

ISSN 1302 - 552X

REKABET DERGİSİ

COMPETITION JOURNAL

Cilt/Volume: 15

Sayı/Number: 3

Temmuz/July 2014

- ◆ **Türkiye İmalat Sanayiinde Yapı-Davranış-Performans Analizi: 2003-2008**
Şerife Demet KORKUT
Evren SESLİ
Dr. Ekrem KALKAN
- ◆ **Secondary-Line Price Discrimination Under European Competition Law - An Assessment From An Effects-Based Perspective**
Çiğdem TUNÇEL

15. YIL
15th YEAR
2000'den beri yayında
Published since 2000

YAYINCI REKABET KURUMU ADINA SAHİBİ
OWNER ON BEHALF OF PUBLISHER TURKISH COMPETITION AUTHORITY
Prof. Dr. Nurettin KALDIRIMCI

SORUMLU MÜDÜR
MANAGING DIRECTOR
Akın ŞİMŞEK

YAYIN KOMİSYONU
EDITORIAL BOARD
Ali İhsan ÇAĞLAYAN
Ali DEMİRÖZ
İbrahim AYDEMİR
Ömür PAŞAOĞLU

DANIŞMA KURULU
ADVISORY BOARD
Prof. Dr. Sabih ARKAN
Prof. Dr. Ömer Faruk ÇOLAK
Prof. Dr. Lale DAVUT
Prof. Dr. Ercüment ERDEM
Prof. Dr. Celal GÖLE
Prof. Dr. Erden KUNTALP
Prof. Dr. Ergun ÖZSUNAY
Prof. Dr. Güven SAK
Prof. Dr. Turgut TAN
Prof. Dr. Erol TAYMAZ
Prof. Dr. Ünal TEKİNALP
Prof. Dr. Bilgin TİRYAKİOĞLU
Prof. Dr. Nahit TÖRE
Prof. Dr. Ercan UYGUR
Prof. Dr. Ejder YILMAZ
Prof. Dr. İsmail KIRCA
Prof. Dr. Osman GÜRZUMAR
Prof. Doç. Dr. Ünal ZENGİNOBUZ
Doç. Dr. İzak ATİYAS
Doç. Dr. Hasan ERSEL

EDİTÖRLER
EDITORS
Dr. Murat ÇETİNKAYA
Yüksel KAYA
Ş. Demet KORKUT

YAYIN SEKRETERİ
PUBLISHING SECRETARY
Özlem ERDOĞAN

Rekabet Dergisi, Rekabet Kurumu tarafından üç ayda bir yayımlanan hakemli bir dergidir. EBSCO, Tübitak Ulakbim ve Asos Index veri tabanlarında dizinlenen Rekabet Dergisi'nde, rekabet hukuku, politikası ve sanayi iktisadi alanlarındaki Türkçe veya İngilizce özgün makalelere, vaka yorumları ve benzeri görüşler ile haberlere yer verilmektedir. Yazılarda belirtilen düşünce ve görüşlerden yazarlar sorumludur; bu düşünce ve görüşler Rekabet Kurumu açısından bağlayıcılık teşkil etmez.

Competition Journal is a refereed journal published quarterly by the Turkish Competition Authority. Competition Journal, indexed in the EBSCO, Tubitak Ulakbim and Asos Index databases, publishes original articles, case comments and news in Turkish and English in the field of competition law, policy and industrial organization. Any opinions expressed in the Competition Journal represent solely the views of contributing writers and not necessarily those of the Turkish Competition Authority.

Yönetim Yeri/Managing Office:

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

Telefon-Faks/Telephone-Fax: (90) 312 291 44 44 - (90) 312 266 79 11

E-posta/E-mail: rekabetdergisi@rekabet.gov.tr

Web Adresi/Web Address: <http://www.rekabet.gov.tr/rekabetdergisi>

Basımcı/Printer:

EFLATUN Basım Dağıtım Yayıncılık Dan. Yat. ve Tic. Ltd. Şti.
Vedat Dalokay Caddesi, Ulubey Sokak, No: 6/2, GOP,
Çankaya/Ankara, Türkiye
Tel : (+90) 312 442 52 10 • www.efilyayinevi.com

REKABET DERGİSİ
COMPETITION JOURNAL

Cilt/Volume: 15

Sayı/Number: 3

Temmuz/July 2014

İÇİNDEKİLER / CONTENTS

1 MAKALELER / ARTICLES

- 3 Türkiye İmalat Sanayiinde Yapı-Davranış-Performans Analizi: 2003-2008 / Structure-Conduct-Performance Analysis in the Turkish Manufacturing Industry: 2003-2008**
Şerife Demet KORKUT
Evren SESLİ
Dr. Ekrem KALKAN

- 37 Secondary-Line Price Discrimination Under European Competition Law - An Assessment From An Effects-Based Perspective / AB Rekabet Hukukunda İkincil Seviye Fiyat Ayrımcılığı - Etki Temelli Perspektiften Değerlendirme**
Çiğdem TUNÇEL

- 74 YAYIN İLKELERİ VE MAKALE YAZIM KURALLARI / PUBLICATION POLICY AND NOTES FOR CONTRIBUTORS**

MAKALELER
ARTICLES

TÜRKİYE İMALAT SANAYİNDE YAPI-DAVRANIŞ-PERFORMANS ANALİZİ: 2003-2008

STRUCTURE-CONDUCT-PERFORMANCE ANALYSIS IN THE
TURKISH MANUFACTURING INDUSTRY: 2003-2008

Şerife Demet KORKUT*

Evren SESLİ**

Dr. Ekrem KALKAN***

Öz

Rekabet Kurumu, rekabet hukuku uygulamalarında tüketici refahı bakımından bazı sektörlerin öncelikli olarak belirlenmesini hedeflemektedir. Bu hedef doğrultusunda yapılacak çalışmaların bir parçası olarak bu makalede, sanayi iktisadının Yapı-Davranış-Performans (YDP) paradigması çerçevesinde Türkiye imalat sanayiinde üç ve dört haneli sınıflamada yer alan alt sektörlerin, rekabet düzeyleri açısından bir ölçümü ve sınıflandırılması yapılmıştır. Ölçüm için Türkiye İstatistik Enstitüsünün kamuya açık verileri dikkate alınarak 2003-2008 yılları belirlenmiştir. Çalışmada, sektörlerin yapısı, yoğunlaşma seviyesini gösteren Herfindahl-Hirschman Endeksi (HHI) ile ölçülmüştür. Davranış, ilgili alt sektörün üretici fiyat endeksinin değişim oranları kullanılarak incelenmiş olup performans ise ilgili sektörün kârlılık oranı ile ölçülmüştür. Çalışmada, alt sektörlerin yoğunlaşma seviyelerinin, fiyat artışı oranlarının ve kârlılık oranlarının, imalat sanayinin genelinin ortalama değerleri etrafındaki dağılımları kartezyen düzlemler kullanılarak grafiksel olarak incelenmiştir. Yapılan tarama sonuçları rekabeti sınırlayıcı anlaşma, uyumlu eylem veya hâkim durumun kötüye kullanılması yönünde bir tespit veya çıkarım içermemekle beraber çalışmada yoğunlaşma, fiyat ve rekabet düzeyi açısından dikkat çeken bazı faaliyet alanları belirlenmiştir. Türkiye imalat sanayiindeki alt sektörler için bir pazar gücü taraması ve sektörlerin gözetimi için bir deneme olarak değerlendirilebilecek olan bu çalışma, gelecekteki rekabet hukuku uygulamaları için sektörel önceliklendirme yapılmasına yardımcı olacaktır.

Anahtar Kelimeler: Yapı-Davranış-Performans, HHI, Türkiye İmalat Sanayii, Rekabet Seviyesi, Rekabet İktisadi

Abstract

Turkish Competition Authority aims to identify and prioritize sectors according to the effects on consumer welfare. As part of the studies which will be carried

* Rekabet Uzmanı, Ekonomik Analiz ve Araştırma Dairesi, Rekabet Kurumu.

** Rekabet Uzmanı, Ekonomik Analiz ve Araştırma Dairesi, Rekabet Kurumu.

*** Daire Başkanı, Ekonomik Analiz ve Araştırma Dairesi, Rekabet Kurumu.

out for this aim, in this study we measure and classify three and four digit Turkish manufacturing industries according to their level of competition in the framework of Structure-Conduct-Performance (SCP) paradigm of Industrial Economics. The relevant time period is determined as the years 2003-2008 considering the public data set of Turkish Statistical Institute (TurkStat). In this study, we measure the structure of an industry by concentration level using Herfindahl-Hirschman Index. We analyze the conduct by the help of the change rate of producer price index of the relevant industry. Performance is measured by the rate of profit for each industry. Using these competition indicators at the industry level, we analyze the distribution of the sub-industries around the mean values of the manufacturing industry by using graphics of the two-dimensional Cartesian planes. As a result of screening, some conspicuous areas of activities were identified in terms of concentration, price and the level of competition although there is no detection or inference of any restrictive agreements, concerted practices or abuse of dominant position. This paper, which is an attempt to screen and monitor market power in the Turkish manufacturing industries, can be used to prioritize the sectors for which further antitrust analyses can be carried out.

Keywords: Structure-Conduct-Performance, HHI, Turkish Manufacturing Industry, Level of Competition, Competition Economics

GİRİŞ

Rekabet hukuku uygulamalarının, “reaktif” politikaların yanında “proaktif” çerçevede de oluşması gerektiği son dönemlerde oldukça üzerinde durulan bir konudur. Bunun nedeni olarak, şikâyet, ihbar vb. yollarla, tüketici zararına sebebiyet veren rekabet karşıtı bir firma/pazar davranışının incelemeye alınması ve tespit edilmesi şeklinde oluşan reaktif uygulamaların zaman içinde rekabet sorunlarını önlemede yetersiz kalabilmesi gösterilmektedir. Proaktif yaklaşım ise rekabet otoritelerinin, çeşitli hukuki ve iktisadi yöntemlerle sektörleri izleyerek söz konusu rekabetçi sorunların var olduğu sektörleri tespit edebilmesini, önceliklendirmesini ve işlem başlatabilmesini öngörmektedir¹. Bu yaklaşıma benzer nitelikte Rekabet Kurumunun da sektör önceliklendirmesi konusunda hedefleri bulunduğu görülmektedir. Nitekim, Rekabet Kurumunun 2014-2018 Stratejik Planı’nda, tüketici refahı bakımından bazı öncelikli sektörlerin tespit edilmesi bir stratejik hedef olarak belirlenmiştir². Bu makalede, söz konusu hedefe yönelik olarak Türkiye imalat sanayiinde yer alan alt sektörlerin rekabet seviyesi bakımından tasnif edilmesi amaçlanmaktadır. Çalışmamızda imalat

¹ ABRANTES-METZ, R.M. (2013), “Proaktif vs. Reactive Anti-cartel Policy: The Role of Empirical Screens”, CRESSE Sempozyumu, Korfú, Yunanistan, http://www.cresse.info/uploadfiles/2013_S10_PP1.pdf, Erişim Tarihi: 26.06.2014.

