ileri sürülmektedir (Jacobson ve Dorman 1991, 38-40). Sağlayıcıların alıcılarla kıyaslandığında daha küçük ayrıca, üstpazarların nihai ürün pazarlarına göre az yoğunlaşmış olduğu⁵⁶ dikkate alındığında otoritelerin alım anlaşmalarına sert yaklaşmaması durumunda anılan amaçlara ulaşılacağı öne sürülebilmektedir.

3.2.4.1. Monopsonun Monopol Analizinden Farklılıkları

Jacobson ve Dorman (1991, 3) “monopol ve monopsonun ekonomik açıdan birbirlerine paralel rekabet kısıtlamaları olduğu” (Posner, 1984) görüşünün dar bir çerçevede doğru sayılabileceğini ancak bu tanımın rekabet uygulamalarında alıcı ve satıcı eylemlerinin aynı şekilde değerlendirilmesi gerektiğine yönelik bir izlenim yaratması nedeniyle doğru olmadığını belirtmektedir. Bu bağlamda alım ve satım pazarındaki faaliyetler incelenirken farklı kuralların uygulanması aşağıda sıralanan nedenlerle gereklilik arz etmektedir (Jacobson ve Dorman 1991, 43-44):

- 1- Nihai ürün üreten firmaların ürün fiyatlarını artırmalarına yönelik olarak yaptıkları bir anlaşmanın verimlilik analizine gereksinim olmaksızın daima tüketicinin zararına olduğu söylenebilirken, alıcılar arasındaki benzer anlaşmaların anılan etkiyi her koşulda doğurduğu

⁵⁵ Her şart ve durumda küçük teşebbüslerin korunması rasyonel olmayabilir. Nitekim verimsiz çalışan küçük işletmelerin korunmasına gerek duyulmamalıdır. Üstelik bazı piyasalarda büyük teşebbüslerin faaliyet göstermesi bir zorunluluk unsuru olup anılan piyasalarda küçük teşebbüslerin bulunması etkinsizlik sorununu gündeme getirebilmektedir.

⁵⁶ Jacobsen ve Dorman bu konuda Blair ve Harrison (1976)’a atıfta bulunarak her satıcı için bir alıcı olduğu görüşünün her satıcı için birçok alıcı olması nedeniyle geçersiz olduğunu belirtmektedir.

söylenemeyecektir. Bu nedenle alım anlaşmaları sonucu düşen fiyatların tüketicilere düşük nihai ürün fiyatı olarak yansıma ve verimliliğin artma olasılığı her koşulda dikkate alınmalıdır.

Düşük alım fiyatlarının tüketiciye düşük nihai ürün fiyatı olarak yansıma olasılığı bulunsada alıcıların birleşik alım gücünü fiyatları düşürmek amacıyla kullanmadığı ve düşük fiyatların yalnızca beraber alım yapılmasından kaynaklandığı uygulamalar kapsamında söz konusu olacağı belirtilmelidir (Blair ve Harrison 1992, 135-136). Ayrıca monopsonist firmanın nihai ürünlerini tam rekabet piyasasında⁵⁷ satması durumunda söz konusu düşük fiyatlar tüketiciye yansımayacaktır⁵⁸ (1993, 41).

2- Bazı durumlarda monopsonistik bir davranışla, alıcılarla sağlayıcılar arasında yapılan sıkı bir pazarlığın (aggressive bargaining) birbirinden ayırt edilmesi çok zor olabilecektir. Alıcı davranışlarının tam olarak açıklığa kavuşturulamadığı eylemlerde, ılımlı bir yaklaşım sergilenmesi tüketicilere yarar sağlayabilecek ve rekabeti olumlu yönde etkileyebilecek anlaşmaların yasaklanmasını önleyecektir.

Ancak sağlayıcıların biraraya gelmek suretiyle alıcılarla sıkı bir pazarlık yapması rekabet otoriteleri ve ekonomistler tarafından yasaklanması gereken bir davranış olarak görülmektedir. Dolayısıyla sıkı bir pazarlık yapılması birlikte alımın ihlal olarak değerlendirilmesini engellememeli hatta eylemin daha dikkatli incelenmesi için gerekçe oluşturmalıdır (Blair ve Harrison 1992, 135). Nitekim teşebbüsün sıkı bir pazarlık yapabiliyor olması pazar gücünü gösteren bir kanıt olarak sunulabilir.

3- Monopson gücünün uygulanması için arz eğrisinin pozitif eğimli olması gerekmektedir. Ancak nihai ürün pazarında talep eğrisinin daima negatif eğimli olması nedeniyle bu şekilde bir ayırım gerekli değildir. Dolayısıyla monopolcü firma monopsonist firmadan farklı olarak ürettiği ürünün miktarını kısıtlayarak ürünün piyasa fiyatını her zaman etkileyebilecek konumdadır.

4- Toplumsal refahı olumsuz yönde etkileyen alıcı davranışlarına sağlayıcılar arasında yapılan anlaşmalar kadar sık rastlanılmamaktadır. Monopson gücünün uygulanabilmesi için bir arada olması gereken şartlar, alıcıların alım pazarındaki yüksek pazar payları, pozitif eğimli arz eğrisi ve giriş engelleri olup bunların üçü bir arada nadiren görülmektedir.

⁵⁷ Tam rekabet piyasasının gerçek hayatta karşılaşılması çok zor olan bir piyasa çeşidi olduğu düşünüldüğünde bu ifade yerine rekabetçi pazar veya pazar gücüne sahip olan/olmayan teşebbüs kavramlarının daha uygun olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda pazar rekabetçi bir pazarsa veya firma pazar gücüne sahip değilse teşebbüsün fiyat indirimine gitmesi olasılık dahilindedir.

⁵⁸ Kelly ve Gosman (2000, 42-43) Scherer ve Ross (1990)'a atıfta bulunarak tüketicilerin en çok faydayı alım pazarında güçlü olan alıcıların ürünlerini satarken güçsüz olmaları durumunda elde edeceklerini ifade etmektedir.

Ancak piyasalarda monopsonun sanıldığından çok daha sık olarak görüldüğünü öne sürmek mümkün olup alıcılar tıpkı satıcılar gibi fiyat anlaşması yapma eğilimindedirler (Blair ve Harrison 1993, 3 ve 26).

5- Alıcıların sağlayıcılarla karşılaştırıldığında daha az satıcıya bağlı oldukları görülmekte olup, alıcılar sağlayıcılarının sağlıklı ve rekabetçi bir şekilde varlıklarını sürdürmelerine büyük önem vermektedirler. Nitekim monopson gücünün uygulanması durumunda bazı sağlayıcı firmalar pazardan çekilecek, bazıları ise maliyetlerini azaltıp ürünlerinin kalitesini düşürecek, yenilikler için kaynak ayırmayacak ve alıcılar bu durumdan zarar görecektir. Anılan hususun bilincinde olan alıcılar söz konusu olasılığı göz önünde bulundurarak alım yapmakta ancak nihai ürün pazarında faaliyet gösteren üreticiler tüketicilerin uzun dönem refahlarıyla bu boyutta ilgilenmemektedirler.

3.2.4.2. Diğer Hususlar

Monopsonist bir firmanın hammadde fiyatlarını alım miktarını kısıtlayarak rekabetçi seviyenin altında tutma gücü bulunmaktadır. Dolayısıyla alım miktarının kısıtlanması nedeniyle daha az nihai ürün üretilecek, bu nedenle de düşük alım fiyatları tüketicilere yansımayacaktır. Bu bağlamda monopson, kullanılabilir olan kaynaktan daha az kaynak kullanımına sebep olması nedeniyle, tıpkı monopol gibi sosyal refah üzerinde olumsuz etkilerde bulunacaktır (Blair ve Harrison 1993, 42-43).

Diğer yandan alım anlaşmaları sonucunda piyasada olumsuz etkiler doğabilecek olmasına karşın bunun nadiren gerçekleşmesi beklenmektedir. Dolayısıyla rekabet otoritelerinin anılan eylemleri nihai ürün pazarındaki anlaşmalarla ayırıştırması gerekmektedir (Jacobson ve Dorman 1991, 45). Jacobson ve Dorman bu konuda Areeda ve Turner (1964)'a atıfta bulunarak "rekabete aykırı etkilerin ortaya çıkması için artan maliyetlerin olması gerektiği, üstelik ters alım etkilerinin nadiren görüleceği" yönündeki görüşe yer vermektedir. Areeda ve Turner'ın anılan duruma gerekçe olarak iki neden öne sürdüğü belirtilmektedir. Bunlardan birincisi "biraraya gelen teşebbüslerin artan kârları uğruna nihai ürün pazarındaki pazar paylarını feda etmeyeceği" ikincisi ise "talebin esnek olmamasının arzın esnek olmamasına göre daha sık görülmesi nedeniyle alım karteli kurmak yerine satış karteli kurmanın daha mantıklı olacağı" yönündedir. Jacobson ve Dorman ikinci görüşe katıldıklarını ancak birincisiyle aynı fikirde olmadıklarını ifade etmektedirler.

Alım fiyatıyla ilgili anlaşmaların genellikle rekabeti olumsuz açıdan etkilemediği dikkate alındığında yalnızca rekabeti her koşulda ve açıkça ihlal eden, nihai ürün miktarını düşüren anlaşmaların yasaklanması yerinde olacaktır (Jacobson ve Dorman 1991, 45). Öncelikle tarafların hem alım hem de nihai

ürün pazarında rakip olmaları önkoşul olup, alım pazarında rakip olmayan firmalar tarafından yapılan anlaşmalar rekabeti ihlal etmeyecektir. Ayrıca nihai ürün pazarında rakip olmayan teşebbüsler farklı talep koşullarıyla karşı karşıya olması sebebiyle firmaların bir veya birden fazlası ürettiği ürün miktarını artırmak isteyebilecek, dolayısıyla nihai ürün miktarı azalmayacak ve olumsuz sonuçlar doğmayabilecektir. Üstelik anılan durumda tarafların monopson gücünü uygulamak için kısıtlanması gereken hammadde miktarında anlaşması oldukça güç olacaktır (Jacobson ve Dorman 1991, 45-49). Ancak monopsonistik bir anlaşmanın her koşulda rekabeti kısıtlayacağı da öne sürülebilir bir savdır (Blair ve Harrison 1993, 26).

Alım anlaşması taraflarının alım pazarında önemli bir pazar payına sahip olmaması durumunda teşebbüsler fiyatları düşürmek için alımlarını kısıtlayamayacak, aksi takdirde kullanılmayan kaynaklar firmaların rakipleri tarafından kullanılacaktır. Dolayısıyla bu kapsamda olan bir anlaşmanın yasaklanması tüketicilere düşük fiyatla ürün sunulma olasılığını ortadan kaldıracaktır (Jacobson ve Dorman 1991, 50-51).

Diğer yandan nihai ürün pazarında rakip olan teşebbüslerin aynı arz ve talep koşullarına sahip olması nedeniyle nihai ürün miktarının azaltılması bir teşebbüs için kârlı iken söz konusu durum diğer teşebbüs için de kârlı olacaktır. Bu bağlamda firmaların alım anlaşmasını, nihai ürün miktarını ve fiyatını koordine etmek için bir araç olarak kullanıp kullanmadığı hususuna dikkat edilmesi gerekmektedir (Jacobson ve Dorman 1991, 48-49).

Üstpazardaki hammadde alım miktarının teşebbüsler arasındaki alım anlaşması nedeniyle kısıtlanmış olduğunun kanıtlanması, hammaddenin gerçek düzeyinin kolaylıkla hesaplanamaması, ayrıca arz ve talebi etkileyen diğer pazar koşullarının varlığı nedeniyle oldukça zordur (Jacobson ve Dorman 1991, 56). Diğer yandan fiyatlar üzerindeki ters etkinin fiyatların geçmişe göre daha düşük olması olarak algılanmaması gerekmekte olup, anılan olumsuz etki ancak fiyatlar rekabetçi seviyenin altına düştüğü zaman söz konusu olacak, aksi takdirde her türlü pazarlık bu kapsamda incelenme tehlikesi ile karşı karşıya kalabilecektir. Nitekim alım fiyatlarının rekabetçi seviyenin üzerinde bulunduğu durumlarda fiyatları düşüren alıcı davranışlarının tüketici refahı üzerinde olumlu etkisinin bulunacağını, tüketiciyi olumsuz yönde etkileyen alım anlaşmalarının yalnızca hammaddenin düşük miktarda üretilmesi sonucunu doğuran anlaşmalar olduğu ifade edilmelidir (Jacobson ve Dorman 1991, 56).

Alım anlaşmalarının alıcılara sağladığı faydalar, birden çok depo yerine bir deponun kullanılması, nakliye ve işlem maliyetlerinin azalması olarak ifade edilebilir. Üstelik anılan anlaşmalar aynı zamanda sağlayıcıları da belli açılardan olumlu yönde etkileyebilecektir. Bu bağlamda sağlayıcıların elde edeceği faydaların, birim başına satış maliyetlerin düşmesi, yönetim ve üretim

maliyetlerinin azalması ve atıl kapasitelerin kullanılma imkanı olarak sıralanması mümkündür. Ayrıca nihai ürünün kalitesindeki artış⁵⁹ ve fiyattaki düşüş bu bağlamda değerlendirilmesi gereken konulardan olup telafi edici güç yaratılmak suretiyle de fayda sağlanabilmesi olasılık dahilindedir (Jacobson ve Dorman (1991, 62-64).

Diğer yandan teşebbüslerin belli bir ürünlerdeki alım miktarını kısmaları ve açıklarını daha önceden satın almadıkları bir başka hammadde ile kapatmak istemeleri durumunda nihai ürün miktarı azalmayacaktır. Ancak daha az verimli bir hammaddenin ikame edilmesi nedeniyle ürün kalitesinin düşmesi söz konusu olabilecektir (Jacobson ve Dorman (1993, 65).

Alım anlaşmaları sonucunda olumlu ve olumsuz etkilerin birarada görülmesi durumunda bu iki etki arasında bir karşılaştırma yapılacaktır. Anılan faydalara ulaşmak için gerekli olandan fazla bir kısıtlama yapılıp yapılmadığı ve bu faydalara ancak söz konusu kısıtlamalarla ulaşıp ulaşılamayacağı araştırma isteyen hususlardır (Jacobson ve Dorman 1993, 66). Dolayısıyla anlaşma ile getirilen kısıtlamalardan daha az kısıtlama getirilmesi suretiyle anılan faydaların sağlanabildiği durumlarda, eylemin rekabeti kısıtladığı sonucuna varılabilecektir. Ancak işlemin hammadde pazarında olumsuz etki yaratmasına karşın, verimlilik artışının sağlandığı ve bu artışı sağlamanın başka yolu olmadığı davalarda sonuca ulaşmak oldukça güç olacaktır. Bununla birlikte hammadde pazarındaki olumsuz etkiler genellikle önemsiz boyutta olacak ve bu nihai ürün pazarındaki faydalarla giderilebilecek, bu nedenle anılan durumla nadiren karşılaşılabilecektir (Jacobson ve Dorman 1993, 67).

Diğer yandan alım anlaşmalarında genellikle hem fiyatın tespit edilmekte hem de monopson gücünün kullanılmakta olduğuna dair görüşler bulunmakta birlikte, birlikte alım sayesinde verimlilik artışı sağlanabileceği kabul edilmektedir. Ancak söz konusu verimlilik artışının elde edilebilmesi için fiyat anlaşması ve monopson gücünün uygulanmasının zorunlu olup olmadığının açıklığa kavuşturulması önem arz etmekte olup monopson gücü uygulamasının verimlilik artışının önkoşulu olduğu konusuna şüpheyle yaklaşıldığı belirtilmelidir (Blair ve Harrison 1992, 135).

Hammadde alımında bulunan teşebbüsler arasında yapılan alım anlaşmalarına monopsonistik anlaşma, birlikte alım veya ortaklaşa alım gibi farklı isimler verilebilecek olsa da bunların rekabete aykırı olup olmadıklarının incelenmesi aynı yöntemlerle yapılacaktır. Alıcılar arasındaki fiyat anlaşmasının rekabeti olumsuz yönde etkilediği sonucuna ayrıntılı değerlendirmeler yapılmadan ulaşılması, rekabetçi yanları bulunabilecek alım anlaşmalarının

⁵⁹ Alıcı teşebbüslerin monopsonist kâr elde etmesiyle birlikte üretim tesislerine yatırım yapmaları suretiyle üretim kalitesinin artacağı belirtilmektedir.

yasaklanma olasılığını doğuracaktır. Bu nedenle alım anlaşmalarıyla ilgili incelemelerde öncelikle alınan hammadde miktarının kısıtlanıp kısıtlanmadığına ve alım fiyatının düşüp düşmediğine bakılmalıdır. Ancak burada yalnızca fiyatın incelenmesi suretiyle sonuca varılmaması, konjonktürel unsurların göz önünde bulundurulması ve her pazarlığın monopson gücünün uygulanması şeklinde değerlendirilmemesi gerektiği düşünülmektedir. Ayrıca, hammadde arz eğrisinin eğimi, tarafların alım pazarındaki pazar güçleri ve pazara giriş engelleri incelenmelidir. Diğer yandan sağlayıcıların da pazar gücü dikkate alınmalı, sağlayıcıların pazarda güçlü olması durumunda alım anlaşmalarının fiyatları rekabetçi seviyeye çekebileceği göz önünde bulundurulmalıdır. Bunlara ilave olarak, anlaşmanın nihai ürün pazarındaki yansımaları ve anlaşma konusu hammaddenin teşebbüslerin üretim maliyetlerinin ne kadarını oluşturduğu incelenmelidir. Anılan tüm hususların değerlendirilmesi sonucunda alım anlaşması ile ilgili en sağlıklı karara ulaşılabileceği düşünülmektedir. Bu nedenle alıcılar arasında yapılan anlaşmaların toplumsal refahı olumsuz yönde etkileme ve verimlilik sağlama olasılıkları ayrı ayrı daima göz önünde bulundurulmalı, dolayısıyla alım anlaşmalarının pazarın satış tarafındaki anlaşmalar gibi her koşulda rekabet açısından olumsuz sonuçlar doğurduğu düşünülmemelidir. Bu nedenle rekabet otoritelerinin monopson gücü ile ilgili alım anlaşmalarına, monopol etkisi yaratan anlaşmalar gibi yaklaşmaması ve ayrıntılı bir inceleme yapması, doğru bir yaklaşım olarak görülmektedir.

Diğer yandan monopson davalarının genellikle tarım ve hizmet sektöründe görülmüş olması, anılan sektörlerdeki incelemelerde biraz daha dikkatli olunması gerekliliğini ortaya çıkarmaktadır. Ancak söz konusu durum diğer sektörlerde monopsonistik anlaşmaların yapılmayacağı şeklinde yorumlanmamalı, her sektörde satım yönlü anlaşmaların yapılma olasılığının yanında, alım yönlü anlaşmaların yapılma ve monopson gücünün uygulanma ihtimali değerlendirilmelidir.

3.3. MONOPSON'DA BAZI ÖZEL DURUMLAR

3.3.1. Arzın Katı Olması ve Ürünlerin Çabuk Bozulması Durumu⁶⁰

Hammadde arzının esnek olmadığı durumlarda monopsonistik bir anlaşma teoride belirtilen sonuçları doğuracaktır. Anılan çerçevede arz eğrisi, arzın bir dönem içerisindeki fiyat değişimlerine yanıt vermemesi, başka bir deyişle üretim sezonu boyunca üretilen miktarın sabit olması nedeniyle miktar eksenine dik olarak çizilecek, dolayısıyla arz esnekliği sıfıra eşit olacaktır. Arz

⁶⁰ Blair ve Harrison (1993, 69-73)'dan yararlanılmıştır.

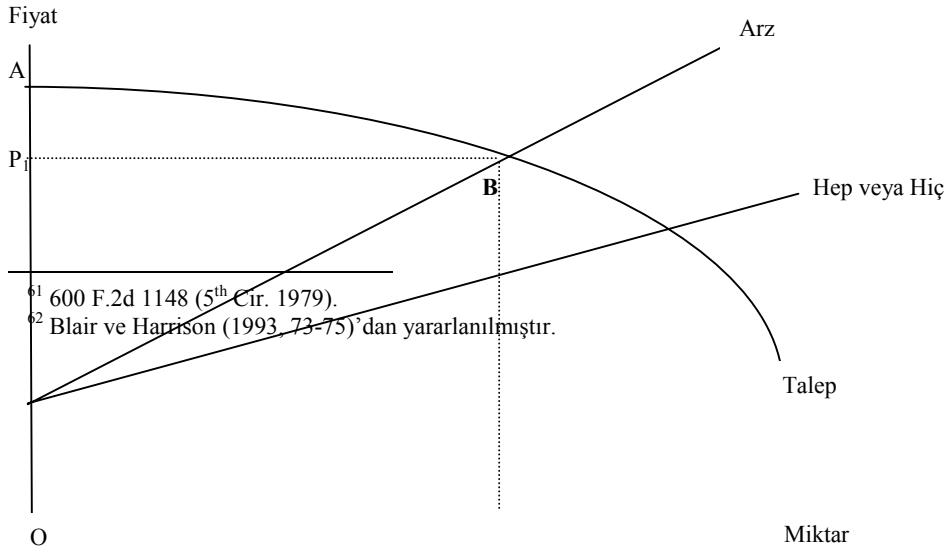
eğrisinin bu konumunun ürünlerin çabuk bozulduğu ve stok imkanının olmadığı durumlar için de geçerlilik taşıdığı belirtilmelidir.

Bu bağlamda yukarıda yer verilen olasılıkta alıcılar arasında yapılan bir anlaşma hammadde üretim miktarı üzerinde kısa vadede önemli bir etki doğurmayacak, alıcılar arasında talebi baskı altına almak için yapılan anlaşmalar kısa vadede yalnızca bölüşüm (aynı zamanda fiyat) açısından önem taşıyacaktır. Ancak sağlayıcıların ürünlerinden az kazanç elde etmeleri nedeniyle daha az ürün üretecek olmaları sebebiyle, benzer anlaşmalar tüketici refahını uzun dönemde olumsuz yönde etkileyebilecektir. Konuyla ilgili olarak “*In Re Beef Antitrust Litigation*”⁶¹ davasına aşağıda yer verilmektedir (Blair ve Harrison 1993, 70-71):

Mahkeme tarafından yapılan incelemede ürün arzının kısa vadede sabit olduğu belirtilmiş, ayrıca fiyatların baskı altına alınması durumunda ürünün üç hafta içerisinde tüketilme zorunluluğunun bulunması nedeniyle sağlayıcıların stok imkanlarının olmadığı sonucuna ulaşıldığı ifade edilmiş ve anlaşmanın rekabeti ihlal ettiği açıklanmıştır.

3.3.2. “Hep veya Hiç Vakaları” (“All-Or-None Supply Cases”)⁶²

Monopson modeline göre, monopsonist firmanın düşük fiyattan hammadde satın alabilmesi için almak istediği hammadde miktarını kısması gerekmektedir. Ancak firma satın almakta olduğu miktarda kısıntıya gitmeden düşük fiyatla alım yapmayı tercih edebilecek ve bu ise sağlayıcılara “hep veya hiç” koşulunun getirilmesiyle mümkün olabilecektir. Üreticilerin belli fiyatlar için kaç birim ürün üretecekleri sorusuna verdikleri yanıtların biraraya getirilmesiyle klasik arz eğrisi oluşturulmaktadır. Ancak “hep veya hiç” vakasındaki sorun, sağlayıcıların alternatiflerinin satış yapmamak olduğu durumlarda, belli bir fiyattan üretebilecekleri en fazla ürün miktarının tespitine yöneliktir. Söz konusu durumda “hep veya hiç” arz eğrisi klasik arz eğrisinin altında seyredecek, alıcı monopson gücünü sağlayıcıları klasik arz eğrisinden “hep veya hiç” arz eğrisine çekmek için kullanılacak ve alıcılar tarafından üretici artı değerinin tamamı elde edilecektir. Anılan durum şekil yardımıyla aşağıda anlatılmaktadır.



P_2
.....F.....E.....

C

Piyasanın normal işleyiş koşullarındaki arz ve talep eğrilerinin kesişmesiyle oluşacak denge P_1-Q_1 noktasındadır. Bu bağlamda alıcılar, birleşik alım güçlerini dağınık (organize olmamış) sağlayıcılar üzerinde uygulamak amacıyla biraraya geldiklerinde alımlarını Q_1 miktar seviyesinin altına çekmek suretiyle fiyatı P_1 seviyesinin altında oluşturmayı tercih edebileceklerdir. Ancak bir diğer uygulama alıcıların organize olmamış sağlayıcılara “hep veya hiç” stratejileri uygulamalarıdır. Eğer bunun gerçekleşme imkanı olursa alıcılar sağlayıcıların klasik arz eğrisini “hep veya hiç” arz eğrisi seviyesine çekebileceklerdir. Söz konusu durumda alıcılar kendileri için de optimal miktar olan Q_1 miktarda ürünü, ürün fiyatını P_1 seviyesinden P_2 düzeyine düşürerek alabileceklerdir. Dolayısıyla alım miktarı kısıtlanmadan fiyatın düşürüldüğü ifade edilebilecektir.