² Rekabet Kurumu (2014), *Stratejik Plan 2014-2018*, Rekabet Kurumu, Ankara, s.58.

sanayiindeki alt sektörlerin tasnifi, YDP paradigmasının sunduğu yöntem çerçevesinde; yoğunlaşma, fiyat düzeyi ve kârlılık değişkenleri ve bunlarla ilgili bazı eşik değerler göz önüne alınarak yapılacaktır.

YDP paradigmasında genel olarak, pazar yapısının firma davranışlarını, firma davranışlarının da pazar performansını etkilediği ileri sürülmektedir. 1970'lere kadar yapılan çalışmalarda YDP paradigmasının bu hipotezi ampirik olarak test edilmiş³ ve genel olarak kabul edilmiştir. Sonraki dönemlerde YDP paradigması, piyasalardaki talep ve arz faktörlerini göz ardı ettiği gerekçesiyle eleştirilmiştir⁴. Bununla birlikte paradigma, 2000'li yıllarda gözden geçirilmiş yönleriyle yine sanayi iktisadının çalışma alanlarından biri haline dönmüştür. Rekabet hukuku uygulamalarında ise söz konusu yaklaşımın önerileri halen önemli ölçüde dikkate alınmakta ve pazar gücü değerlendirmelerine esas teşkil etmektedir.

Türkiye imalat sanayiinin yapısal analizi ve rekabet düzeyi ile ilgili önceki çalışmalarda, YDP ilişkisinin yönü tersine çevrilerek "piyasa yapısı" açıklanmaya çalışılan bir sonuç olarak modellenmektedir. Bu çalışmalarda, piyasa yapısı genellikle yoğunlaşma oranları ile ölçülmektedir. Örneğin, Katırcıoğlu⁵, imalat sanayiinde yoğunlaşma seviyesinin belirleyenleri olarak; minimum etkin ölçek büyüklüğü, sermaye yoğunluğu, ithalat ve ihracat yoğunlukları, reklam harcamaları, devletin ekonomideki varlığı ve piyasa büyüklüğü gibi değişkenleri kullanmıştır. Akan⁶, Türkiye imalat sanayiindeki yüksek yoğunlaşma seviyesinin önemli sebeplerinden biri olarak ölçek ekonomilerini göstermiştir. Yolaç,⁷ 2000 yılına ait verilerle imalat sanayinin 77 alt grubunda yoğunlaşma seviyesinin belirleyenlerini incelemiştir. Yolaç'ın⁸ bulgularında, ölçek ekonomileri ve reklam harcamalarının yoğunlaşma üzerinde etkili olduğu, ölçek ekonomilerinin pazara giriş için engel oluşturarak yoğunlaşma düzeyini etkilediği, sektördeki aşırı kârların çekiciliğine rağmen firma sayısının sınırlı kaldığı ve reklam harcamalarının da yoğunlaşmayı etkileyen önemli bir değişken olduğu ileri sürülmektedir. Ancak Yolaç⁹, yatay-kesit bir çalışma olması nedeniyle imalat

³ BAIN, J. (1951), "Relation of Profit Rate to Concentration: American Manufacturing, 1936-1940", *Quarterly Journal of Economics*, No:65(3), s.293-324 ve BAIN, J. (1954), "Economies of Scale, Concentration, and the Condition of Entry in Twenty Manufacturing Industries", *American Economic Review*, No:44(1), s.15-39.

⁴ DEMSETZ, H. (1973), "Industry Structure, Market Rivalry and Public Policy", *Journal of Law and Economics*, No:16, s.1-10.

⁵ KATIRCIOĞLU, E. (1990), *Türkiye İmalat Sanayinde Yoğunlaşma ve Yoğunlaşmayı Belirleyen Faktörler 1975-1985*, TÜSES Yayınları, İstanbul, Türkiye.

⁶ AKAN, Y. (2002), "Yoğunlaşma ve Karlılık İlişkileri: Türkiye İmalat Sanayinde Bir Uygulama", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, No:16(1-2), s.193-200.

⁷ YOLAÇ, S. (2005), "Türkiye İmalat Sanayiinde Yoğunlaşma", *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, No: 50, s.1087-1100.

⁸ Yolaç 2005.

⁹ Yolaç 2005.

sanayiinin 77 alt grubundaki yoğunlaşma seviyelerinin yıllar içerisindeki seyrini açıklamamaktadır. Ayrıca, Yolaç'ın¹⁰ yoğunlaşma seviyesini, ilgili endüstrideki en büyük dört firmanın toplam pazar paylarını gösteren Yoğunlaşma Oranı 4 (YO4) değişkeni ile ölçmesi, YO'nun bir piyasada faaliyet gösteren teşebbüslerin toplam sayısını göstermemesine¹¹ ilişkin eleştirileri de beraberinde getirmiştir. Özmucur¹² 1980 sonrası liberalizasyonun yoğunlaşma üzerindeki etkilerini incelemiş, alt sektörlerdeki yoğunlaşmanın ortalama firma büyüklüğü ve ithalat rekabetinden etkilendiğini tespit etmiştir. Baysal ve Çavuşoğlu¹³ ise 2001 yılı için 123 adet dört haneli alt sektörde yoğunlaşmanın belirleyenleri olarak ölçek ekonomileri, sermaye gereksinimi ve ihracat oranının etkili olduğunu göstermiştir. Benzer bir çalışma Günalp¹⁴ tarafından 1993-1999 arasında 66 adet dört haneli endüstrinin yoğunlaşma seviyelerinin dinamik panel veri analizleri çerçevesinde belirlenmesine yönelik olarak yapılmıştır. Günalp minimum etkin ölçek, mutlak sermaye gereksinimi, ar-ge yoğunluğu, gecikmeli kârlılık, ithalat rekabeti, gecikmeli yoğunlaşma seviyesi gibi değişkenlerin yoğunlaşmanın en önemli belirleyenleri olduğunu ortaya koymaktadır¹⁵.

Bu çalışmada ise yapı, davranış ve performans değişkenleri arasındaki ilişkinin yönü bakımından her iki yöndeki etkileşimlerin geçerliliği kabul edilmekte ve etkileşimin yönü üzerinde herhangi bir hipotez kurulmamaktadır. Bu anlamda çalışmamız, etkileşimin yönü hakkında bir hipotezi test etmek yerine, imalat sanayii sektörlerinin rekabet göstergeleri bakımından bir durum tespiti yapmayı amaçlamaktadır. Çalışmamızın, rekabet hukuku uygulamalarında öncelikli sektörlerin belirlenmesi hedefine yönelik yapılacak çalışmaların ilk denemelerinden biri olduğunu ve gelecekteki diğer çalışmalar için bir referans teşkil edeceğini düşünmekteyiz.

Çalışmamızda, Türkiye İstatistik Kurumu (TÜİK) tarafından yayımlanan NACE¹⁶ Rev.1.1 üç haneli ekonomik faaliyet sınıflaması düzeyindeki imalat sanayii verileri kullanılmıştır. Çalışmada, rekabet hukuku uygulamalarında dosya bazında belirlenen ilgili pazar tanımlamaları yerine uluslararası faaliyet

¹⁰ Yolaç 2005.

¹¹ Örneğin, YO4 derecesi %75 olan iki piyasa birbirinden farklı yapılarla olabilir. Şöyle ki; söz konusu piyasalardan birinde az sayıda firma faaliyet gösterirken diğerinde birçok firma olabilir.

¹² ÖZMUCUR, S. (2007), "Liberalization and Concentration: Case of Turkey", *Quarterly Review of Economics and Finance*, No:46, s.762-777.

¹³ BAYSAL, B. ve N. ÇAVUŞOĞLU (2009), "Türk İmalat Sanayinde Yoğunlaşma ve Rekabet", *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, No:46(528), s.39-51.

¹⁴ GÜNALP, B. (2011), "Türk İmalat Endüstrilerinde Yoğunlaşma Oranlarının Belirleyenleri: Bir Dinamik Panel Veri Analizi", *Sosyo Ekonomi*, Ocak-Haziran, s.23-50.

¹⁵ Günalp 2011.

¹⁶ The statistical classification of economic activities in the European Community ya da Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne.

sınıflamaları kapsamında tespit edilen endüstri tanımları düzeyinde bir YDP analizi sunulmaktadır. Dolayısıyla, çalışmadan doğrudan firma ve faaliyet gösterilen ilgili pazarın rekabet düzeyine yönelik bir sonuç çıkarmak mümkün değildir. Yapılan tarama sonucunda yoğunlaşma, fiyat ve rekabet düzeyi açısından dikkat çeken bazı faaliyet alanları belirlenmiştir. Çalışmanın sonuçları, tespit edilen bu alanlarda herhangi bir rekabeti sınırlayıcı anlaşma, uyumlu eylem veya hâkim durumun kötüye kullanılması yönünde bir tespit veya çıkarım içermemekle beraber söz konusu faaliyet alanlarında gözlenen yoğunlaşma, fiyat ve rekabet düzeyinin kaynakları üzerine rekabet ve düzenleme politikası perspektifinden daha ayrıntılı incelemeler yapılması ihtiyacını ortaya koymaktadır.

Çalışmanın birinci bölümünde YDP paradigmasının teorik çerçevesi ele alınmış, ikinci bölümünde kullanılan veri ve yöntem izah edilmiş ve üçüncü bölümde ise yapılan analizlerin sonuçlarına yer verilmiştir.

1. TEORİ¹⁷

Sanayi iktisadında pazardaki fiyat düzeyi veya fiyatın maliyetlere yakınlığı, pazarın rekabetçiliği için temel göstergelerden biri olarak kabul edilmektedir. Ancak, firmaların maliyet yapılarının farklılığı veya fiyattaki dönemsel dalgalanmalar gibi bazı faktörler nedeniyle firmalarca belirlenen fiyatların rekabetçi olup olmadığının uygulamada tam olarak tespit edilmesi oldukça zordur¹⁸. Dolayısıyla, rekabet analizlerinde fiyatla ilişkilendirilebilen farklı değişkenlere ihtiyaç duyulmaktadır. Pazar analizlerinde satış gelirleri, kârlılık ve pazar payları gibi verisi görece kolay elde edilebilen diğer değişkenler kullanılabilir. Rekabet analizlerinde bu doğrultuda, firmaların pazar paylarının bir endekse dönüştürülmesi sonucu hesaplanan HHI veya yoğunlaşma oranları (YO4, YO5, vb.), pazarın rekabet düzeyi ve firmaların pazar gücü (özellikle maliyet üstü fiyatlama gücü) hakkında bilgi verici olarak görülmekte, bazı durumlarda değerlendirmelerin esas noktasını teşkil etmektedir. YDP paradigmasına göre pazarın yapısı; firma sayısı, yoğunlaşma seviyesi, ürün farklılaştırması, maliyet yapısı, dikey bütünleşme, giriş ve çıkış engelleri gibi faktörler çerçevesinde değerlendirilmektedir. Firma davranışı, fiyat, ar-ge, yenilik, pazarlama stratejileri gibi unsurlara bakılarak incelenirken, performans ise etkinlik, kârlılık, ürün çeşitliliği, yenilik oranı gibi ölçütlerle ölçülmektedir.

YDP paradigmasında, yapı-davranış-performans zincirinde tek yönlü bir nedensellik ilişkisi benimsenmiştir. Bu ilişkiye göre örneğin; piyasadaki yüksek

¹⁷ Bu bölümde genel olarak yararlanılan eser için bkz. TIROLE, J. (1988), *The Theory of Industrial Organization*, MIT Press, Londra, İngiltere.

¹⁸ Tirole 1988, s.221.

yoğunlaşma seviyesi, firmalar arasında anlaşma yapmayı kolaylaştırıp piyasadaki rekabeti azaltarak fiyatın maliyetin üzerinde oluşmasına neden olabilecektir. Fiyat-maliyet marjının yüksek düzeyde gerçekleşmesi de pazar gücünün varlığına ilişkin bir gösterge olacaktır. YDP çalışmalarında fiyatları net bir şekilde gözlemek her zaman mümkün olmadığından, uygulamada doğrudan pazar yoğunlaşması ile kârlılık arasında pozitif bir ilişki olup olmadığı da incelenebilmektedir. YDP yaklaşımına göre söz konusu pozitif ilişki pazar gücünün, pazarın yapısından kaynaklandığına işaret etmektedir.

Yoğunlaşma ile pazar gücü arasındaki ilişki bazı durumlarda birebir olmayabilir. Yoğunlaşma ne olursa olsun, firmalar fiyatları belirlerken talebi de dikkate almakta, bu yüzden talebin esnekliği de pazar gücünün ölçülmesinde etkili olmaktadır. Oyun teorisi çerçevesinde, firmaların tek aşamalı “oyun” içinde miktar rekabeti (*Cournot* rekabeti) üzerinden karşılıklı stratejilerini belirledikleri ve farklı maliyet yapılarına sahip oldukları varsayımı altında, dengede oluşan firma pazar payı ve fiyat-maliyet marjı arasındaki ilişki şu şekilde ifade edilmektedir¹⁹.

$$L_i = \frac{P - C_i}{P} = \frac{s_i}{|\varepsilon|}$$

Yukarıdaki denklemde, L_i Lerner Endeksi olarak nitelendirilmekte ve i firmasına ait fiyat-maliyet marjını ifade etmektedir. s_i , firmanın satış miktarına göre hesaplanan pazar payını, ε ise pazarın talep esnekliğini göstermektedir. Tekel gücünü talep eğrisinin eğimi ile tanımlayan endeks, 0 ve 1 arasında değerler almakta ve endeks değeri 1'e yaklaştıkça pazar gücünün arttığı kabul edilmektedir.

Teoriye göre; ölçüğe göre sabit getiri, *Cournot* rekabeti ve farklı maliyet yapısı gibi nedenlerle asimetrik pazar payları olduğu sürece yukarıda yer verilen ilişki pazarın genel düzeyinde,

$$L = \frac{\text{Pazar kâr}}{\text{Pazar cirosu}} = \frac{HHI}{|\varepsilon|}$$

şeklinde bir eşitliğe dönüşmektedir²⁰. Sonuç olarak, yukarıdaki varsayımlar altında pazarın kârlılığında fiyat-maliyet marjına ulaşmak mümkündür. Ayrıca teorik olarak pazarın kârlılığı ile yoğunlaşma arasında pozitif, pazarın talep esnekliği arasında negatif bir ilişki bulunması beklenmektedir.

¹⁹ Tirole 1988.

²⁰ Tirole 1988.

Diğer yandan YDP paradigması; yüksek kârlılığın her zaman pazar gücünden kaynaklanmadığı, etkin firmaların maliyet avantajından dolayı pazar fiyatını uygulamasalar bile yüksek kârlılıkla çalışabileceği gibi argümanlarla eleştirilmiştir. Ayrıca eleştirilerde, pazar yoğunlaşmasının da kârlılık gibi içsel (*endogeneous*) bir değişken olduğu ve kârlılık-yoğunlaşma-fiyat yönünde bir nedensellik ilişkisinin de var olabileceği vurgulanmaktadır. Örneğin, pazardaki fiyatın yüksekliği ve beklenen kârlılığın bugünkü değeri (*present value*), pazara giriş/çıkışları etkileyecek; bu hareketlenme yoğunlaşmayı; yoğunlaşma da tekrar fiyatları etkileyebilecektir²¹. Söz konusu zincirleme ilişki, YDP paradigmasının gözden geçirilerek test edilmesini gerektirmektedir.

Yukarıdaki eleştiriler göz önüne alındığında, YDP yaklaşımında öngörülen nedensellik ilişkisinin belirlenmesinden önce endüstrilerin yoğunlaşma, fiyat ve kârlılık değişkenleri bakımından durumlarının ve dağılımlarının ortaya konması gerekmektedir. Bu çalışmada, söz konusu değişkenler arasındaki nedenselliğin incelenmesinden ziyade, nedensellik incelemesi öncesinde yapılmasında fayda bulunan bir sektörel tasnifleme çalışması yapılması amaçlanmıştır.

2. VERİ VE YÖNTEM

2.1. Veri Seti

Çalışmada TÜİK tarafından NACE Rev. 1.1 ekonomik faaliyet sınıflamasına göre üç ve dört haneli olarak yayımlanan Türkiye imalat sanayiine ilişkin veriler kullanılmıştır. Veriler 2003-2008 dönemini kapsamaktadır. TÜİK'in 2009 yılından itibaren söz konusu verileri NACE Rev. 2'ye göre sınıflandırmaya başlaması nedeniyle bu çalışmada 2003-2008 yılları dikkate alınmıştır²². Ancak, veri seti sadece 2006-2008 yılları arasında tam olduğu için YDP paradigması yıllık analizlerle sadece bu dönem için incelenmiştir.

Çalışmada analizi yapılan değişkenlerin hesaplanmasına ilişkin açıklamalara aşağıda yer verilmektedir.

ENF: Bu değişken, çalışmada dikkate alınan her faaliyet alanında gerçekleşen üretici fiyat endeksindeki (ÜFE) artış oranını göstermektedir. Yıllık fiyat artışının hesaplanmasında ilgili faaliyet alanında (i) o yılın (t) ve bir önceki yılın (t-1) Aralık ayında oluşan endeks farkı dikkate alınmıştır:

²¹ MANUSZAK, M. D. ve C. C. MOUL (2008), "Prices and Endogenous Market Structure in Office Supply Stores", *The Journal of Industrial Economics*, No:56(1), s.94-112.

²² Çalışmanın yapıldığı dönemde TÜİK tarafından NACE Rev. 2'ye göre sadece 2009 ve 2010 yıllarına ait veriler yayımlanmıştır. 2011-2013 dönemine ait verilerin TÜİK tarafından Şubat 2014'te NACE Rev.2'ye göre yayımlanmasının ardından bu çalışmanın devamı niteliğinde yapılacak yeni tarama çalışmalarının söz konusu veriler kullanılarak yapılması planlanmaktadır.

$$ENF_{it} = \frac{\dot{U}FE_{it} - \dot{U}FE_{i,t-1}}{\dot{U}FE_{i,t-1}} \times 100$$

HHI: Bu değişken, her faaliyet alanındaki yoğunlaşmayı ölçmektedir. Piyasa yoğunlaşmasını, piyasadaki bütün firmaların pazar paylarının (s_i) karelerinin toplanması şeklinde ifade eden HHI şu şekilde hesaplanmaktadır:

$$HHI = \sum_{i=1}^n (s_i * 100)^2$$

Çalışmada yer verilen HHI verisi için TÜİK tarafından yayımlanan Sanayi ve Hizmet Sektörlerinde Yoğunlaşma verileri kullanılmıştır. Bu verilerin hesaplanma biçimi rekabet hukukunun bazı kavramları ile uyumsuzluk içindedir. Dolayısıyla TÜİK verileri kullanılarak hesaplanan değişkenler, özellikle rekabet hukuku ve iktisadi çerçevesinde yorumlanırken bu uyumsuzluk dikkate alınmalıdır. Söz konusu uyumsuzluklar şu şekilde izah edilebilir. Rekabet hukukunda “ilgili ürün pazarı” birbirine talep ve arz açısından ikame edilebilen farklı ürünleri kapsamaktadır. Yoğunlaşma seviyesi ikame edilebilir ürünlerden oluşan belli bir “ilgili ürün pazarı” düzeyinde hesaplanmakta ve değerlendirilmektedir. TÜİK verilerindeki üç veya dört haneli düzeyde sınıflanan sektörlerin ise rekabet hukuku kavramı olan “ilgili ürün pazarının” içerdiği ürün veya faaliyetlerden daha fazlasını ya da daha azını içerecek şekilde tanımlanmış olması mümkündür. Çoğu zaman TÜİK’in faaliyet sınıflamasına göre birçok faaliyet alanı “ilgili ürün pazarından” daha geniş bir pazara denk gelecektir. İkinci uyumsuzluk “ilgili coğrafi pazarın” kapsamı hakkındadır. TÜİK verileri, genellikle il veya bölgesel düzeyde ayrıştırılmadığından yoğunlaşma seviyesi Türkiye coğrafi pazarı için hesaplanmıştır. Bu durum ise gerçekte rekabetin lokal pazarlar düzeyinde söz konusu olduğu bazı ürünler bakımından (ör. çimento, hazır beton) coğrafi pazarın olması gerekenden daha geniş kabul edilmesine yol açmaktadır. Ayrıca TÜİK verilerinde girişim tanımı vergi kimlik numaraları üzerinden yapılmaktadır. Her bir ayrı vergi kimlik numarası ayrı bir girişimi tanımlamaktadır. Dolayısıyla yönetim ve kontrol bakımından aynı iş grubuna bağlı olan farklı girişimler farklı teşebbüsler olarak verilerde yer almaktadır. Ancak rekabet hukukundaki teşebbüs tanımı aynı kontrol yapısı içindeki farklı firmaları tek bir teşebbüs olarak kabul etmektedir ve yoğunlaşma seviyeleri bu şekilde tanımlanan teşebbüslerin toplam pazar payları hesaba katılarak hesaplanmaktadır. Özetle, yoğunlaşma verileri ile yapılan analizlerin yorumlanmasında bu tür uyumsuzlukların etkilerinin faaliyet alanı bazında dikkate alınması gerekmektedir.

FMM: Çalışmada kabul edilen varsayımlar altında hesaplanan *FMM* (Fiyat-Maliyet Marjı) değeri faaliyet alanlarının kârlılığını göstermektedir. *FMM*'nin hesaplanması için çalışmada aşağıdaki formül kullanılmıştır:

$$FMM = \frac{Ciro - Girdi Maliyeti - Personel Maliyeti}{Ciro}$$

Ciro ve maliyetler için Yıllık Sanayi ve Hizmet İstatistikleri kapsamında TÜİK tarafından yayımlanan veriler kullanılmıştır. Hesaplanan *FMM* değerinin esas olarak muhasebe kâr oranı olması ve yatırım maliyetinin *FMM* hesaplamalarına dâhil edilmemesi nedeniyle *FMM*'nin olması gerekenden yüksek hesaplanması (*overestimation*) olasılığının bulunduğunu burada belirtmek gerekir.