“Hep veya hiç” vakaları kısa vadede arz miktarını azaltmamakla birlikte fiyatların ortalama maliyetlerin altına düşmesi durumunda, uzun dönemde bazı teşebbüsler pazardan ayrılabilirler.

BÖLÜM 4

REKABET HUKUKU'NDA MONOPSON ve BİRLEŞME/DEVRALMALAR

Bu bölümde yatay ve dikey birleşme/devralmalar monopson açısından değerlendirilmeye çalışılacak, monopson durumunun incelendiği davalardan örnekler verilecektir.

4.1. MONOPSON ve YATAY BİRLEŞMELER

4.1.1. Genel Olarak

Birleşme/devralmalarda monopson, iki teşebbüsün birleşmesi sonucunda alım pazarında arzu edilmeyen bir yoğunlaşma artışıyla söz konusu olacak ve aynı hammaddenin alıcıları arasında gerçekleşecek bir birleşme/devralma, *pure* monopson ya da bir firmanın hakim durumda olduğu bir pazar yapısı ortaya çıkarabilecektir. Her iki olasılık da nihai ürün pazarında monopol hali yaratmasa dahi, birleşen firmaların monopsonist güç uygulamaları nedeniyle sosyal refah kaybıyla sonuçlanabilecek ve söz konusu kayıplar birleşmenin yaratacağı verimlilik artışıyla telafi edilmediği müddetçe işlemin yasaklanması gerekecektir (Blair ve Harrison 1993, 81-82).

Birleşme vakalarındaki en önemli husus yeni firmanın önemli bir pazar gücü elde etmemesi olup pazar gücü teşebbüslerin sahip olduğu pazar payları yardımıyla hesaplanabilecektir (Blair ve Harrison 1993, 82). Pazar paylarının doğru olarak hesaplanması için pazarın doğru bir şekilde tanımlanması ve pazar tanımlanırken alıcılar tarafından birbirlerine rakip olduğu düşünülen ürünlerin tamamının aynı pazara dahil edilmesi gerekmektedir. Bu çerçevede ürünlerin alım fiyatlarının yükselmesinin ardından alıcıların yeni ürünlere yönelmesi durumunda, bu ürünlerin pazara dahil edilmesi önem arz etmektedir. Ayrıca fiyat artışlarına karşı potansiyel sağlayıcıların vereceği tepki de, pazar gücünü sınırlayan faktörler arasındadır (Blair ve Harrison 1993, 82-83).

Diğer yandan pazarın, sağlayıcılar tarafından birbirleriyle ikame olduğu düşünülen alıcıların tamamını içine alacak şekilde oluşturulması gerekmektedir. İkame edilebilecek alıcıların sayısı arttıkça sağlayıcıların düşük fiyat öneren alıcılar yerine daha yüksek fiyatla alım yapacak olan alıcılara ürün sağlama olasılığı artacak olup bunun arz esnekliği aracılığıyla ölçülmesi mümkündür. Ayrıca fiyatların yapay olarak düşmesi sonucunda yeni alıcıların pazara girme olasılığı monopson olan firmanın pazar gücünü azaltacak unsurlar arasında bulunmaktadır (Blair ve Harrison 1993, 83)⁶³.

Birleşme/devralma sonucunda alım fiyatlarının baskı altına alınmasından tüketicilerin her koşulda yarar sağlayacağına yönelik bir düşünce genel bir yanışı ifade etmekte olup rekabet davalarında refah etkisi incelenirken ilgili tarafların tamamının incelemeye tabii tutulup kazançlar ve kayıpların bir bütün olarak değerlendirilmesi önem taşımaktadır (Schwartz⁶⁴ 1999). Birleşme/devralma işlemlerinde sözleşme yapma veya nakliye maliyetlerinin azalacak olması, girdi temininde sağlanan teknolojik gelişmeyle aynı kapsamda görülebilecek, anılan faydalar yalnızca düşük fiyatlar olarak değil aynı zamanda kullanılan hammadde miktarındaki artış olarak da yansiyacaktır (Schwartz 1999).

Birleşmenin verimlilik artışına yol açmadığı zaman ise, birleşen firmalar sahip oldukları pazar gücüyle satın aldıkları miktarı kısıtlayarak fiyatları rekabetçi seviyenin altına çekebilecektir. Bu bağlamda, miktardaki verimsiz kısıtlamalar sağlayıcıların refahını olumsuz yönde etkileyecek ve alıcı refahının artmasına karşın toplam refah azalacaktır. İlave olarak monopson gücünün kullanımından tüketicilerin her koşulda yararlandığı yönündeki görüşün de iki nedenle yanlış olduğu belirtilmelidir (Schwartz 1999). Anılan nedenlerden ilki birleşmenin nihai ürün pazarını etkilememe olasılığının bulunmasıdır. Üstelik birleşmenin nihai ürün pazarına yönelik bir etkisinin olması durumunda dahi, fiyatların birleşme sonrası verimlilik artışından mı, yoksa monopson gücü nedeniyle mi düştüğünün açıklığa kavuşturulması zorunluluk arz etmektedir. Firmanın alım gücüne sahip olduğu ancak nihai ürün pazarındaki fiyatlara etki edemediği hallerde, tüketiciler bu durumdan olumlu veya olumsuz etkilenmeyeceklerdir. Alım pazarındaki fiyatlar üzerinde etkisi olan firmanın, nihai ürün pazarındaki fiyatlar üzerinde de etkili olacağı düşünülebilir ancak, hammadde ve nihai ürün ilgili coğrafi pazarlarının birbirlerinden farklı olması halinde söz konusu durumla karşılaşılmayabilecektir. Ayrıca ürün pazarındaki sağlayıcı ve tüketici alternatifleri birbirlerinden farklı olabilecek, sağlayıcılar ürettikleri haricinde bir başka ürün üretme imkanına sahip olmazken, tüketiciler anılan ürünü kolaylıkla ikame edebilecek konumda bulunabileceklerdir (Schwartz 1999).

⁶³ Söz konusu durum talebin esnek olması ile ilgili olup, talep esnekliğindeki artış monopson gücünü azaltacaktır.

⁶⁴ ABD Adalet Bakanlığı Rekabet Dairesi Ekonomi Direktörü Marius SCHWARTZ.

“Tüketiciye zarar vermeyen ancak toplam refahı azaltan birleşme/devralmalarla ilgilenilmesinin gerekli olup olmadığı” sorusuyla ilişkili olarak, rekabet otoritelerinin tüketiciyi değil, rekabeti korumaları gerektiği yönünde bir yaklaşım sergilenebilir. Bununla birlikte birleşmenin üretici veya tüketicilere verdiği zararın, firmaya sağladığı faydadan daha fazla olması durumunda işleme izin verilmemesi gerekebilir (Schwartz 1999).

4.1.2. ABD’de Birleşme/Devralmalarda Monopson

“*United States v. Rice Growers Association of California*”⁶⁵ davasında, tarafların farklı piyasalardaki paylarının % 59 ila % 66’ya çıkması ve pazardaki rekabetin azalması gerekçesiyle işleme izin verilmemiştir. Yapılan analizde üreticilerin, alternatif üretim olanaklarının olmaması nedeniyle arz eğrilerinin katı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca sağlayıcıların söz konusu teşebbüsleri en iyi müşterileri olarak niteledikleri de davaya ilişkin önemli bir husustur. Fiyatların baskı altına alınması durumunda sağlayıcılar için alternatif alıcı olup olmadığı incelenmiş ve ulaşım giderleri nedeniyle, yeni pazarlarda ürün satılmasının mümkün olmadığı sonucuna varılmıştır⁶⁶ (Blair ve Harrison 1993, 83-84).

“*United States of America v. Cargill, Incorporated, and Continental Grain Company*”⁶⁷ davasında, ABD pazarında tahıl ticaretiyle uğraşan Cargill şirketinin yine aynı alanda faaliyet gösteren Continental’in tahıl işini devralmasına şartlı izin verilmiştir. FTC tarafından yapılan analizlerde monopson gücü değerlendirilirken, rekabet yasalarının monopol gücünün denetiminde olduğu gibi monopson gücünün denetiminde de kullanılacağı belirtilmiştir. Mahkeme davada rekabet koşulları birbirinden farklı birçok yerel/bölgesel pazar tespit etmiş, bu pazarların birçoğunda ilgili pazarda faaliyet gösteren en az oniki adet teşebbüs olduğunu, bu nedenle de fiyatların baskı altına alınamayacağını ileri sürmüştür. Öte yandan diğer pazarlarda aktör sayısının az ve rekabetin birleşen şirketlere bağlı olduğu, geri kalan teşebbüslerin küçük olmaları nedeniyle pazarda önemli bir etkilerinin olmadığı, bu nedenle işlemin tahıl fiyatlarını baskı altına alarak pazarda monopson gücü yaratabileceği ve işleme ancak Cargill ve Continental şirketlerinden birisinin bu pazarlardaki faaliyetlerini tasfiye etmesi şartıyla izin verilebileceği belirtilmiştir⁶⁸.

⁶⁵ 1986-2 Trade Cas. (CCH) 67, 288

⁶⁶ Ayrıca “*United States v. Pennzoil Co.*” (252 F. Supp. 962, 1965) davasında, devralma sonrası ilgili pazarda (alım pazarında) tarafların toplam pazar paylarının %50’yi aşması sebebiyle işleme izin verilmemiştir (Blair ve Harrison 1993, 35).

⁶⁷ 99-1875 (GK)

⁶⁸ Devralma sonucunda artan monopson gücü (satın alınan hububat ürünleri fiyatlarının dünya piyasalarında belirlenmesi gerekçesiyle) tüketiciler üzerinde etkili olmayacak ancak sağlayıcılar olumsuz yönde etkilenecektir (Schwartz 1999).

4.1.3. AB’de Birleşme/Devralmalarda Monopson

AB’de gerçekleşen birleşme/devralmalarda, işlemin pazardaki muhtemel etkileri değerlendirilirken, alım gücünün yanı sıra oluşan pazar gücünün pazarın diğer tarafındaki güçle dengelenip dengelenmediği de incelenmektedir⁶⁹. Nitekim Komisyon “*Volvo/Scania*”⁷⁰ devralmasında birden çok coğrafi pazar tespit ederek bu pazarlardaki rekabet koşullarını ayrı ayrı değerlendirmiş ve diğer unsurların yanında, alıcıların birleşmenin yaratacağı olumsuz etkileri dengeleyebilecek bir alım gücüne sahip olup olmadığını incelemiştir⁷¹. Komisyon ayrı bir ürün pazarı olarak değerlendirdiği tur otobüsleriyle ilgili olarak üreticilerin büyük ve küçük alıcılar arasında fiyat farklılaştırmasına gittiğini, bunun da alıcıların alım gücüne sahip olmadığını kanıtladığını ileri sürmüştür. Ayrıca belirlenen pazarlardan biri olan İsveç’teki otobüs pazarında Volvo’nun önemli bir alım gücü olduğu ifade edilmektedir. Diğer yandan taraflar Norveç, Danimarka, Finlandiya ve İrlanda pazarlarında alıcıların sahip olduğu alım gücünün devralma sonrası oluşacak olan pazar gücünü kısıtlayacağını iddia etmiş, ancak sunulan kanıtlar yeterli bulunmamış ve işleme izin verilmemiştir.

4.2. MONOPSON ve DİKEY BİRLEŞMELER

Monopsonist bir firmanın geriye doğru dikey bütünleşme suretiyle, hammadde sağlayıcısını devralması için oldukça güçlü bir saik bulunmaktadır (Blair ve Harrison 1993, 85). Tam rekabetçi firmalar tarafından üretilen ancak yükselen arz fiyatına sahip olan hammaddenin tek alıcısı durumunda olan bir teşebbüs, hammaddenin yükselen arz fiyatına sahip olması nedeniyle, ortalama faktör maliyetinin (arz eğrisi) üzerinde seyreden bir marjinal faktör maliyeti ile karşı karşıya olacaktır. Bu ise etkinliği bozucu bir durum olup, geriye doğru dikey bütünleşme etkinlik kaybını gidererek kâr artışı sağlayacaktır (Davut 1994, 26).

Monopsonist bir firmanın geriye doğru dikey bütünleşmesi, devralacağı firmanın devralma maliyetine, üretime ve artan üretim sayesinde elde edeceği ek gelire bağlı olacaktır. Bu unsurların ise arz ve talep esnekliği, ayrıca monopsonist firmanın devralma sırasında izleyeceği yöntem vasıtasıyla belirlendiği ifade edilmelidir⁷² (Azzam 1996).

⁶⁹ Müşterilerin sahip olduğu gücün alım gücünü dengelemesi durumunda birleşmenin rekabeti ihlal etmeyeceği sonucuna ulaşmak olasılık dahilindedir (Ritter, Braun ve Rawlinson 1992, 367).

⁷⁰ Comp/M.1672

⁷¹ Komisyon pazardaki rekabet koşullarını değiştiren ve birleşen tarafların sahip olduğu pazar gücünün daha doğru bir şekilde yorumlanmasına yardımcı olacak şartlardan bir tanesi olarak büyük alıcıların sahip olduğu alım gücünü göstermektedir.

⁷² “Bir firma için geriye doğru dikey bütünleşmenin ölçüsü toplam kullanmış olduğu hammadde içerisinde kendi ürettiği olduğu hammaddenin oranıdır.” (Perry 1978, 561).

Dikey bütünleşmenin ardından satın alınan hammadde miktarı ve firma kârı artacak ve söz konusu kâr artışı bütünleşme için teşvik unsuru olacaktır⁷³ (Blair ve Harrison 1993, 86). Ancak işlemin devralma veya firmanın içsel büyüme yoluyla gerçekleşmesi ile ilgili kararda, maliyetler belirleyici bir rol üstlenecektir. Bu noktada dikey bütünleşme sonucundaki kâr artışı iki nedenden kaynaklanmakta olup bunlardan ilki bütünleşme öncesinde üst pazarda faaliyet gösteren sağlayıcıların elde ettiği kârların monopsonist firma tarafından elde edilmesidir. Anılan duruma “kâr etkisi” adı verilebilir (Blair ve Harrison 1993, 86). İkinci olarak ise, monopsonist firmanın az alım yapmasından kaynaklanan verimlilik kaybı firmanın daha çok hammaddeyle üretim yapması sonucunda ortadan kalkacak ve bu ise “verimlilik etkisi” olarak tanımlanabilecektir. Söz konusu etkilerin büyüklüğü ise marjinal ürün değeri eğrisinin eğimine göre değişecek, eğri yatıklaştıkça verimlilik etkisi artacak ve kâr etkisi azalacaktır. Monopson durumunda dikey bütünleşme sayesinde anılan iki etki toplam kârı artıracak ve devralmanın getireceği maliyet söz konusu kârdan az olduğu sürece birleşme gerçekleşecektir (Blair ve Harrison 1993, 86).

Dikey bütünleşme ile birlikte monopsonist firmanın kullandığı hammadde miktarı artacak ve nihai ürün fiyatı düşecek ancak monopsonist firmanın üretim yaptığı pazarın rekabetçi özellikler taşıması durumunda fiyat indirimi oldukça düşük miktarda kalacaktır⁷⁴ (Blair ve Harrison 1993, 87). Ancak monopsonist firmanın nihai ürün pazarında pazar gücüne sahip olması durumunda daha yüksek oranda bir fiyat indirimi olacaktır. Dolayısıyla monopsonist firmanın nihai ürün pazarında pazar gücü olsun veya olmasın tüketicilerin olumlu olarak etkilenmesi nedeniyle bütünleşmenin toplumsal refahı artıracağı öne sürülebilir. Diğer yandan devralınan teşebbüsün rakibi olan sağlayıcıların elde ettiği kârlar, monopsonist firmanın bu teşebbüslerden yapmış olduğu hammadde alımını azaltması nedeniyle düşecek ve anılan teşebbüslerden monopsonist firmaya doğru bir gelir transferi olacaktır⁷⁵ (Blair ve Harrison 1993, 87).

Pazar yapısını bozacak olması nedeniyle dikey birleşmelere karşı çıkılabilecektir ancak *pure* monopson halinde monopsonist firmanın bütün hammaddeyi satın alıyor olması ve bu durumdan olumsuz etkilenecek rakibinin bulunmaması nedeniyle pazar yapısı bozulmayacaktır (Blair ve Harrison 1993, 87). Diğer yandan devralan firmanın *pure* monopson olmaması durumunda diğer

⁷³ Firmanın dikey bütünleşmenin ardından satın aldığı hammadde miktarına karar verirken, hammadde alımındaki marjinal maliyet yerine hammadde üretiminin kendisine yüklemiş olduğu marjinal maliyeti dikkate alacağı ifade edilmiştir.

⁷⁴ Geriye doğru dikey bütünleşmenin her zaman firma tarafından kullanılan hammaddeyi artıracığı söylenemese de çoğu kez artırması beklenmelidir (Perry 1978, 561).

⁷⁵ Dikey bütünleşme *pure* monopson açısından ele alınmış olmasına karşın *pure* monopsonla karşılaştırıldığında daha düşük pazar payı olan alıcılar için de söz konusu yaklaşım geçerliliğini koruyacaktır (Blair ve Harrison 1993, 87).

alıcıların hammaddeye ulaşabilme olanaklarının ve sağlayıcıların satış yaptığı alıcıların sayısının azalması nedeniyle, birleşmenin pazarı olumsuz yönde etkileme olasılığı bulunmaktadır. Ancak devralan teşebbüsün üretim sürecinde kullandığı hammaddenin tamamını devralmış olduğu firmadan satın aldığı durumlarda diğer alıcıların hammaddeye ulaşmaları açısından bir sıkıntı olmayacaktır (Blair ve Harrison 1993, 87).

Ancak dikey bütünleşme “potansiyel rekabet” üzerinde olumsuz bir etki yaratabilecektir (Blair ve Harrison 1993, 87). Şöyle ki nihai ürün pazarında üretim yapmak isteyen bir teşebbüs hammadde temini konusunda bazı zorluklar yaşayabilecek ve bu zorluklar pazara yeni giriş yapacak olan firmanın dikey olarak bütünleşmiş olması gerekliliğinden kaynaklanacak, bu ise bir giriş engeli olarak görülebilecektir. Yeni bir pazarda üretim yapma isteğinin söz konusu pazardaki yüksek kâr oranlarından kaynaklandığı dikkate alındığında, dikey bütünleşme zorunluluğunun pazara girişi belli bir süre erteleyebileceği fakat önleyemeyeceği ileri sürülebilir. Dolayısıyla söz konusu gecikme dikey bütünleşmiş olan firmanın bir süre daha monopson kârı elde etmesi anlamına gelebileceği ifade edilebilir (Blair ve Harrison 1993, 87-88).

BÖLÜM 5

REKABET HUKUKU'NDA KARŞILIKLILIK (RECIPROCITY) ve MONOPSON

Bu bölümde karşılıklılık ve türleri incelenmeye çalışılacak, ayrıca konuyla ilgili örnek davalara yer verilecektir.

5.1. KARŞILIKLILIK KAVRAMI

Karşılıklılığın bir firmanın yalnızca, kendisinden alım yapan firmadan alım yapması olarak tanımlanması mümkündür. Bu çerçevede bir otomobil firmasının çelik üreticilerden çelik almak için üreticilere kendi araçlarını kullanma zorunluluğu getirmesi karşılıklılığa örnek olarak verilebilir (Areeda ve Kaplow 1997, 885-886)⁷⁶. Karşılıklılığa kimya, petrol, demir çelik endüstrilerinde ve diğer temel hammadde üreten sektörlerde oldukça sık rastlanılmakta, özellikle büyük ölçekli şirketler alımlarının önemli bir kısmını anılan şekilde yapmaktadır (Blackstone 1972, 446).

Fiyat rekabetinin yaşanmadığı oligopolist bir pazarda faaliyet gösteren firma alımlarını, kendi müşterilerinden yaparak fiyat indirimi sağlayabilecektir (Blackstone 1972, 447). Ayrıca teşebbüsün atıl kapasitesini aktifleştirmek için bu yolu seçmesi rekabetçi etkiler doğurabilecektir. ABD'de 1930'lu yıllarda demiryollarındaki fazla kapasite nedeniyle firmalar büyük nakliye şirketleriyle karşılıklılık ilişkisine yönelmiş ve bu vasıtayla, nakliye şirketleri daha ucuz fiyata ürün taşımış, demiryolu firmaları da kaynaklarını daha verimli şekilde kullanmıştır (Blackstone 1972, 447).

Firmaların ticari hayatlarında karşılıklılık ilişkisine başvurmaları bağlama (tying) anlaşmalarıyla aynı paralelde değerlendirilebilecektir. Bu bağlamda işlemin anlaşmaya taraf olan teşebbüslerin doğrudan pazar gücünü

⁷⁶ Karşılıklılık kavramının teşebbüsün ancak monopson gücüne sahip olduğu takdirde anlam ifade edeceği belirtilmelidir.

artırmamasına (Sağlayıcının pazar gücünü artırmaya bile alıcınınkini artırabilir) karşın mevcut gücün daha etkin olarak kullanımına yol açması ve ilgili sektörlerin gelecekteki rekabetçi yapılarını olumsuz yönde etkileme olasılığının bulunması nedeniyle, anlaşmanın rekabete aykırı olarak nitelendirilmesi mümkündür (Areeda ve Kaplow 1997, 886). Üstelik anılan uygulama diğer pazarlardaki rekabeti bozmakta ve teşebbüsün bir pazardaki hakimiyetini başka bir pazarda kötüye kullanması sonucunu doğurmaktadır.

Bunlara ek olarak karşılıklılık, pazarın bir bölümündeki serbest rekabeti ortadan kaldırmak suretiyle pazara giriş engeli yaratacak, bu yolla da teşebbüslerin uzun dönem kârlarını artıracaktır. Buradan hareketle de işlemin rekabete aykırı olduğu söylenebilecektir (Blackstone 1972, 448).

Karşılıklılık ilişkisinin birleşme/devralma çerçevesinde incelenmesi durumunda şu şekilde bir örnek verilebilir: Nihai ürün üreten A firmasının B firmasından hammadde satın aldığı düşünülürken, A firmasının (alıcı) B firmasının (sağlayıcı) ürün üretebilmek için hammadde almak zorunda olduğu C firmasını devralmasıyla ve B firmasının C (A) firmasından ürün almasıyla karşılıklılık ilişkisinin başladığı ifade edilebilir (Withered 1980, 218).

5.2. KARŞILIKLILIK TÜRLERİ

5.2.1. Zorlayıcı Karşılıklılık (Coercive Reciprocity)

Karşılıklılık ekonomik hayatta üç farklı şekilde ortaya çıkabilecektir. İlk olarak, alım yapan firmanın hammadde satın aldığı sağlayıcı firmayı kendisinden ürün alması konusunda zorladığı, aksi takdirde alımlarını durdurmakla tehdit ettiği durum “zorlayıcı karşılıklılık” olarak adlandırılabilir (Withered 1980, 218). Bu çerçevede sağlayıcı(lar)ın söz konusu zorlamayı kabul etmesi durumunda karşılıklılık ilişkisi başlayacaktır. Alıcı firmanın sağlayıcıyı karşılıklılığa zorlaması ve alımlarını bu teşebbüsün kendi ürettiği ürünleri satın alma şartına bağlaması, alıcının monopsonist bir alım gücüne sahip olmaması durumunda sağlayıcının başka bir alıcıya ürün satabileceği gerekçesiyle, ihlal olarak değerlendirilmeyecektir. Alıcı firma ancak monopson gücüne sahip olması durumunda sağlayıcıyı karşılıklılık ilişkisine zorlayabilecek, sağlayıcı(lar) bu öneriyi kabul etmemesi durumunda ise ürünlerini satın alacak alıcı bulamama tehlikesiyle karşı karşıya kalabilecektir (Withered 1980, 219).