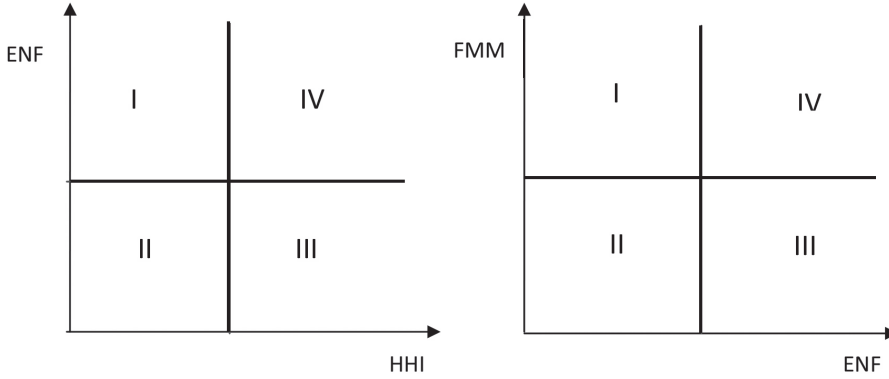
TÜİK verilerinde bazı faaliyet alanlarına ilişkin verilerin eksik olduğu görülmüş, bu sebeple çalışmaya sadece veri seti tam olan faaliyet alanları dâhil edilmiştir.

2.2. Yöntem

Çalışmada temel olarak HHI, ENF ve *FMM* değişkenlerinin yıllar bazında veya bazı dönemler itibariyle kümülatif olarak ortalama değerleri hesaplanmış, sektörlerin bu ortalama değerler etrafındaki dağılımı incelenmiştir. Karşılaştırmalar görsel bakımdan iki boyutlu grafiklerle desteklenmiştir. Çalışmanın ilk aşamasında oluşturulan grafikler yapı-davranış ilişkisini ortaya koymaktadır. Bu amaçla, grafiklerin yatay ekseninde HHI ve dikey ekseninde ENF yer almaktadır. İkinci aşamada oluşturulan grafiklerde ise davranış-performans ilişkisini yansıtması amacıyla yatay ekseninde ENF ve dikey ekseninde *FMM* bulunmaktadır.

Grafikler, ilgili eksenlerde HHI, ENF ve *FMM* değişkenleri için belirlenen bazı eşik değerler (ortalamalar) kullanılarak dört kadrana ayrılmıştır. HHI ile ilgili eşik değerler ilgili yılda imalat sanayiindeki alt sektörlerin HHI değerlerinin aritmetik ortalaması olarak belirlenmiştir. ENF ve *FMM*'ye ilişkin eşik değerler ise 2003-2008 ve 2006-2008 dönemleri için kümülatif olarak imalat sanayinin geneli düzeyinde hesaplanan ENF ve *FMM* değerleridir. Örneğin, 2003-2008 yılları için verilen grafiklerde ENF eşik değeri, imalat sanayii üretici fiyat endeksinin 6 yıllık artış oranıdır. Aynı yıllar için kullanılan *FMM* eşik değerinin hesaplanmasında ise imalat sanayinin 6 yıllık toplam cirosu, çalışanlara ve ara girdi mal ve hizmetlere yapılan 6 yıllık toplam ödemeler dikkate alınmıştır. Çalışmanın ekinde yer verilen yıllık bazdaki grafiklerde ise imalat sanayinin ilgili yıldaki üretici fiyatları endeksi artış oranı ve yıllık *FMM* oranı hesaplanmıştır. Çalışmada grafiklerin yorumlanması amacıyla kullanılan kadrana ilişkin açıklamalara aşağıda yer verilmektedir.

Şekil 1: Yapı-Davranış (HHI-ENF) ve Davranış-Performans (ENF-FMM) grafiklerinin kadrantları



I. Kadran

Bu kadranda yer alan faaliyet alanlarının HHI-ENF grafiklerinde ENF düzeylerinin eşik değerden yüksek ve HHI düzeylerinin eşik değerden düşük; ENF-FMM grafiklerinde ise FMM düzeylerinin eşik değerden yüksek ve ENF düzeylerinin eşik değerden düşük olduğu görülmektedir. Bu kadranda bulunmanın sebebinin, HHI-ENF ilişkisinde talep yapısından (esnek olmayan talep ya da pozitif yönlü talep şokları vb.) kaynaklandığı varsayılmıştır.

ENF-FMM ilişkisinde ise talep yapısına (esnek talep) ek olarak ilgili faaliyet alanındaki maliyet etkinliğinden kaynaklanabileceği varsayılmıştır.

II. Kadran

Bu kadranda yer alan faaliyet alanlarının HHI-ENF ve ENF-FMM düzeyleri eşik değerlerden düşük olup, ilgili faaliyetlerin etkin ve rekabetçi bir yapıda faaliyet gösterdikleri varsayılmaktadır.

III. Kadran

Bu kadranda yer alan faaliyetlerin HHI-ENF grafiklerinde ENF düzeylerinin eşik değerden düşük ve HHI düzeylerinin eşik değerden yüksek; ENF-FMM grafiklerinde ise FMM düzeylerinin eşik değerden düşük ve ENF düzeylerinin eşik değerden yüksek olduğu görülmektedir. Söz konusu yapının HHI-ENF ilişkisinde talep yapısından (esnek talep) kaynaklandığı kabul edilmiştir.

ENF-FMM ilişkisinde ise talep yapısına (esnek olmayan talep) ek olarak söz konusu faaliyet alanında, ortalamanın üzerinde fiyat artışı gerçekleşmesine rağmen oluşan fiyatların maliyet artışını karşılamada yetersiz kaldığı ve/veya

ilgili faaliyet alanında bir etkinsizliğin (yüksek maliyet artışları) yaşanmış olabileceği varsayılmıştır.

IV. Kadran

Bu kadranda yer alan faaliyet alanlarının HHI-ENF ve ENF-HHI düzeyleri eşik değerlerden yüksektir. Yoğunlaşmanın fazla olduğu, fiyatların maliyetlerden ve ENF düzeyinden bağımsız olarak yüksek seyrettiği söz konusu faaliyet alanlarının etkin ve rekabetçi bir yapıda faaliyet göstermedikleri varsayılmaktadır. Bu sebeple bu kadranda yer alan faaliyetler rekabet seviyelerini ölçen parametreler bakımından “dikkat çeken” faaliyetler olarak kabul edilmektedir.

Çalışmanın ilerleyen bölümünde özel olarak IV. kadranda yer alan faaliyet alanları üzerinde durulmuştur. Bu amaçla, frekans taraması yapılarak HHI, ENF ve FMM seviyelerinin eşik değerlerden yüksek olduğu IV. kadranda yer alan sanayilerin yıllar içerisinde aynı kadranda yer almaya devam edip etmedikleri tespit edilmiştir. Böylelikle, faaliyet alanları bazında yoğunlaşma-fiyat-kârlılık ilişkisinin uzun dönemde var olup olmadığı incelenmiştir.

3. ANALİZ

İlk olarak genel görünümü vermek amacıyla 2003-2008 dönemine ait fiyat artışı ve FMM arasındaki ilişki ele alınmıştır. Sonra, fiyat-kârlılık ilişkisi 2006-2008 dönemi için grafiksel olarak sergilenmiştir. Bu analizden elde edilen görüntünün yıllar bazında karşılaştırması ise YDP yaklaşımı çerçevesinde iki aşamalı olarak gerçekleştirilmiştir. İlk aşamada, yıllar bazında (2006, 2007 ve 2008)²³ alt sektörlerdeki HHI ve fiyat artışı arasındaki ilişki ortaya konmuştur. İkinci aşamada ise aynı yıllar için fiyat artışı ve FMM arasındaki ilişki analiz edilmiştir²⁴.

HHI verileri, TÜİK tarafından NACE Rev. 1.1 ekonomik faaliyet sınıflamasına göre dört hane düzeyinde yayımlanmasına rağmen ENF ve FMM verileri üç hane düzeyinde yayımlanmaktadır. Bu sebeple, ilk aşamadaki analizlerde dört hane düzeyindeki alt sektörlerin fiyat verileri için bu sektörlerin ait oldukları üç haneli ekonomik faaliyetin fiyatları kullanılmıştır.

3.1. Genel Görünüm (2003-2008 Dönemi)

Aşağıdaki grafik, 2003-2008 yılları arasında imalat sanayiinde 3 hanede sınıflandırılmış sektörlerde yaşanan fiyat artışları ile kârlılık arasındaki ilişkiyi

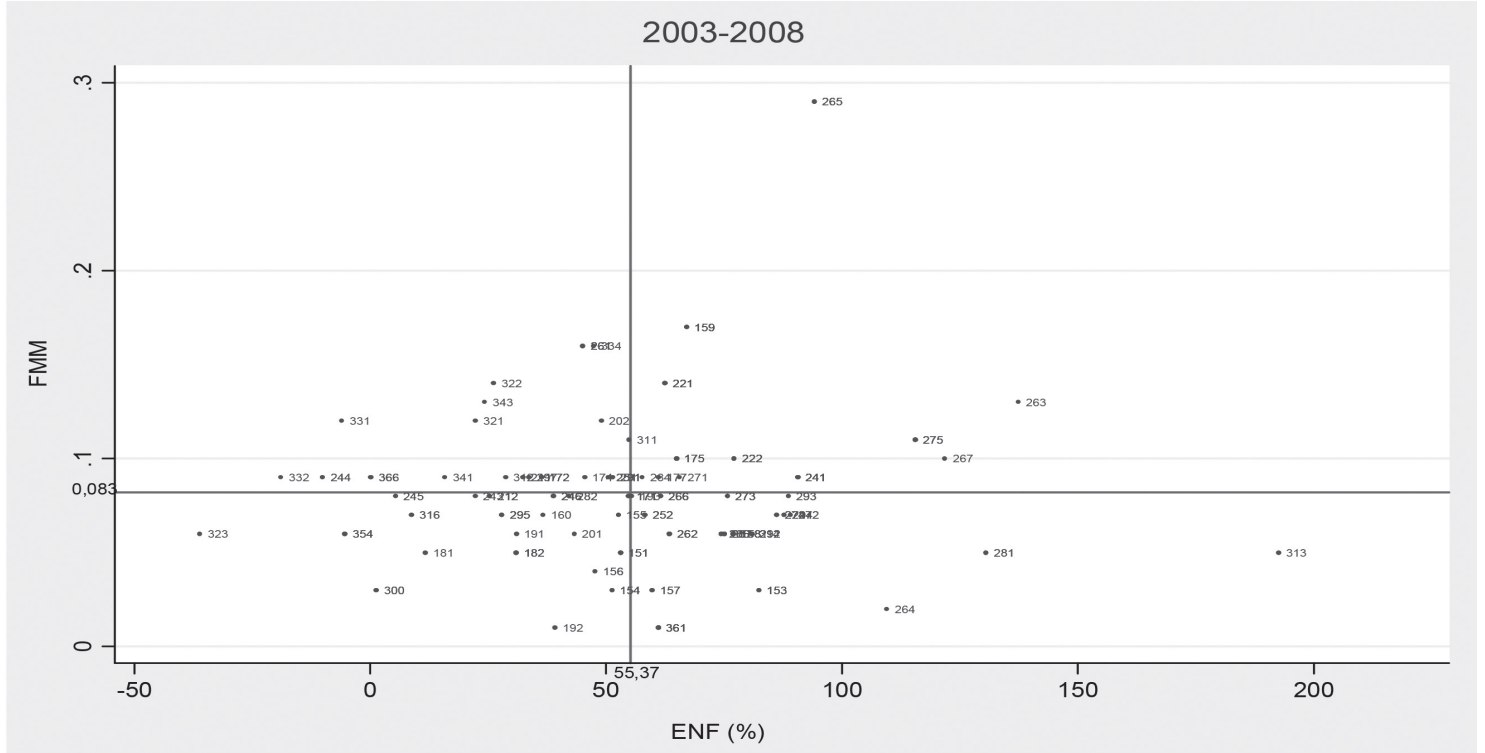
²³ 2003-2006 yıllarına ilişkin TÜİK tarafından hesaplanan HHI oranları bulunmadığından söz konusu döneme çalışmada yer verilmemiştir.

²⁴ Rekabet hukuku değerlendirmeleri açısından önem arz eden ilgili coğrafi pazar ve teşebbüs tanımı gibi birtakım ölçütlerin TÜİK’in HHI hesaplamalarında dikkate alınmaması nedeniyle çalışmadaki HHI verilerine dayanan sonuçlar FMM verileri ile desteklenmiştir.

göstermektedir. Grafiklerdeki üç haneli sayılar her bir faaliyet alanının kodunu göstermektedir. Bu sayıların grafiklerde buldukları yerler ise ilgili faaliyet alanının ENF ve FMM değerlerine denk gelmektedir.

Şekil 2'nin yorumlanması açısından birkaç sektörü örnek olarak açıklama yapmak yerinde olacaktır. Sektörlerin Şekil 2'deki konumlarına bakıldığında, bazı alanların imalat sanayii genelindeki eşik değerlere yakın değerler oluşturduğu, birkaçının ise uç nokta sayılabilecek düzeyde yüksek FMM ve/veya ENF değerine sahip olduğu görülmektedir. Bu faaliyetlerin başında 265 kodlu "Çimento, Kireç ve Sıvı Alçısı İmalatı" gelmektedir. Bu faaliyet alandaki fiyat artışı (%94,14) aynı kadradaki diğer alanların bazılarında düşük gerçekleşmiş olmakla birlikte, en yüksek FMM seviyesi bu alandadır. Bunun nedeni olarak ilk aşamada, satışların %147 artışı karşısında maliyetlerin %131 artması gösterilebilir. Ancak, fiyat artışının maliyet artışının altında gerçekleşmiş olduğu görüldüğünden satış gelirlerindeki ve FMM'deki artışın talep artışından kaynaklanma ihtimali yüksektir. 263 sınıflandırma kodlu "Seramik Karo ve Kaldırım Taşları İmalatı"nda yaşanan durum ise farklıdır. Bu sektörde fiyat artışlarının (%137,36) IV. kadradaki en yüksek değere sahip olduğu görülürken, maliyet artışı %102, satış geliri artışı ise %76 olarak gerçekleşmiştir. Bu bakımdan FMM değeri ortalamasının üzerinde kalmış olmakla birlikte çok yüksek bir oran değildir. 313 kodlu "İzole Edilmiş Tel ve Kablo İmalatı"nda ise maliyet artışları %324 olarak gerçekleşirken, satışlar %308 artmıştır. Fiyat artışı ise %192 olarak imalat sanayi ortalamasının çok üzerinde, ancak kendi faaliyet alanı maliyetinin oldukça altında seyretmiştir. Bu bakımdan, bu alanın maliyet üstü fiyatlama gücünün oldukça düşük seviyede olduğu gözlenmektedir.

Şekil 2: 2003-2008 Dönemi İçin ENF-FMM İlişkisi



Kaynak: Yazarların hesaplamaları **ENF:** 2003-2008 arası üretici fiyat endeksindeki % artış oranı **FMM:** 2003-2008 arası toplam kârlılık oranı

Rekabet parametreleri bakımından “dikkat çeken” kadrana olarak nitelendirilebileceğimiz ve parametre değerlerinin imalat sanayi ortalamalarının (FMM için 0,083 ve ENF için %55,37) üzerinde gerçekleştiği IV. kadranda yer alan faaliyet alanları aşağıdaki gibidir:

Tablo 1: 2003-2008 Dönemi ENF-FMM Grafiğinin IV. Kadranında Yer alan Faaliyet Alanları

NACE 3 hane	Faaliyet Alanı	Enflasyon* (%)	FMM
	<i>Eşik Değerler</i>	<i>55,37</i>	<i>0,083</i>
159	İçecekler	67,09	0,17
175	Diğer tekstil ürünleri	64,9	0,17
177	Örme ya da Tığ İşi Ürünler	61,8	0,09
221	Kitaplar, Gazeteler ve Diğer Basılı ve Kayıtlı Medya	62,46	0,14
222	Basım Hizmetleri ve Basılı ile İlgili Hizmetler	77,15	0,01
241	Ana Kimyasal Maddeler	90,06	0,09
263	Seramik Karo ve Kaldırım taşları	137,36	0,13
265	Çimento, Kireç ve Sıvı Alçısı	94,14	0,29
267	Bina Taşları ve Bunlarla İlgili Nesnelerin Süslenmesi, Kesilmesi, Şekillendirilmesi ve Tamamlanması	121,81	0,10
271	Esas Demir, Çelik ve Demir Alaşımları	65,61	0,09
275	Metal Döküm Hizmetleri	115,49	0,11
284	Metallerin Dövülmesi, Preslenmesi, Baskılanması ve Yuvarlanması, Toz Metalurjisi	57,67	0,09

Kaynak: Yazarların hesaplamaları

*2003 ve 2008 yılları Aralık ayı ÜFE endeksleri dikkate alınarak hesaplanmıştır.

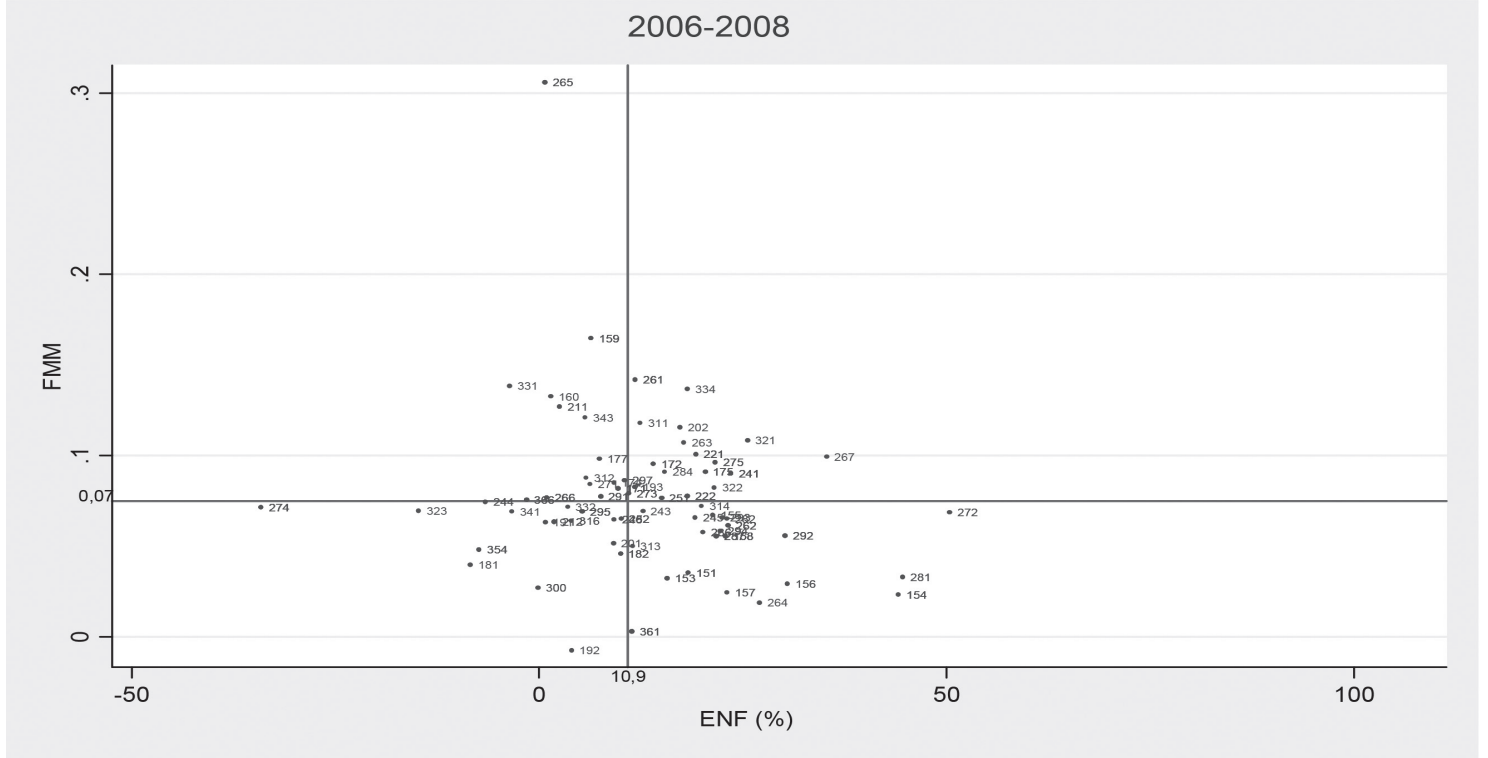
Çalışmada kullanılan rekabet parametreleri bakımından yukarıdaki tabloda yer verilen faaliyet alanlarının rekabet seviyesi; I., II. ve III. kadranda yer alan faaliyetlere göre daha düşüktür. Ancak, bu faaliyet alanlarının talep yapısı ve esnekliği ile bunların zaman içerisindeki değişimi hakkında elimizde bir bilgi seti bulunmamaktadır. Bu bakımdan, sadece genel görünümde elde edilen sonuçların ilgili faaliyetlerin rekabet düzeyi hakkında yeterli bilgi sunamayacağı ve dolayısıyla, benzer analizlerin yıl bazında da yapılmasının faydalı olacağı düşünülmüştür.