Alıcı firmanın söz konusu tehdidi ile sağlayıcının alımlarını bu firmadan yapmaya başlamasıyla birlikte alıcı, firmanın satmış olduğu ürünlerin fiyatlarını rekabetçi düzeyin üzerine çıkarma şansı bulacak, bu da sağlayıcı firmanın maliyetlerinde bir artışa neden olacaktır (Withered 1980, 220). Ancak söz konusu maliyet artışı A firmasının B firmasından hammadde satın alırken daha az miktar için daha fazla ödemek durumunda kalmasıyla B firması tarafından A

firmasına yansıtılacaktır⁷⁷. Dolayısıyla A firması tarafından yapılan fiyat artışı B firması tarafından yapılan artışla geçersiz kılınacak ve A firması bir kazanç elde edemeyecektir. A firması monopson gücünü kullanarak B firmasını karşılıklılığa zorlarken, fiyatlarını rekabetçi seviyede tuttuğu duruma ilişkin olarak farklı yorumlar yapılmaktadır. Bu bağlamda Whithered (1980, 221) Mueller (1957) ve FTC (1969)'nin karşılıklılığı, pazara giriş engellerini artırdığı, fiyatları katılaştırdığı ve piyasa sürecini bozduğu için rekabete aykırı olarak nitelediklerini ifade etmektedir. Whithered ayrıca Stigler (1969)'in karşılıklılığın ortaya çıkmasının bağımsız piyasaya güçlerinin bir iradesi olduğu ve fiyatın bu sayede rekabetçi seviyede oluştuğu⁷⁸, dolayısıyla da rekabet üzerinde olumsuz bir etkisinin olmadığı yönündeki görüşüne de yer vermektedir.

Söz konusu ilişki sonucunda A firması tarafından üretilen ürünün piyasa fiyatı ve endüstri talebinde bir değişiklik olmayacak ancak, pazarda satılan toplam ürün miktarı aynı kalmasına karşın firma satışları artacak ve teşebbüs rakiplerinden müşteri çekebilecektir (Whithered 1980, 222). Bu durum sağlayıcı açısından bir değişiklik yaratmayacak, arz ve talep eğrileri ayrıca maliyet ve satış fiyatları aynı kalacaktır. Diğer yandan alıcı firmanın sahip olduğu monopson gücü nedeniyle pazarda eksik rekabet şartları oluşacak, ancak sağlayıcının rakiplerinin söz konusu karşılıklılık ilişkisinden etkilenmemesi nedeniyle, bu piyasadaki rekabet şartları mevcut durumdan daha kötü bir durumda olmayacaktır (Whithered 1980, 222).

Uzun dönemde monopson gücüne sahip olan firma bir çok sağlayıcısını karşılıklılığa zorlayabilecek ve nihai ürün pazarındaki payını artırabilecektir (Whithered 1980, 222). Firma anılan pazarda pazar gücü kazandıktan sonra satış fiyatını yükseltecek ve üretimini kısıtlayacaktır. Dolayısıyla zorlayıcı karşılıklılığın uzun dönem etkisinin kısa dönem etkisinden çok farklı olduğu, kısa dönemin aksine uzun dönemde pazardaki rekabetin olumsuz açıdan etkilenebileceği ifade edilebilir. Bu bağlamda karşılıklılık yaratma olasılığı bulunan birleşme/devralmalara izin verilmemesine yukarıda belirtilen unsurlar gerekçe teşkil edebilir (Whithered 1980, 223).

⁷⁷ B firmasının maliyetlerinin artmasının ardından bu artışı fiyatlarına yansıtmasına A firması tarafından engel olunabilecek, bu durumda maliyetlerinin altında satış yapan firma faaliyetlerini sürdüremeyip piyasadan çekilmek zorunda kalabilecek ve maliyet artışı fiyatlara yansıtacaktır (Whithered 1980, 221).

⁷⁸ Fiyatın rekabetçi seviyede oluşmasının gerekçesi alıcının fiyatı artışın kendisine yansıtılacak olması nedeniyle artıramamasıdır

5.2.2. Gönüllü Karşılıklılık (Voluntary Reciprocity)

5.2.2.1. Birlikte Patronaj (Mutual Patronage)

İkinci ve üçüncü grup karşılıklılığın “gönüllü karşılıklılık” başlığı altında toplanması mümkündür (Whithered 1980, 223). Anılan gruplardan ilki “birlikte patronaj” olarak adlandırılan ve alıcı firmanın gönüllü olarak imzaladığı anlaşma ile sağlayıcıdan kendisinden ürün alması şartıyla hammadde aldığı durumdur. Bu anlaşmayla birlikte teşebbüsler mevcut fiyatlarla ürün alabilecekleri gibi anlaşmak suretiyle, her iki taraf için de avantajlı olabilecek fiyatlardan işlem yapabileceklerdir. Karşılıklılığın gönüllülük esasına dayanması nedeniyle firmalardan birinin fiyatını yükseltmesi durumunda diğer firma alımlarını durdurabilecek anlaşma rekabeti olumsuz yönde etkilemeyecek ve uzun dönemde piyasa yapısında bir değişiklik olmayabilecektir (Bu bağlamda monopol veya monopson yönlü pazar güçlerinin karşılıklı olarak kontrol altında tutulduğunu ifade etmek mümkündür). Böylece kârlarını ençoklamak isteyen alıcılar pazardaki sağlayıcıların pazar gücüne sahip olmasını istemeyecekler, dolayısıyla herhangi bir sağlayıcının belli bir pazar gücüne ulaşması durumunda alımlarını söz konusu sağlayıcının rakiplerine yönelteceklerdir. Böylece pazara özgü dinamikler uzun dönemde rekabeti olumsuz açıdan etkileme olasılığı bulunan anlaşmaları kendiliğinden önleyebilecektir (Whithered 1980, 223).

5.2.2.2. Savunmacı Karşılıklılık (Defensive Reciprocity)

Üçüncü grup karşılıklılık “savunmacı karşılıklılık” olarak adlandırılmakta olup, söz konusu durumda sağlayıcı gönüllü olarak (alıcının kendi ürünlerini satın alması umuduyla) alıcı tarafından üretilen ürünleri satın almaktadır (Whithered 1980, 223). Bu durumda da tıpkı “birlikte patronaj”da olduğu gibi fiyatlar rekabetçi düzeyde seyredecek ve sağlayıcı, alım yaptığı satıcının (alıcı) satış fiyatlarını rekabetçi düzeyin üzerine çıkarması durumunda alımlarını bir başka firmadan yapacaktır. Satıcı firmanın pazar payı elde ettiği durumlarda da alıcılar alımlarını başka firmalardan yapacak ve söz konusu firmanın pazar gücü kazanması engellenecektir. Dolayısıyla endüstri arz ve talebi, fiyatlar ve rekabet karşılıklılık ilişkisinden kısa ve uzun dönemde olumsuz olarak etkilenmeyecektir (Whithered 1980, 224).

Yukarıda belirtildiği gibi üç farklı şekilde ortaya çıkabilecek olan karşılıklılık ilişkilerinden sadece zorlayıcı karşılıklılık rekabeti olumsuz yönde etkileyecektir (Whithered 1980, 224). Ancak yine de rekabet karşılıklılık sebebiyle bozulmamaktadır. Rekabetin bozulma nedeninin sağlayıcı üzerinde sahip olunan gücün kötüye kullanılması olarak gösterilmesi mümkündür. Bu çerçevede Whithered elde ettiği sonuçların Stigler’in gönüllü karşılıklılığın ve kısa dönemdeki zorlayıcı karşılıklılığın rekabeti olumsuz yönde etkilemeyeceği

görüşü ile paralellik arz ettiğini ileri sürmektedir. Aynı zamanda da Whithered FTC ve Muller'in karşılıklılığın uzun dönemde pazardaki rekabeti azaltacağı yönündeki görüşlerini de paylaştığını belirtmektedir.

Diğer yandan teşebbüslerin alım satımlardaki bazı harcamaları azaltmak amacıyla söz konusu faaliyette bulunma ihtimalinin göz ardı edilmemesi önem arz etmekte olup karşılıklılık yaratma olasılığı bulunmakla birlikte, bunun açık olarak kanıtlanamadığı birleşme/devralmalara izin verilmesi uygun olacaktır. Kanıtların güçlü olduğu durumlarda (söz konusu kanıtların ne olduğu açıklanmamaktadır) ise karşılıklılığın rekabeti olumsuz yönde etkileyecek olmasının herhangi bir şüpheye yer bırakmayacak kadar açık olması ve ancak bu şartın yerine gelmesi durumunda işleme izin verilmemesi gerekmektedir (Areeda ve Kaplow 1997, 886).

Karşılıklılığın rekabet açısından incelendiği durumlarda aşağıdaki sorulara yanıt aranması sağlıklı sonuçlara ulaşılması açısından önem arz etmektedir (Areeda ve Kaplow 1997, 887).

i) Teşebbüslerin karşılıklılık ilişkisi içerisinde bulunup bulunmadığı veya bu yönde bir girişimin olup olmadığının ve girişimin olması durumunda ise bu girişimin başarılı olup olmayacağı açıklığa kavuşturulmalıdır. Ancak soruların yanıtlarının alıcının sağlayıcılar açısından önemine (Bir diğer deyişle monopson gücüne) ve pazar koşullarına göre değişeceği de ifade edilmelidir.

ii) Karşılıklılık ilişkisinden rakiplerin ne ölçüde etkileneceği tespit edilmelidir. Söz konusu etki ise alıcı firmaya ürün satan sağlayıcılar tarafından yapılan alımların pazarın ne kadarlık bir kısmına tekabül ettiğine bağlı olacaktır.

Alıcı firmanın monopson gücüne sahip olması durumunda sağlayıcısını karşılıklılığa yöneltmek suretiyle monopson gücünü kullanabilecek, sağlayıcılar ise (monopson gücü karşısında) satış fiyatlarında indirim yapmak yerine hammadde alımlarını söz konusu teşebbüsten yapmayı tercih edebileceklerdir (Blackstone 1972, 447). Bu kapsamda karşılıklılık pazardaki giriş engellerini artırmak suretiyle piyasanın bir bölümünde rekabeti ortadan kaldıracak, pazara yeni giriş yapmak isteyen bir firmayı pazarda kalıcı olmak için düşük fiyatla ürün satmak, ayrıca teşebbüsleri alımlarını yaparken fiyat ve kalite yanında karşılıklılığı gözetmek zorunda bırakabilecektir. Dolayısıyla pazara giriş karşılıklılığın olmadığı duruma göre daha zor olacak ve bu durum pazardaki firmalara uzun dönem kârlarını artırma olanağı sağlayacaktır (Blackstone 1972, 448).

5.3. KARŞILIKLILIKLA İLGİLİ DAVALAR

ABD’de karşılıklılığa ilk kez “*U.S. v. Ingersoll-Rand*”⁷⁹ davasında değinilmiş olup davanın aşağıdaki şekilde özetlenmesi mümkündür (Whithered 1980, 225):

Ingersoll-Rand çelik ürünlerini satın alan bir teşebbüs olup kömür madenlerinde kullanılan makineleri üreten bazı teşebbüsleri devralmak istemektedir. Ingersoll-Rand’ın çelik ürünlerinin alımında alım gücüne sahip olması ayrıca kömür madeni işleten çelik üreticisi firmaların Ingersoll-Rand’a çelik satabilmek için kendilerini adı geçen teşebbüs tarafından üretilen makineleri almak zorunda hissedecek olmaları nedeniyle mahkeme, rekabetin olumsuz olarak etkilebileceği sonucuna varmış ve işleme onay vermemiştir.

Mahkeme devralan firmanın alım gücünü dikkate almakla birlikte karşılıklılığın gönüllülük esasına göre gerçekleşme olasılığı üzerinde durmamıştır (Blackstone 1972, 447). Bilindiği gibi karşılıklılık gönüllü olarak yapılması durumunda rekabeti olumsuz açıdan etkilememektedir. Adı geçen çelik firmasının karşılıklılığa savunmacı karşılıklılık esasına göre girme olasılığının yüksek olmasına karşın Mahkemenin vermiş olduğu kararın ekonomik teoriyle tutarlı olduğunu ileri sürülebilir (Blackstone 1972, 447).

“*FTC v. Consolidated Foods Corp.*”⁸⁰ davasında, kurutulmuş sarımsak ve soğan üreticisi olan Gentry Inc. gıda perakendecisi olan Consolidated Foods tarafından devralınmış, işlem gerçekleştikten altı yıl sonra FTC devralma sonucu oluşan karşılıklılığın kurutulmuş baharat pazarında rekabeti kısıtladığını ifade etmiştir. Karar alınırken Ingersoll-Rand davasında olduğu gibi devralan firmanın pazar payına bakılmamış, devralınan teşebbüsün ve Gentry’nin rakiplerinin pazar paylarının yanı sıra pazar yapısı dikkate alınmıştır. Mahkeme tarafından yapılan incelemeler sonucunda devralmanın ardından Gentry’nin kurutulmuş soğan pazarındaki payının %7 oranında arttığı, sarımsak pazarındaki payının ise %12 oranında düştüğü tespit edilmiş, karşılıklılığın olmaması durumunda söz konusu pazar kaybının daha büyük olacağı öne sürülmüştür. Ayrıca diğer firmaların fiyat, kalite ve hizmet açısından daha üstün olmalarına karşın karşılıklılık nedeniyle pazara girememeleri durumunda rekabetin olumsuz olarak etkileyeceği, bu nedenle pazar payındaki düşüşün karşılıklılığın pazarda bir etkisi olmadığını kanıtı olarak gösterilemeyeceği ifade edilmiştir (Areeda ve Kaplow 1997, 888). Yüksek Mahkeme ise kararında Consolidated Foods firmasının sağlayıcılarını ikiye ayırmış, ilk gruba marka imajı çok yüksek olan ve Consolidated Foods’un sahip olduğu alım gücünü uygulayamayacağı teşebbüsleri koymuştur. İkinci grup ise çok sayıda teşebbüsü içine alan ve marka imajı olmayan ürünler üreten

⁷⁹ 320 F.2d. 509 (3d Cir. 1963)

⁸⁰ 380 U.S. 592 (1965). Davaya ilişkin olarak Whithered (1980, 225-228)’den yararlanılmıştır.