3.2. Yıllara Göre Yoğunlaşma-Fiyat-Kârlılık Görünümü

Çalışmada kullanılan veri setinde imalat sanayiine ait HHI verisi 2006 yılından itibaren başlamaktadır. Bu bakımdan, daha önce de belirtildiği gibi ayrıntılı analiz 2006-2008 dönemini kapsamaktadır.

İlk olarak yukarıdaki genel görünüm analizi 2006-2008 dönemi için kümülatif olarak tekrarlanmış ve ardından da burada elde edilen sonuçların yıllar bazındaki tutarlılığı test edilmiştir.

Şekil 3: 2006-2008 Dönemi için ENF-FMM İlişkisi



Kaynak: Yazarların hesaplamaları. **ENF(%)** : 2006-2008 arası üretici fiyat endeksindeki artış oranı. **FMM**: 2006-2008 arası toplam kârlılık oranı

Tablo 2: 2006-2008 Dönemi ENF-FMM Grafiğinin IV. Kadranında Yer Alan Faaliyet Alanları

NACE 3 hane	Faaliyet Alanı	Enflasyon* (%)	FMM
	<i>Eşik Değerler</i>	10,90	0,07
172	Tekstil Kumaşları	14,04	0,09
175	Diğer Tekstil Ürünleri	20,39	0,09
193	Ayakkabılar	11,74	0,08
202	Ahşap Plaka; Kontrplak, Yonga Levha, Sunta, Diğer Pano ve Tahtalar	17,30	0,11
221	Kitaplar, Gazeteler ve Diğer Basılı ve Kayıtlı Medya	19,24	0,10
222	Basım Hizmetleri ve Baskı ile İlgili Hizmetler	18,18	0,08
241	Ana Kimyasal Maddeler	23,56	0,09
251	Kauçuk Ürünleri	15,02	0,07
261	Cam ve Cam Ürünleri	11,79	0,14
267	Bina Taşları ve Bunlarla İlgili Nesnelerin Süslenmesi, Kesilmesi, Şekillendirilmesi ve Tamamlanması	35,28	0,10
275	Metal ve Döküm Hizmetleri	21,61	0,09
284	Metallerin Dövülmesi, Preslenmesi, Baskılanması ve Yuvarlanması, Toz Metalurjisi	15,41	0,09
311	Elektrikli Motorlar, Jeneratörler ve Transformatörler	12,38	0,12
321	Elektronik Valf ve Elektronik Tüpleri ile Diğer Elektronik Parçalar	25,56	0,10
322	Radyo ve Televizyon Vericileri ile Telefon ve Telgraf Hattı Teçhizatı	21,48	0,08
334	Optik Aletler ve Fotoğrafçılık Ekipmanı	18,19	0,13

Kaynak: Yazarların hesaplamaları.

* 2006 ve 2008 yılları Aralık ayı ÜFE endeksleri dikkate alınarak hesaplanmıştır.

2006-2008 yılları aralığında, 2003-2008'e kıyasla daha fazla sayıda faaliyet alanının ENF-FMM grafiğinin IV. kadranında yer aldığı görülmektedir. Bununla birlikte, değerlerin eşik değerlere yakın olduğu da belirtilmelidir. Her iki zaman aralığında da IV. kadranda yer alan 6 faaliyet alanı²⁵ bulunmaktadır.

Aşağıda ise 2006, 2007 ve 2008 yıllarına ait üç tablo bulunmaktadır. Söz konusu tablolarda her yıl için ayrı olmak üzere HHI-ENF ve ENF-FMM grafiklerinin IV. kadranında yer alan ortak faaliyet alanları listelenmiştir. İlgili grafikler ise çalışmanın ek dizininde yer almaktadır.

²⁵ Diğer Tekstil Ürünleri (175), Kitaplar, Gazeteler ve Diğer Basılı ve Kayıtlı Medya (221), Basım Hizmetleri ve Baskı ile İlgili Hizmetler (222), Ana Kimyasal Maddeler (241), Metal ve Döküm Hizmetleri (275), Metallerin Dövülmesi, Preslenmesi, Baskılanması ve Yuvarlanması, Toz Metalurjisi (284).

Tablo 3: 2006 Yılı HHI-ENF ve ENF-FMM Grafiklerinin IV. Kadranında Ortak Yer Alan Faaliyet Alanları

NACE 3 hane	NACE 4 hane	Faaliyet Alanı	Enflasyon* (%)	FMM	HHI
		<i>Eşik Değerler</i>	12,33	0,07	1820
211	2111	Kağıt Hamuru İmalatı	27,62	0,14	9508
241	2411	Sanayi Gazları İmalatı	18,61	0,12	7360
241	2412	Boya ve Pigment İmalatı	18,61	0,12	2325
241	2415	Kimyasal Gübre ve Azot Bileşiklerinin İmalatı	18,61	0,12	1998
241	2416	Plastik Hammaddelerin İmalatı	18,61	0,12	4987
241	2417	Sentetik Kauçuk Maddelerin İmalatı	18,61	0,12	10000
251	2511	İç ve Dış Lastik İmalatı	15,48	0,08	2931
273	2732	Dar şeritlerin Soğuk Haddelenmesi	34,9	0,1	7608
273	2733	Soğuk Şekillendirme ve Katlama	34,9	0,1	2076
273	2734	Tel Çekme	34,9	0,1	2299
297	2971	Elektrikli Ev Aletleri İmalatı	18,84	0,09	2512
322	3220	Radyo ve Televizyon Vericileri ile Telefon ve Telgraf Hattı Teçhizatı İmalatı	14,28	0,18	4348

Kaynak: Yazarların hesaplamaları.

* 2005 ve 2006 yılları Aralık ayı ÜFE endeksleri dikkate alınarak hesaplanmıştır.

Tablo 4: 2007 Yılı HHI-ENF ve ENF-FMM Grafiklerinin IV. Kadranında Ortak Yer Alan Faaliyet Alanları

NACE 3 hane	NACE 4 hane	Faaliyet Alanı	Enflasyon* (%)	FMM	HHI
		<i>Eşik Değerler</i>	4,27	0,07	1858
175	1753	Giyim Eşyası Hariç, Dokuma Olmayan Kumaş ile Bundan Yapılan Ürünlerin İmalatı	5,16	0,09	2858
221	2212	Gazetelerin Yayımları	7,46	0,12	2153
221	2214	Ses Kayıtlarının Yayımları	7,46	0,12	3231
222	2225	Basımla İlgili Diğer Faaliyetler	6,73	0,08	2003
241	2411	Sanayi Gazları İmalatı	12,35	0,1	4230
241	2412	Boya ve Pigment İmalatı	12,35	0,1	2253
241	2414	Diğer Organik Ana Kimyasal Maddelerin İmalatı	12,35	0,1	2081
241	2415	Kimyasal Gübre ve Azot Bileşiklerinin İmalatı	12,35	0,1	2792
241	2416	Plastik Hammaddelerin İmalatı	12,35	0,1	4621
261	2611	Düz Cam İmalatı	6	0,15	9969
261	2613	Çukur Cam İmalatı	6	0,15	2119
261	2614	Cam Elyafı İmalatı	6	0,15	4094
286	2861	Çatal-Bıçak Takımı İmalatı	14,15	0,08	2700

Kaynak: Yazarların hesaplamaları.

* 2006 ve 2007 yılları Aralık ayı ÜFE endeksleri dikkate alınarak hesaplanmıştır.

Tablo 5: 2008 Yılı ENF-HHI ve FMM-ENF Grafiklerinin IV. Kadranında Ortak Yer Alan Faaliyet Alanları

NACE 3 hane	NACE 4 hane	Faaliyet Alanı	Enflasyon* (%)	FMM	HHI
		<i>Eşik Değerler</i>	<i>6,36</i>	<i>0,08</i>	<i>1881</i>
171	1717	Diğer Tekstil Elyaflarının Hazırlanması ve Eğrilmesi	15,51	0,1	2124
172	1722	Yünlü Dokuma	19,83	0,11	2992
175	1753	Giyim Eşyası Hariç, Dokuma Olmayan Kumaş ile Bundan Yapılan Ürünlerin İmalatı	14,48	0,11	2635
211	2111	Kağıt Hamuru İmalatı	10	0,09	10000
221	2212	Gazetelerin Yayımları	10,96	0,11	2224
221	2214	Ses Kayıtlarının Yayımları	10,96	0,11	3425
222	2225	Basımla İlgili Diğer Faaliyetler	10,74	0,08	2106
262	2621	Seramik ve Süs Eşyası İmalatı	23,98	0,08	2752
262	2622	Seramikten Yapılan Sıhhi Ürünlerin İmalatı	23,98	0,08	2864
262	2622	Seramik Yalıtım Malzemeleri İmalatı	23,98	0,08	7940
275	2754	Demir Dışındaki Diğer Metallerin Dökümü	23,49	0,12	2550
291	2911	İçten Yanmalı Motor ve Türbin İmalatı; Uçak, Motorlu Taşıt ve Motosiklet Motorları Hariç	17,85	0,08	2607
297	2971	Elektrikli Ev Aletleri İmalatı	12,25	0,09	2121

Kaynak: Yazarların hesaplamaları.

* 2007 ve 2008 yılları Aralık ayı ÜFE endeksleri dikkate alınarak hesaplanmıştır.

Yıl bazındaki analizler, çalışmanın ekindeki tablolardan da görüleceği üzere, belli bir yılda HHI-ENF grafiğinin IV. kadranında yer alan birçok sektörün aynı yılın ENF-FMM grafiğinin IV. kadranında yer almadığını göstermektedir. Bu durum her yıl için geçerlidir. Dolayısıyla, YDP paradigması çerçevesinde tespit edilmeye çalışılan yoğunlaşma-fiyat-kârlılık ilişkisinde bazı sektörde yapı-davranış ilişkisinin davranış-performans ilişkisine dönüşmediği gözlenmektedir. Bununla birlikte; Tablo 3, Tablo 4 ve Tablo 5'te yer alan sektörler HHI-ENF ve ENF-FMM grafiklerinin IV. kadranında yer alan faaliyet alanlarıdır. Bu sanayiler için varılabilecek temel sonuç, bu faaliyet alanlarında yoğunlaşma ve kârlılık arasında pozitif bir ilişkinin var olabileceği ve bu nedenle, söz konusu alanların rekabet düzeyinin değerlendirilmesi açısından yoğunlaşma seviyesinin pazar gücünün bir göstergesi olarak sayılabileceğidir. Ancak, bu ilişkinin yıllar içerisinde süreklilik arz edip etmediği de bu konuda varılacak sonuçlar açısından önem taşımaktadır.

Bu nedenle, analizde hem HHI-ENF hem de ENF-FMM grafiklerinde IV. kadranda yer alan ortak faaliyet alanlarındaki durumun yıllar içinde değişip

değişmediği de incelenmiştir. Yıllık tablolara bakıldığında, herhangi bir sanayinin 3 yıl boyunca sürekli biçimde bu kadranda yer almadığı görülmektedir. Ancak, birbirini takip eden yıllar (2006-2007 ve 2007-2008) karşılaştırıldığında her iki grafik türünde de bu kadranda yer alan faaliyet alanları bulunmaktadır.

Tablo 6: Yıl Bazlı Karşılaştırmada HHI-ENF ve ENF-FMM İlişkilerinde IV. Kadranda Yer Alan Faaliyet Alanları

NACE 4 hane	Faaliyet Alanı
2006 ve 2007 yıllarında IV. kadranda olan sektörler	
2411	Sanayi Gazları İmalatı
2412	Boya ve Pigment İmalatı
2415	Kimyasal Gübre ve Azot Bileşiklerin İmalatı
2416	Plastik Hammaddelerin İmalatı
2007 ve 2008 yıllarında IV. kadranda olan sektörler	
1753	Giyim Eşyası Hariç, Dokuma Olmayan Kumaş ile Bundan Yapılan Ürünlerin İmalatı
2212	Gazetelerin Yayımı
2214	Ses Kayıtlarının Yayımı
2225	Basımla İlgili Diğer Faaliyetler

Kaynak: Yazarların hesaplamaları.

2006-2008 ve 2003-2008 yıllarını kapsayan kümülatif sonuçlar ve yıl bazlı yapılan analizlerden elde edilen sonuçlara göre, Diğer Tekstil Ürünleri (175), Kitaplar, Gazeteler ve Diğer Basılı ve Kayıtlı Medya (221), Basım Hizmetleri ve Baskı ile İlgili Hizmetler (222) ve Ana Kimyasal Maddeler (241) gibi faaliyet alanlarının hem HHI-ENF hem de ENF-FMM ilişkisinde IV. kadranda yer aldıkları görülmektedir.

SONUÇ

Bu çalışmada, Türkiye imalat sanayiinde yer alan ekonomik faaliyetler için rekabet seviyesi taraması yapmak amacıyla bir YDP analizi gerçekleştirilmiştir. Sanayilerin yapısal özellikleri yoğunlaşma seviyesini ölçen HHI ile değerlendirilmiştir. Davranış parametresi, ilgili ekonomik faaliyette belli zaman aralıklarındaki üretici fiyat endeksinin değişim oranı (ENF) ile ölçülmüştür. Performans ölçütü olarak ise fiyat-maliyet aralığını ölçmek için ciro ile çalışanlara ve ara girdilere yapılan ödemeler arasındaki farkın oransal ifadesine karşılık gelen FMM değişkeni hesaplanmıştır. Bu değişken bazı eksiklerine rağmen kârlılık oranı olarak da değerlendirilmiştir.

Çalışmada TÜİK tarafından yayımlanan 2003-2008 yılları arasındaki döneme ilişkin NACE Rev.1.1 sınıflamasındaki veriler kullanılmıştır. Veriler, 2009 yılından itibaren TÜİK tarafından NACE Rev.2 sınıflamasında tutulmaya başlanmış olup, bu iki sınıflama arasında bazı endüstriler bakımından birebir eşleşme sağlanamadığından, çalışmada sadece 2003 ve 2008 arasındaki yıllar ele alınmıştır.

Yapılan analizler hem 2003-2008 ve 2006-2008 arasındaki yıllar için kümülatif düzeyde, hem de 2006, 2007 ve 2008 yıllarına ilişkin olarak yıl bazında yapılmıştır. Ekonomik faaliyetleri söz konusu değişkenler (HHI, ENF ve FMM) bakımından karşılaştırabilmek amacıyla her üç değişken için belli eşik değerler tespit edilmiştir²⁶.

Çalışmada ele alınan ekonomik faaliyetler, öncelikle yapı-davranış ilişkisinin incelenmesi amacıyla yoğunlaşma ve fiyat artış oranına ait eşik değerler dikkate alınarak dört sınıfa ayrılmıştır. Daha sonra davranış-performans ilişkisinin analizi için fiyat artış oranı ve fiyat-maliyet oranına ait eşik değerler çerçevesinde yine dört sınıfta gruplandırılmıştır. Her iki gruplandırmada da eşik değerlerin üzerinde yer alan ekonomik faaliyetler rekabet seviyesi bakımından “dikkat çeken” alanlar olarak nitelendirilmiştir. Çalışmanın bulguları detaylı biçimde makalenin eklerinde sunulmaktadır. Bu sınıflamalarda farklı yıllarda değişik faaliyet alanlarına ait rekabet parametrelerinin eşiklerin üzerinde değerler aldığı görülmüştür. Bu sebeple çalışmada yer verilen bulguların yıl bazında detaylı biçimde incelenmesi gerekmektedir. Diğer yandan birbirini izleyen ikili yıllar için yapılan incelemede; 2006 ve 2007 yıllarında,

- 2411 - Sanayi Gazları İmalatı
- 2412 - Boya ve Pigment İmalatı
- 2415 - Kimyasal Gübre ve Azot Bileşiklerin İmalatı
- 2416 - Plastik Hammaddelerin İmalatı

2007 ve 2008 yıllarında ise

- 1753 - Giyim Eşyası Hariç, Dokuma Olmayan Kumaş ile Bundan Yapılan Ürünlerin İmalatı
- 2212 - Gazetelerin Yayımları

²⁶ HHI eşik değeri için imalat sanayiinde bulunan ve dört haneli düzeyde sınıflandırılan ekonomik faaliyetlerin ilgili yıldaki HHI seviyelerinin aritmetik ortalaması kullanılmıştır. Fiyat artış oranı eşik değeri için belli bir dönemde imalat sanayinin genelindeki üretici fiyat endeksinin değişim oranı dikkate alınmıştır. Söz konusu dönem ilgili analize göre farklılık göstermektedir. Fiyat-maliyet marjı (FMM) eşik değeri için ise yine imalat sanayinin genelinde gerçekleşen ciro ve maliyet kalemlerinin ilgili dönemdeki toplam değerleri değerlendirilmiştir.

- 2214 - Ses Kayıtlarının Yayımları
- 2225 - Basımla İlgili Diğer Faaliyetler

alanlarında üç rekabet parametresinin de aynı anda eşik değerlerin üzerinde kaldığı görülmüştür. 2006-2008 ve 2003-2008 yıllarını kapsayan kümülatif sonuçlar ve yıl bazlı yapılan analizlerden elde edilen sonuçlara göre ise Diğer Tekstil Ürünleri (175), Kitaplar, Gazeteler ve Diğer Basılı ve Kayıtlı Medya (221), Basım Hizmetleri ve Baskı ile İlgili Hizmetler (222) ve Ana Kimyasal Maddeler (241) gibi faaliyet alanlarının hem HHI-ENF hem de ENF-FMM ilişkisinde eşik değerlerin üzerinde yer aldıkları tespit edilmiştir.

Diğer yandan, birçok sektörde yapı-davranış ilişkisinin davranış-performans ilişkisine dönüşmediği gözlenmiştir.

Çalışmamızın bulguları, rekabet seviyesi bakımından “dikkat çekici” olarak nitelendirdiğimiz faaliyetlerde anlaşma, uyumlu eylem veya hâkim durumun kötüye kullanılmasına işaret eden bir davranışın bulunduğu dair bir çıkarım yapmaya yeterli olmamakla birlikte, bu faaliyetlerin, kullandığımız rekabet parametrelerinin yanında talep ve maliyet yapıları, ilgili piyasanın diğer özellikleri gibi farklı unsurlar çerçevesinde daha detaylı biçimde incelenmesi için öncül gerekçeler sunmaktadır.

KAYNAKÇA

ABRANTES-METZ, R.M. (2013), “Proaktif vs. Reactive Anti-cartel Policy: The Role of Empirical Screens”, CRESSE Sempozyumu, Korfu, Yunanistan, http://www.cresse.info/uploadfiles/2013_S10_PP1.pdf, Erişim Tarihi: 26.06.2014.

AKAN, Y. (2002), “Yoğunlaşma ve Karlılık İlişkileri: Türkiye İmalat Sanayinde Bir Uygulama”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, No:16(1-2), s.193-200.

BAIN, J. (1951), “Relation of Profit Rate to Concentration: American Manufacturing, 1936-1940”, *Quarterly Journal of Economics*, No:65(3), s.293–324.

BAIN, J. (1954), “Economies of Scale, Concentration, and the Condition of Entry in Twenty Manufacturing Industries”, *American Economic Review*, No:44(1), s.15–39.

BAYSAL, B. ve N. ÇAVUŞOĞLU (2009), “Türk İmalat Sanayinde Yoğunlaşma ve Rekabet”, *Finans Politik & Ekonomik Yorumlar*, No:46(528), s.39-51.

DEMSETZ, H. (1973), “Industry Structure, Market Rivalry and Public Policy”, *Journal of Law and Economics*, No:16, s.1-10.

GÜNALP, B. (2011), “Türk İmalat Endüstrilerinde Yoğunlaşma Oranlarının Belirleyenleri: Bir Dinamik Panel Veri Analizi”, *Sosyo Ekonomi*, Ocak-Haziran, s.23-50.

KATIRCIOĞLU, E. (1990), *Türkiye İmalat Sanayinde Yoğunlaşma ve Yoğunlaşmayı Belirleyen Faktörler 1975-1985*, TÜSES Yayınları, İstanbul, Türkiye.

MANUSZAK, M. D. ve C. C. MOUL (2008), “Prices and Endogenous Market Structure in Office Supply Stores”, *The Journal of Industrial Economics*, No:56(1), s.94-112.

ÖZMUCUR, S. (2007), “Liberalization and Concentration: Case of Turkey”, *Quarterly Review of Economics and Finance*, No:46, s.762-777.

Rekabet Kurumu (2014), *Stratejik Plan 2014-2018*, Rekabet Kurumu, Ankara.