Üreticilerden oluşturulmuş, bu üreticilerin karşılıklılığa zorlanabileceği ve bunun da rekabeti bozacağı ifade edilmiştir. Bu sonuca ulaşılırken pazarda monopson gücünün olup olmadığı ve bu gücün sağlayıcıları karşılıklılığa zorlayıp zorlamayacağı araştırılmış, yalnızca karşılıklılığın olmasının bir birleşme/devralmayı yasaklamak için yeterli olmayacağı belirtilmiştir. Ayrıca karşılıklılığın rekabeti kısıtlayan bir eylem olduğu ve karşılıklılığa gidilme olasılığı bulunmasının birleşme/devralma işlemine yasaklamak için yeterli görüleceği ifade edilmiştir. Yapılan tespitlere göre Consolidated Foods'un ürün aldığı gıda üreticilerini sarımsak ve soğan ihtiyaçlarını Gentry'den almaları hususunda ikna etmeye çalıştığı belirtilmiş ve işlemin ihlal niteliği taşıdığı açıklanmıştır. Alınan karardan, Consolidated Foods tarafından monopson gücü uygulanmış olsa dahi sağlayıcıların karşılıklı alım ilişkisine zorlanmamaları ve firmanın pazar gücü kazanmaması durumunda devralmanın yasaklanmaması gerektiği sonucu çıkmaktadır (Whithered, 1980, 228) .

Karşılıklılıkla ilgili vakaların rekabeti "*per-se*" ihlal ettiği sonuca varılmasının, kısa dönemde zorlayıcı, hem kısa hem uzun dönemde de gönüllü karşılıklılığın rekabeti olumsuz yönde etkilemediği göz önüne alındığında doğru bir yaklaşım olmadığı belirtilmelidir (Whithered 1980, 231). Dolayısıyla monopson konumundaki bir alıcının uzun dönemde birçok sağlayıcıyı karşılıklılığa zorlaması durumunda rekabet olumsuz olarak etkilenecektir. Bu nedenle birleşme/devralmaların yalnızca firmanın alım gücüne veya zorlayıcı ya da gönüllü karşılıklılığa dayanılarak yasaklanmaması yerinde bir uygulama olacaktır. Ayrıca teşebbüsün alım gücüne sahip olmaması veya söz konusu gücün devralma sonrasında da oluşmadığı hallerde işlemin karşılıklılık gerekçe gösterilmek suretiyle yasaklanmaması gerekmektedir. Monopsonist bir gücün mevcut olması durumunda dahi, mahkeme tarafından bu gücün sonucunda karşılıklılığın doğup doğmayacağı, ekonomik bir zorlama yapılıp yapılmayacağının incelenmesi önem arz etmektedir (Whithered 1980, 231). Anılan unsurların varlığı dahilinde dahi pazarda kaç adet firma olduğu, bu firmaların pazar payları incelenerek rekabeti olumsuz yönde etkilemeyen karşılıklılığın değerlendirilmesi önem taşımaktadır. Monopson gücüne sahip olan teşebbüsün, sağlayıcısını alımlarını durdurmakla tehdit edip karşılıklılığa zorlaması teşebbüsün pazar payını artıracaktır. Ancak buna karşın, zorlayıcı karşılıklılığa ilişkin yeterli kanıtın bulunmadığı ve monopsonist firmanın pazarda yeterli gücünün olmadığı hallerde veya karşılıklılığın yalnızca gönüllü olarak kurulabileceği durumlarda birleşme/devralmanın yasaklanmaması gerekmektedir (Whithered 1980, 232).

BÖLÜM 6

TÜRK REKABET HUKUKU AÇISINDAN MONOPSON

Bu bölümde monopson ve uygulamaları Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun (RKHK)'un 4, 5 ve 6'ncı maddeleri çerçevesinde değerlendirilmeye çalışılacak, ayrıca Rekabet Kurulu'nun konuyla ilgili olarak almış olduğu kararlara yer verilecektir.

6.1. RKHK'UN 4'ÜNCÜ MADDESİ AÇISINDAN MONOPSON

4054 sayılı RKHK'un 4'üncü maddesi rekabeti sınırlayıcı anlaşma, uyumlu eylem ve kararlarla ilgilidir. Söz konusu maddenin (a) bendinde “*mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet kâr gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi*” yasaklanmaktadır. Görüldüğü gibi teşebbüslerin aralarında anlaşma yapmak veya uyumlu eylemde bulunmak suretiyle, alımını yaptıkları ürünün alım fiyatını veya her türlü alım şartlarını tespit etmesi açık bir ifadeyle söz konusu madde kapsamına alınmış ve rekabeti kısıtladığı belirtilmiştir. Nitekim Aslan'ın konuyla ilgili görüşleri şu şekildedir (2001, 125-126):

“Fiyat tespiti denilince genellikle satış fiyatlarının tespiti anlaşılır; ancak alış fiyatlarının tespiti de aynı derecede rekabeti sınırlayıcıdır. Satış fiyatlarının tespiti bir alt pazardaki rekabeti sınırlarken, alış fiyatının tespiti bir üst pazardaki (örneğin hammadde pazarındaki) rekabeti sınırlar.”

Bu bağlamda alım fiyatı veya alım şartlarının tespit edilmesiyle ilgili olarak Rekabet Kurulu tarafından alınan kararlar şunlardır:

Kurul, 03.08.2000 tarih ve 00-29/311-178 sayılı kararında⁸¹, bir grup teşebbüsün RKHK'un 4'üncü maddesinin (a) bendini ihlali alımlarında anlaşmak suretiyle ihlal edip etmediğini incelemiştir. Kararda ahududu alım piyasasının rekabetçi bir yapısı olduğu, firmaların ahududu alımlarının toplam meyve-sebze alımları içerisinde çok az bir yer kapladığı, üstelik teşebbüslerin biraraya gelebilecekleri bir dernek veya kuruluşun tespit edilemediği ifade edilmiş ve Kanun'un ilgili maddesinin ihlal edilmediği sonucuna ulaşılmıştır.

⁸¹ R.G. 05.12.2000/24251

Kurul tarafından alınan 03.08.2000 tarih ve 00-29/313-180 sayılı bir başka kararda⁸² bir grup teşebbüsün yine RKHK'un 4'üncü maddesinin (a) bendini bezelye alımlarda anlaşmak suretiyle ihlal edip etmediği incelenmiştir. Kararda fiyatların serbest piyasa koşullarına göre belirlendiği, üstelik firmaların fiyatları belirlemek için biraraya gelebilecekleri bir derneklerinin bulunmadığı ifade edilmiş ve rekabetin kısıtlanmadığı sonucuna varılmıştır⁸³.

Diğer yandan RKHK'un 4'üncü maddesi kapsamında olan anlaşmalar, tarafların başvurusu ve 5'inci maddede sıralanan koşulların sağlanması şartıyla Kanun'un yasaklayıcı hükümlerinden belli bir süreyle muaf tutulabilir. Kanun, malların üretim veya dağıtım ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmenin sağlanması, tüketicinin bundan yararlanması, pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması ve rekabetin zorunlu olandan fazla sınırlanmaması şartlarının yerine gelmesi durumunda 4'üncü madde kapsamındaki anlaşmaların muafiyet alabileceğini belirtmektedir. Nitekim alım anlaşmalarının verimlilik açısından bazı faydalar sağlama olasılığına diğer bölümlerde değinilmektedir. Dolayısıyla monopsonistik anlaşma özelliği taşımayan, diğer bir deyişle satın alınan miktarın kısıtlanması suretiyle alım fiyatının düşmesi ve nihai ürün fiyatının yükselmesi sonucunu doğurmayan ve verimlilik artışı sağlayan alım anlaşmalarının tarafların da talep etmesiyle muafiyet alabileceği düşünülmektedir.

6.2. RKHK'UN 6'NCI MADDESİ AÇISINDAN MONOPSON

RKHK'un 6'ncı maddesi hakim durumda olan teşebbüs(ler)in hakim durumlarını kötüye kullanmalarını yasaklamaktadır. Bu bağlamda monopson ve alım gücü anılan madde kapsamında alım pazarında düşük fiyatlama, yıkıcı fiyatlama ve karşılıklılık açısından incelenebilecektir.

Alım pazarında hakim durumda olan bir alıcının, marjinal ürün değerinin üzerindeki bir fiyatla ürün satın almak suretiyle yıkıcı fiyatlama yapması, gerçekleştirilmesi oldukça zor bir eylem olarak görülse dahi söz konusu zorluk anılan ihlalle hiç karşılaşmayacağı anlamına gelmemelidir. Nitekim yıkıcı fiyatlamaların, mevcut firmaların pazar dışına çıkartılması veya pazara yeni teşebbüslerin girmesine engel olunması amacıyla gerçekleştirildiği dikkate alındığında eylemin, ilgili maddenin (a) bendi kapsamına değerlendirilebileceği

⁸² R.G. 05.12.2000/24251

⁸³ Ayrıca Kurul 04.12.2001 tarih ve 01-58/599-155 sayılı kararıyla meyve suyu konsantresi sektöründe faaliyet gösteren bazı teşebbüslerin elma, vişne, kayısı ve şeftali alım fiyatlarını ve fiyatı oluşturan unsurları aralarında anlaşma yapmak suretiyle tespit ettiklerini belirtmiş ve anlaşmaların RKHK'un 4'üncü maddesi açısından ihlal oluşturduğu sonucuna ulaşmıştır (Gerekçeli karar 09.06.2003 tarihi itibarıyla yayımlanmamıştır.)

düşünülmektedir. Üstelik anılan bentte alım veya satım hususunda bir ayırım yapılmamakta ve “*Ticari faaliyet alanına başka bir teşebbüsün girmesine engel olunması ya da rakiplerin piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırılmasını amaçlayan eylemler*” yasaklanmaktadır. Dolayısıyla tıpkı satış yönlü yıkıcı fiyatlamaya gibi, alım yönlü yıkıcı fiyatlamaya ilişkin ilgili bölümünde belirtilen şartların sağlanması durumunda, RKHK’un 6/(2)a maddesi kapsamında değerlendirilebileceği düşünülmektedir.

Diğer yandan hakim durumda veya tekel konumunda olan bir satıcının aşırı fiyat uygulamasının rekabet kanunları çerçevesinde değerlendirilip değerlendirilemeyeceği oldukça tartışmalı bir konudur. “ABD Antitröst Hukuku’nda bu tip uygulamalar kötüye kullanma hali olarak değerlendirilmezken, Avrupa Birliği ve üye devletlerin hukuklarında aksi bir uygulama bulunmaktadır.” (Sanlı 2000, 273). Nitekim Blair ve Harrison (1993, 63) da anılan durumun ABD’de rekabet ihlali olarak görülmediğini belirtmektedir. Ancak RKHK aşırı fiyatı kötüye kullanma halleri arasında saymamasına karşın söz konusu madde tahdidi değildir. Dolayısıyla Türkiye gibi henüz pek çok piyasada serbest rekabet şartlarının bulunmadığı ekonomilerde aşırı fiyatın 6’ncı madde kapsamında değerlendirilmesi gerekmektedir⁸⁴ (Sanlı 2000, 273). Öz ise konu hakkında görüşlerini şu şekilde açıklamaktadır:

“Rekabet Kurulunun aşırı fiyata her şart ve durumda müdahale etmek yerine, bu yetkisini fahiş fiyata ilişkin düzenlemenin olmadığı doğal tekel sayılan pazarlar gibi belirli konularda ve temkinli kullanması yerinde olacaktır” (2000, 174-175).

Ayrıca Öz (2000, 170) Van Siclen (1996)’e atıfta bulunarak, hakim durumda olan bir alıcının kendisine mal veya hizmet temin eden satıcılara aşırı düşük fiyat teklif etmesinin, tıpkı satıcılar tarafından uygulanan aşırı yüksek fiyatta olduğu gibi 6’ncı madde kapsamında değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Nitekim ATAD’ın Cicece kararındaki yaklaşımı da dikkate alındığında, alıcılar tarafından uygulanan “aşırı” düşük fiyat hakim durumun kötüye kullanılması hallerinden biri olarak nitelendirilebilecektir. Ayrıca doğal monopsonun doğal tekel gibi sık görülmemesi, görülmesi durumunda ise bölgesel olma olasılığının yüksek, pazarın regüle edilme ihtimalinin ise düşük olması nedeniyle, monopson gücü vasıtasıyla uygulanan “aşırı” düşük fiyata Rekabet Kurulu tarafından müdahale edilebileceği düşünülmektedir. Ancak *pure* monopson konumunda olan veya piyasada önemli bir rakibi olmayan alıcıdan, rekabetçi koşullarda ürün satın almasını beklemek gerçekçi bir yaklaşım

⁸⁴ Nitekim Rekabet Kurulu 06.04.2001 tarih ve 01-17/150-39 sayılı kararla, Belko Ankara Kömür ve Asfalt İşletmeleri Sanayi ve Ticaret Ltd. Şti.’nin aşırı yüksek fiyat uygulamak suretiyle RKHK’nun 6’ncı maddesini ihlal ettiği sonucuna ulaşmıştır (R.G. 23.12.2001/24619). Kurul aldığı kararla hakim durumda olan firmanın fiyatlarına müdahale edilebileceğini göstermiş ve bu konuda AB rekabet otoriteleriyle aynı görüşte olduğunu ortaya koymuştur.

olmayacaktır⁸⁵. Dolayısıyla rekabetçi seviyenin altındaki her alım fiyatına müdahale edilmemesi ve rekabet otoritelerinin pazar şartlarına göre “aşırı” düşük olarak nitelenebilecek fiyatlar için devreye girmesi daha doğru olacaktır. Ancak yine de bu konuda oldukça dikkatli davranılmalı, regüle edilmemiş pazarlardaki fiyatlara müdahale edilirken rekabet kurumlarının asli amacının fiyatları düzenlemek olmadığı ve anılan yetkinin sık olarak kullanılmasının olumsuz sonuçlara yol açacağı göz önünde bulundurulmalıdır.

Öte yandan monopson gücünün, hakim durumda olan alıcı tarafından, ancak satın alınan hammadde miktarının kısıtlanması suretiyle uygulanabileceği ve daha az hammadde satın alımı neticesinde daha az nihai ürün üretileceği (ürünlerin daha düşük kalitede başka bir ürünle ikame edilmemesi şartıyla) dikkate alındığında söz konusu durumun RKHK’un 6/2(e) maddesi kapsamında değerlendirilebileceği düşünülmektedir⁸⁶. Nitekim “Tüketicinin zararına olarak üretimin, pazarlamanın ya da teknik gelişmenin kısıtlanması” anılan bent kapsamındadır. Monopsonist firmanın daha az hammadde satın alması, daha az nihai ürün üretmesi sonucunu doğuracak ve bu durum nihai ürün fiyatlarının yükselmesine neden olacaktır⁸⁷. Nihai ürün fiyatlarındaki artışın ise tüketiciye zarar vereceği açıktır. Bu nedenle söz konusu eylem, ilgili bend kapsamında değerlendirilebilecektir.

“Karşılıklılık”la ilgili olan beşinci bölümde açıklandığı üzere, karşılıklılığın bir teşebbüsün yalnızca kendisinden alım yapan firmadan alım yapması olarak tanımlanması mümkündür. Hammadde alımında monopson gücüne sahip olan bir firmanın söz konusu hammaddeyi, ancak kendisinden ürün satın alınması koşuluyla alması da, bağlama (tying) anlaşmalarıyla aynı çerçevede değerlendirilebilecektir (Areeda ve Kaplow 1997, 886). Nitekim Aslan (2000, 241) “AB Anlaşması’nın 82 (d) maddesine göre ‘sözleşmenin yapılmasını diğer tarafın, niteliği veya ticari teamül bakımından bu gibi sözleşmelerle hiçbir bağlantısı olmayan ek edimlerin kabul edilmesine bağlamak’ kötüye kullanmadır” demektedir. Bu bağlamda RKHK’un 6/2(c) maddesinin de aynı amacı taşımasına karşın, gerçek anlamından uzaklaşmış olduğu ileri sürebilir (Aslan 2000, 241). Söz konusu bentte, alıcılara bir mal veya hizmetle birlikte diğer mal veya hizmetin satın alınma şartının getirilmesi

⁸⁵ Ayrıca bu noktada rekabetçi fiyatın tespit edilmesinin oldukça zor ve tartışmalı bir konu olduğu belirtilmelidir. Nitekim bu gibi davalarda fiyatın aşırı olup olmadığı tespit edilirken kullanılan yöntemlerden biri olan “benchmarking” (benzer pazarlarla kıyaslama yapılması) yönteminden, doğal monopsonun çok sık görülmemesi bir diğer deyişle benzer pazarlar olmaması nedeniyle, yararlanılması çok düşük bir olasılık olarak görülmektedir.

⁸⁶ Hakim durumda olan satıcının üretimini kısıtlamak suretiyle aşırı fiyat uygulaması durumunda, eylem RKHK’un 6/2(e) maddesi kapsamında değerlendirilebilecektir (Öz 2000, 171).

⁸⁷ Nihai ürün pazarının tam rekabetçi bir pazar olduğu, diğer bir anlatımla söz konusu kısıtlamaların nihai ürün fiyatlarını değiştirmedeği durumda eylem anılan bend kapsamında değerlendirilemeyecektir. Ancak üretim miktarındaki düşüşün genel olarak tüketicilerin zararına sonuçlar doğuracağı düşünülmektedir.

kötüye kullanma halleri arasında sayılmaktadır. Görüldüğü gibi karşılıklılık, sözleşmenin niteliği ve ticari teamül bakımından sözleşmeyle bağlantılı olan ek edimler hariç olmak üzere, AB Anlaşmasının ilgili hükmü bağlamında değerlendirilebilecektir. Ancak RKHK'un ilgili maddesinin yalnızca satın almayı içermesi sebebiyle karşılıklılığın anılan kapsamda olmadığı görülmektedir. Diğer yandan Kanun'un 6/2(d) maddesinde hakim durumun *“belirli bir piyasadaki hakimiyetin yaratmış olduğu finansal, teknolojik ve ticari avantajlardan yararlanarak başka bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabet koşullarını bozmayı amaçlayan eylemler”* vasıtasıyla da kötüye kullanılabilceği belirtilmektedir. Dolayısıyla hammadde alımında hakim durumda olan bir firmanın kendi ürettiği ürünleri satarken söz konusu hakimiyetini kötüye kullanmasının⁸⁸, nihai ürün pazarındaki rekabeti bozacağı, bu nedenle de işlemin anılan madde kapsamında değerlendirilebileceği düşünülmektedir. Ancak hemen belirtmelidir ki gerek 4'üncü gerekse 6'ncı maddede yer alan bentler sınırlayıcı olmayıp yalnızca söz konusu durumlarla ilgili bazı örneklerdir. Bu nedenle rekabeti kısıtlayan bir eylem Kanun'da belirtilen bentler arasında yer almasa dahi, RKHK çerçevesinde değerlendirilebilecektir.

⁸⁸ Monopson gücü olan firmanın alıcılarını kendisinden alım yapmaya zorlaması, hakim durumun kötüye kullanılması hali olarak değerlendirilmelidir.

SONUÇ

Mikroiktisatta *pure* monopson, *pure* monopolün tersi olarak bilinmektedir. Rekabet hukukunda ise monopson, bir büyük alıcının vermiş olduğu alım kararlarının alım fiyatını etkilediği durum olarak tanımlanmaktadır. Ancak monopsona ilişkin olarak fazla çalışma da yapılmadığı ifade edilmelidir. Monopsonla ilgili olan araştırma sayısının az olmasının nedenleri arasında, pazarın satım yönünün alım yönüne göre daha çok göz önünde olması ve tüketicileri doğrudan ilgilendirmesi, satım yönlü kartel kurmanın alım yönlü kartel kurmaktan daha kârlı olma olasılığının bulunması veya alım pazarındaki yoğunlaşmanın satım pazarındaki yoğunlaşmaya göre çok daha düşük olması gibi unsurlar sayılabilecektir. Ancak tüm bunlar, pazarın bir alım yönü olduğu ve bu pazarda da rekabetin ihlal edilebileceği gerçeğini değiştirmemektedir.

Bir anlaşma veya eylemin piyasada olumsuz bir etki yaratması için öncelikle tarafların pazarda alım gücüne sahip olması gerekmektedir. Bu çerçevede incelenmesi gereken ilk husus, teşebbüsün alım pazarındaki pazar payıdır. Anılan durumla ilgili olarak bazı taraflar alım gücünün ölçülmesi için sadece pazar payının bilinmesinin yeterli olacağını ifade etmektedir. Bir diğer grup ise yalnızca pazar payının incelenmesinin yeterli olmadığını, arz esnekliği, pazardaki diğer firmaların talep esneklikleri, alıcıların sayısı gibi unsurların değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedir. Bu bağlamda pazar paylarının yanı sıra anılan unsurların göz önünde bulundurulmasının, sağlıklı sonuçlara ulaşmak için faydalı olacağı düşünülmektedir.

Monopsonla ilgili çalışma yapmış taraflar arasında *pure* monopsonun, alım miktarını kısıtlamak ve alım fiyatlarını düşürmek suretiyle toplumsal refahı olumsuz yönde etkilediği hususunda görüş birliği bulunmasına karşın, pazarda hakim durumda olan firma tarafından uygulanan “aşırı” düşük fiyata rekabet otoritelerince müdahale edilip edilmemesi konusunda bir görüş birliği bulunmamaktadır. ABD rekabet otoriteleri tıpkı satım pazarındaki aşırı fiyat uygulamasında olduğu gibi, bu durumu rekabet ihlali olarak değerlendirmezken, AB otoriteleri monopson veya alım pazarında hakim durumda bulunan firmanın hakim durumunu “aşırı” düşük fiyatla alım yapmak suretiyle kötüye kullanabileceğini belirtmektedir. Konuyla ilgili olarak ülkemizde, Rekabet Kurulu tarafından “aşırı” düşük fiyatlara müdahale edilebilecek olmasına karşın, yine de oldukça dikkatli davranılması, rekabet kurumlarının asli amacının

fiyatları düzenlemek olmadığı hususunun göz önünde bulundurulması ve anılan yetkinin sık olarak kullanılmaması gerektiği düşünülmektedir.

Diğer yandan birden fazla firmanın biraraya gelerek alım anlaşması yapmasıyla ilgili olarak iki farklı görüş bulunmaktadır. Anılan görüşlerden bir tanesi tarafların alım fiyatlarını alım yaptıkları miktarı kısıtlamak suretiyle düşüreceği, söz konusu kısıtlamanın ise nihai ürünün daha az üretilmesiyle sonuçlanacağı, bunun da yüksek fiyatlar olarak tüketiciye yansıtacağı yönündedir. Dolayısıyla bu durumun tıpkı satım pazarındaki fiyat anlaşmaları gibi, sosyal refahı olumsuz yönde etkilediği belirtilmekte ve anılan anlaşmaların rekabet otoritelerince, monopol etkisi yaratan anlaşmalar gibi değerlendirilmesi gerektiği öne sürülmektedir. Diğer yandan alım anlaşmalarının, ancak alım pazarında giriş engellerinin bulunduğu, pazardaki alımların önemli bir bölümünün anlaşmanın taraflarınca yapıldığı, arz eğrisinin pozitif eğimli olduğu ve ortak aktivite nedeniyle oluşan ters etkilerin verimlilik artışıyla dengelenmediği (Çoğu zaman verimlilik artışıyla dengelendiği ifade edilmektedir.) durumlarda monopson gücü yaratmak suretiyle tüketici refahını olumsuz yönde etkileyeceği belirtilmektedir. Ancak anılan şartların birlikte bulunma olasılığının çok düşük olduğu, dolayısıyla alım anlaşmalarının genellikle verimlilik artışı sağlayarak tüketici yararına sonuçlar doğurduğu ileri sürülmekte ve işlemin rekabet otoritelerince monopol vakalarındaki gibi değerlendirilmemesi gerektiği ifade edilmektedir.

Pazardan hammadde alan teşebbüsler arasında yapılan alım anlaşmalarına monopsonistik anlaşma, birlikte alım veya ortaklaşa alım gibi farklı isimler verilebilecek olsa da, bunların rekabete aykırı olup olmadıklarının değerlendirilmesi aynı yöntemlerle yapılacaktır. Arz eğrisinin eğiminden, alım pazarındaki koşullara, sağlayıcıların konumlarından, anlaşmanın nihai ürün pazarındaki yansımalarına kadar incelenmesi gereken birçok yanı olan alım anlaşmalarının, monopol benzeri monopsonist etkiler yaratarak toplumsal refahı olumsuz yönde etkileyebileceği söylenebilmektedir. Diğer yandan ise anlaşmaların birtakım verimlilikler sağlamak suretiyle toplumsal refahı artıracak olması nedeniyle, bu konuda ancak birçok unsurun değerlendirilmesi suretiyle sağlıklı kararlara ulaşılabilecektir. Dolayısıyla alıcılar arasında yapılan anlaşmaların toplumsal refahı olumsuz yönde etkileme ve verimlilik sağlama olasılıkları ayrı ayrı daima göz önünde bulundurulmalı ve alım anlaşmalarının pazarın satış tarafındaki anlaşmalar gibi rekabeti her koşulda olumsuz yönde etkilediği düşünülmemelidir. Ancak yine de tarafların alım karteli kurmak için biraraya gelme ihtimali de sürekli olarak dikkate alınmalıdır. Sonuç olarak rekabet otoritelerinin monopson gücü ile ilgili alım anlaşmalarına monopol etkisi yaratan anlaşmalar gibi yaklaşmamasının ve ayrıntılı bir inceleme yapmasının pazardaki etkin rekabetin sağlanması açısından daha doğru bir yaklaşım olacağı düşünülmektedir.

ABSTRACT

In economics monopsony, known as the inverse side of the monopoly and its most common description, is “one buyer of a good”. Because very few resources are employed, monopsony like monopoly has the same deleterious effects on social welfare. On the other hand in the context of competition law, monopsony is known as the case where a single large buyer’s purchase decisions influence price. When a large buyer restricts its purchases to influence price then the prices decrease and the deadweight social welfare cost increases, assuming that the supply curve of the good is upward sloping.

There are two views related to the buyers collusion in order to influence price via agreeing on purchasing price. The first group states that as a result of buyers collusion, the input that is purchased is restricted, the price is depressed as less input is bought, less output is produced. So the output price increases because of the less production of the inputs. It can be easily concluded that the consequences of the collusion of buyers are inconsistent with social welfare. According to this group, competition authorities approach towards monopsony cases should be similar to their approaches in monopoly cases. But on the other hand, the second group mentions that when buyers collude, there are efficiency effects, in that respect the input that is purchased and the output that is produced increases, and the output prices decrease in general. It is also added that these kind of collusions rarely have negative effects on social welfare. So it is not needed to treat a monopsony like a monopoly in competition practices.

The aim of this thesis is to compare the above mentioned views and to determine how the competition authorities should act against monopsony cases. It can be argued that the results of the buyer’s agreement on purchasing price have too many different aspects. So in such cases it might be a mistake to come to decision by considering only the price agreements. But on the other hand it would not be right to conclude that these agreements occur rarely. As a result, the probability of the collusion among buyers should be considered in every case individually, while all the aspects of a case should be examined carefully as well in order to encourage competition process in the markets.

KAYNAKÇA

- AREEDA, P. E. ve L. KAPLOW (1997), *Antitrust Analysis Problems, Text, Cases*, Fifth Edition, Aspen Publishers, New York, U.S.A.
- ASLAN, İ. Y. (2001), *Rekabet Hukuku*, Genişletilmiş 2. Basım, Ekin Kitabevi, Bursa.
- AZZAM, A. (1996) "Testing The Monopsony-Inefficiency Incentive for Backward Integration" *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 78 Issue: 3, Academic Search Premier, s. 585-681.
- BELLAMY, C. ve G. D. CHILD (1993), *Common Market Law of Competition*, Fourth Edition, Sweet&Maxwell Limited, London, U.K.
- BESANKO, D. ve R. D. BRAEUTIGAM (2001) *Microeconomics, An Integrated Approach*, John Wiles&Sons, Inc. USA.
- BLACKSTONE, E. A. (1972) "Monopsony Power, Reciprocal Buying, and Government Contracts: The General Dynamics Case", *The Antitrust Bulletin*/Summer 1972 Vol: 17 Federal Legal Publications, s. 445-466.
- BLAIR, R. D. ve R. E. ROMANO (1997) "Collusive monopsony in theory and Practice: the NCAA" *The Antitrust Bulletin*/Fall 1997 Vol: 42 Federal Legal Publications, s. 681-719.
- BLAIR, R. D. ve J. L. HARRISON (1993), *Monopsony, Antitrust Law and Economics*, Princeton University Press, USA.
- BLAIR, R. D. ve J. L. HARRISON (1992), "The Measurement of Monopsony Power" *The Antitrust Bulletin*/Spring, Vol. 37, No 1, (Spring), Federal Legal Publications, s. 133-150.
- BOULTON, F. R. W. (2000) "The Case Against An Agrarian Antitrust Policy" Speech, Agricultural Outlook Forum, www.usda.gov/oce/waob/oc2000/speeches/warren-boulton.txt.
- CARLTON, D. W. ve J. M. PERLOFF (1994) *Modern Industrial Organization* Second Edition, Harper-Collins College Publishers, USA

DAVUT, L. (1994) *Sanayi İktisadi Piyasa Yapısı ve Unsurları*, İmaj Yayıncılık, Ankara

DOBSON, P. W., M. WATERSON ve A. CHU (1998) "The Welfare Consequences of the Exercise of Buyer Power" Office of Fair Trading, Research Paper 16, July, London.

DOBSON CONSULTING (1999), "Buyer Power and Its Impact on Competition in the Food Retail Distribution Sector of the European Union", www.europa.eu.int/comm/competition/publications/studies/bpifrs

FAULL, J. ve A. NIKPAY (1999) *The EC Law of Competition* , Oxford University Press, New York, USA

GORDON, J. S. (1994) "The Armor-Plate Scandal" *American Heritage*, Jul/Aug. 94, Vol. 45 Issue 4, Academic Search Premier. ,s. 24-25.

JACOBSON, M. J. ve G. J. DORMAN (1992) "Monopsony revisited: a comment on Blair&Harrison" *The Antitrust Bulletin/Spring* Vol. 37, No 1, Federal Legal Publications, s. 151-169.

JACOBSON, M. J. ve G. J. DORMAN (1991) "Joint Purchasing, Monopsony And Antitrust", *The Antitrust Bulletin/Spring* 1991, Federal Legal Publications, Vol 36, s. 1-79.

KATZ, M. L., H. S. ROSEN (1998) *Microeconomics*, Third Edition Irwin McGraw-Hill, USA .

KELLY, T. ve M. L. GOSMAN (2000) "Increased Buyer Concentration and Its Effects on Profitability in the Manufacturing Sector" *Review of Industrial Organization* 17: Kluwer Academic Publishers, s. 41-59.

OFT (1999) "Merger Appraisal in Oligopolistic Markets" Research Paper 19, London.

ÖZ, G. (2000) *Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Hukukunda Hakim Durumun Kötüye Kullanılması* Rekabet Kurumu Yayınları, Ankara.

PERRY, M. K. (1978) "Vertical Integration: The Monopsony Case" *The American Economic Review*, s. 561-570.

PINDYCK, R. S. ve D. L. RUBINFELD (2000) *Microeconomics*, Fifth Edition, Prentice Hall, USA.

POSNER, (1998) *Economic Analysis of Law*, Fifth Edition, Aspen Law and Business, New York, USA

RITTER, L., F. RAWLİNSON ve D. BRAUN (1991) *EEC Competition Law a practitioner's guide*, Kluwer Law and Taxation Publishers Netherlands.

SANLI, K. C. (2000), *Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun'da Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, Rekabet Kurumu Yayınları, Ankara.

SCHWARTZ, M (1999) "Buyer Power Concerns and the Aetna- Prudential Merger", Speech, 5th Annual Health Care Antitrust Forum. www.ftc.gov

SEYİDOĞLU, H. (1992) *Ekonomik Terimler*, Güzem Yayınları, Ankara.

TÜRKKAN, E. (2001) *Rekabet Teorisi ve Endüstri İktisadı*, Turhan Kitabevi , Ankara.

ÜNLÜSOY K. (2001) *ABD Antitröst Hukukunda Bağlayıcı Anlaşmalar* Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Rekabet Kurumu, Ankara

WALKER, J. M. (2000) "Buyer Power" *E.C.R L. Issue 3*, Sweet & Maxwell Limited (And Contributors) s. 170-174.

WITHERED, J. L. (1980) "Reciprocity, Monopsony Power, and Section 7" *The Antitrust Bulletin/Spring Vol: 25* Federal Legal Publications, s. 217-232.

TÜRKİYE

Rekabet Kurulu Kararları

Ahududu Alımları, 03.08.2000 tarih ve 00-29/311-178 sayılı Karar
Bezelye Alımları, 03.08.2000 tarih ve 00-29/313-180 sayılı Karar
Belko, 06.04.2001 tarih ve 01-17/150-39 sayılı Karar
Elma, Vişne, Kayısı, Şeftali Alımları, 04.12.2001 tarih ve 01-58/599-155 sayılı Karar

ABD MAHKEMELERİ KARARLARI

Anderson v. U.S., 171 U.S. 604 (1898)
American Tobacco Co. v. United States, 368 U.S. 781 (1946)
United States v. Socony-Vacuum Oil Co., 310 U.S. 835 (1947)
United States v. Griffith, 334 U.S. 100 (1948)
Mandeville Island Farms v. American Crystal Sugar Co., 334 U.S. 219 (1948)
Klor's v. Broadway-Hale, 359 U.S. 207 (1959)
U.S. v. Ingersoll-Rand, 320 F.2d 509 (3d. Cir. 1963)
FTC v. Consolidated Foods Corp., 380 U.S. 592 (1965)
United States v. Pennzoil, 252 F. Supp. 962 (W.D. Pa. 1965)
In Re Beef Antitrust Litigation, 600 F.2d 1148 (5th Cir. 1979)
Balmoral Cinema Inc. v. Allied Artists Pictures Corp., 885 F.2d 313 (6th Cir. 1989)
United States v. Rice Growers Association of California, 1986-2 Trade Cas. (CCH) 67,288
United States of America v. Cargill, Incorporated and Continental Grain Company 99-1875 (GK)

AVRUPA BİRLİĞİ

ATAD Kararları

Rennet Coöperatieve Stremsel-en Kleurselfabriek v. Commission 61/80 March 25, 1981; 1981 ECR 851; 1982-1 CMLR 265; 1990 CCH 267
Cicce v. Commission 298/83 1985 ECR 1105; 1986-1 CMLR 486

Komisyon Kararları

Belgian Industrial Timber, 1976, 1 C.M.L.R.D.11
Volvo/Scania, Comp/M.1672
National Sulphuric Acid Association, 1980 OJ L260/24 1980-3 CMLR 429
Rennet Coöperatieve Stremsel-en Kleurselfabriek, OJ L 51/19, 1980-2 CMLR 402
Cicce, ECR March 28, 1985
ARD/MGM, 1989 OJ L 284/36; 1990-4 CMLR 841; 1989-2 CCH 2,109

EKLER

- Arz eğrisinin ve küçük alıcıların talep esnekliğinin bire eşit olduğu durumda çeşitli pazar payları için hakim durumda olan firmanın alım gücünü gösteren tablo (Ek1/1):

S	20	30	40	50	60	70	80	90	100
BPI	11	18	25	33	43	54	67	82	100

- Hakim durumda olan teşebbüsün pazar payının % 60, küçük teşebbüslerin talep esneklerinin ise bire eşit olduğu durumda farklı arz esnekliği değerleri için BPI'yı gösteren tablo(Ek:1/2):

E	0	0.5	1	2	3	Sonsuz
BPI	150	67.0	43.0	25.0	18.0	0

- Arz esnekliğinin bire ve hakim durumda olan firmanın pazar payının % 60'a eşit olduğu durumda, farklı talep esneklikleriyle bulunan BPI değerlerini gösteren tablo (Ek:1/3):

N	0	0.5	1.0	2.0	3.0	Sonsuz
BPI	60.0	50.0	43.0	33.0	27.0	0