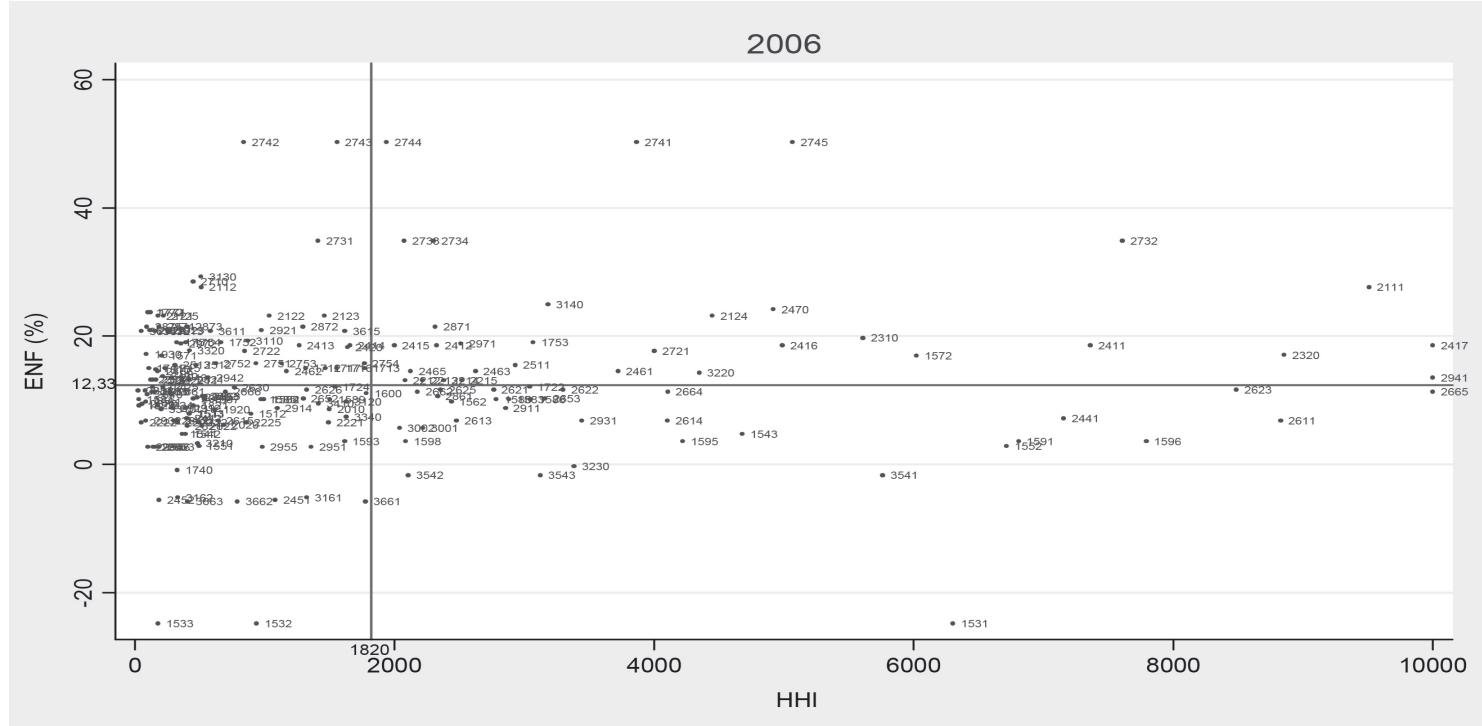
TIROLE, J. (1988), *The Theory of Industrial Organization*, MIT Press, Londra, İngiltere

TÜİK Resmi İnternet Sitesi, www.tuik.gov.tr

YOLAÇ, S. (2005), “Türkiye İmalat Sanayiinde Yoğunlaşma”, *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, No:50, s.1087-1100.

EKLER

Şekil E.1: 2006 Yılı HHI-ENF İlişkisi

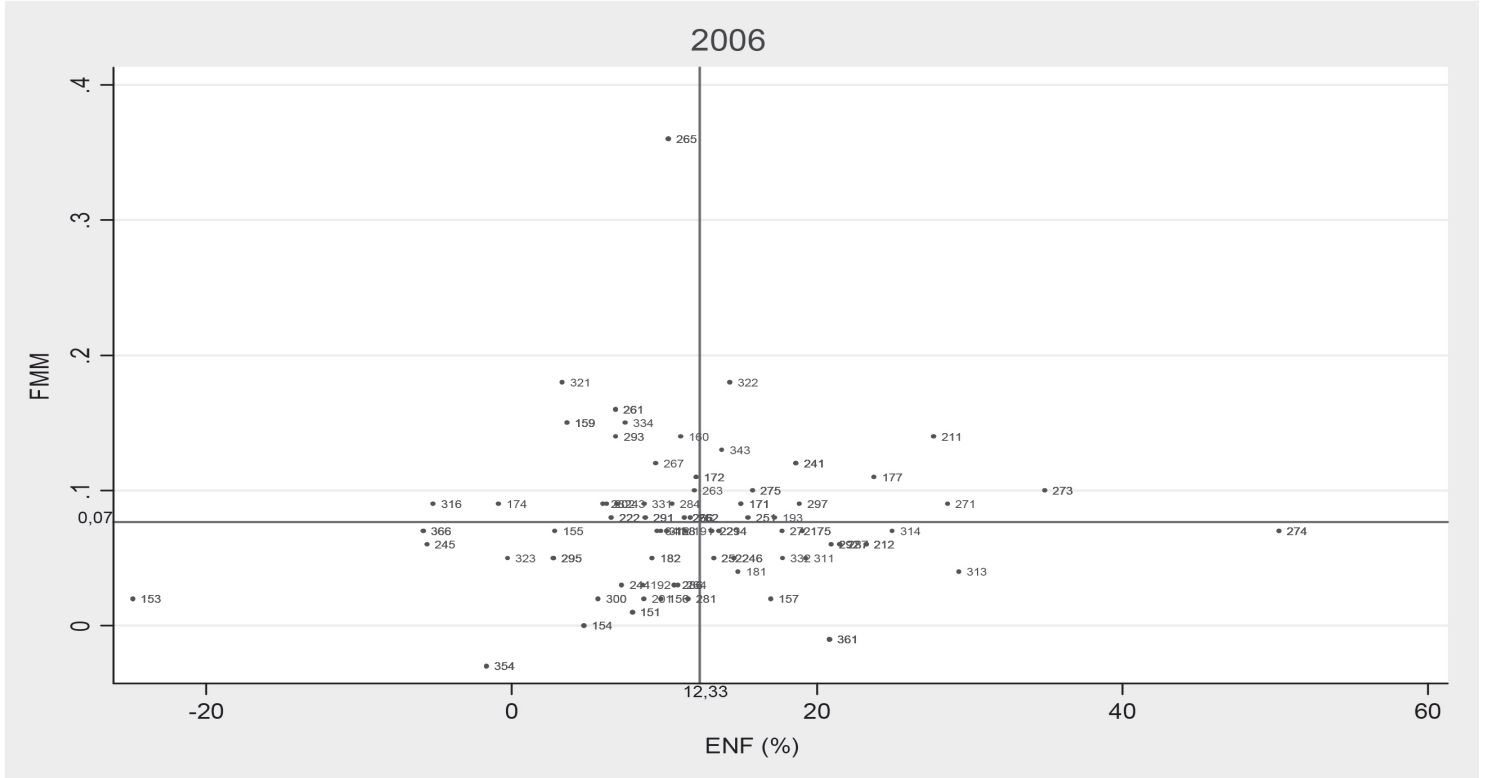


Tablo E.1: 2006 Yılı HHI-ENF Grafiğinin IV. Kadranında Yer Alan Faaliyet Alanları

NACE 3 hane	NACE 4 hane	Faaliyet Alanı	Enflasyon (%)	FMM	HHI
		<i>Eşik Değerler</i>	<i>12,33</i>	<i>0,07</i>	<i>1820</i>
157	1572	Ev Hayvanları İçin Hazır Yem İmalatı	16,96	0,02	6021
175	1753	Giyim Eşyası Hariç, Dokuma Olmayan Kumaş İle Bundan Yapılan Ürünlerin İmalatı	19,03	0,07	3069
211	2111	Kağıt Hamuru İmalatı	27,62	0,14	9508
212	2124	Duvar Kağıdı İmalatı	23,2	0,06	4449
221	2212	Gazetelerin Yayımları	13,1	0,07	2081
221	2213	Dergi ve Süreli Yayınların Yayımları	13,1	0,07	2216
221	2214	Ses Kayıtlarının Yayımları	13,1	0,07	2379
221	2215	Diğer Yayımlar	13,1	0,07	2518
231	2310	Kok Fırını Ürünleri İmalatı	19,75	-	5610
232	2320	Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri İmalatı	17,08	-	8853
241	2411	Sanayi Gazları İmalatı	18,61	0,12	7360
241	2412	Boya ve Pigment İmalatı	18,61	0,12	2325
241	2415	Kimyasal Gübre ve Azot Bileşiklerinin İmalatı	18,61	0,12	1998
241	2416	Plastik Hammaddelerinin İmalatı	18,61	0,12	4987
241	2417	Sentetik Kauçuk Hammaddelerinin İmalatı	18,61	0,12	10000
246	2461	Patlayıcı Madde İmalatı	14,58	0,05	3723
246	2463	Uçucu Yağların İmalatı	14,58	0,05	2623
246	2465	Kaset, Bant vb. Kayıt Gereçlerinin İmalatı (Kaydedilmemiş)	14,58	0,05	2126
247	2470	Suni Elyaf İmalatı	24,16	-	4920
251	2511	İç ve Dış Lastik İmalatı	15,48	0,08	2931
272	2721	Dökme Demirden Boru İmalatı	17,71	0,07	4001
273	2732	Dar Şeritlerin Soğuk Haddelenmesi	34,9	0,1	7608
273	2733	Soğuk Şekillendirme Ve Katlama	34,9	0,1	2076
273	2734	Tel Çekme	34,9	0,1	2299
274	2741	Değerli Metal Üretimi	50,24	0,07	3865
274	2744	Bakır Üretimi	50,24	0,07	1939
274	2745	Demir Dışındaki Diğer Metallerin Üretimi	50,24	0,07	5066
287	2871	Çelik Varil ve Benzeri Muhafazaların İmalatı	21,49	0,06	2314
294	2941	Taşınabilir El ile Kullanılan Makineli Aletlerin İmalatı	13,56	0,07	10000
297	2971	Elektrikli Ev Aletleri İmalatı	18,84	0,09	2512
314	3140	Akümülatör, Pil ve Batarya İmalatı	24,92	0,07	3182
322	3220	Radyo ve Televizyon Vericileri ile Telefon ve Telgraf Hattı Teçhizatı İmalatı	14,28	0,18	4348

Kaynak: Yazarların hesaplamaları

Şekil E.2: 2006 Yılı ENF-FMM İlişkisi



Kaynak: Yazarların hesaplamaları. ENF: 2005-2006 arası üretici fiyat endeksindeki % artış oranı FMM: 2006 yılı kârlılık oranı

Tablo E.2: 2006 Yılı ENF-FMM Grafiğinin IV. Kadranında Yer Alan Faaliyet Alanları

NACE 3 hane	Faaliyet Alanı	Enflasyon (%)	FMM
	<i>Eşik Değerler</i>	<i>12,33</i>	<i>0,07</i>
171	Tekstil Elyafı ve İpliği	15,02	0,09
177	Örme ya da Tığ İşi Ürünler	23,74	0,11
193	Ayakkabılar	17,21	0,08
211	Kağıt Hamuru, Kağıt ve Mukavva	27,62	0,14
241	Ana Kimyasal Maddeler	18,61	0,12
251	Kauçuk Ürünleri	15,48	0,08
271	Esas Demir, Çelik ve Demir Alaşımları	28,54	0,09
273	Diğer İlk İşlenmiş Demir ve Çelik Ürünleri	34,9	0,1
275	Metal Döküm Hizmetleri	15,78	0,1
297	Ev Aletleri B.Y.S.	18,84	0,09
322	Radio ve Televizyon Vericileri ile Telefon ve Telgraf Hattı Teçhizatı	14,28	0,18
343	Motorlu Taşıt ve Bunların Motorlarıyla İlgili Parça Ve Aksesuarlar	13,76	0,13

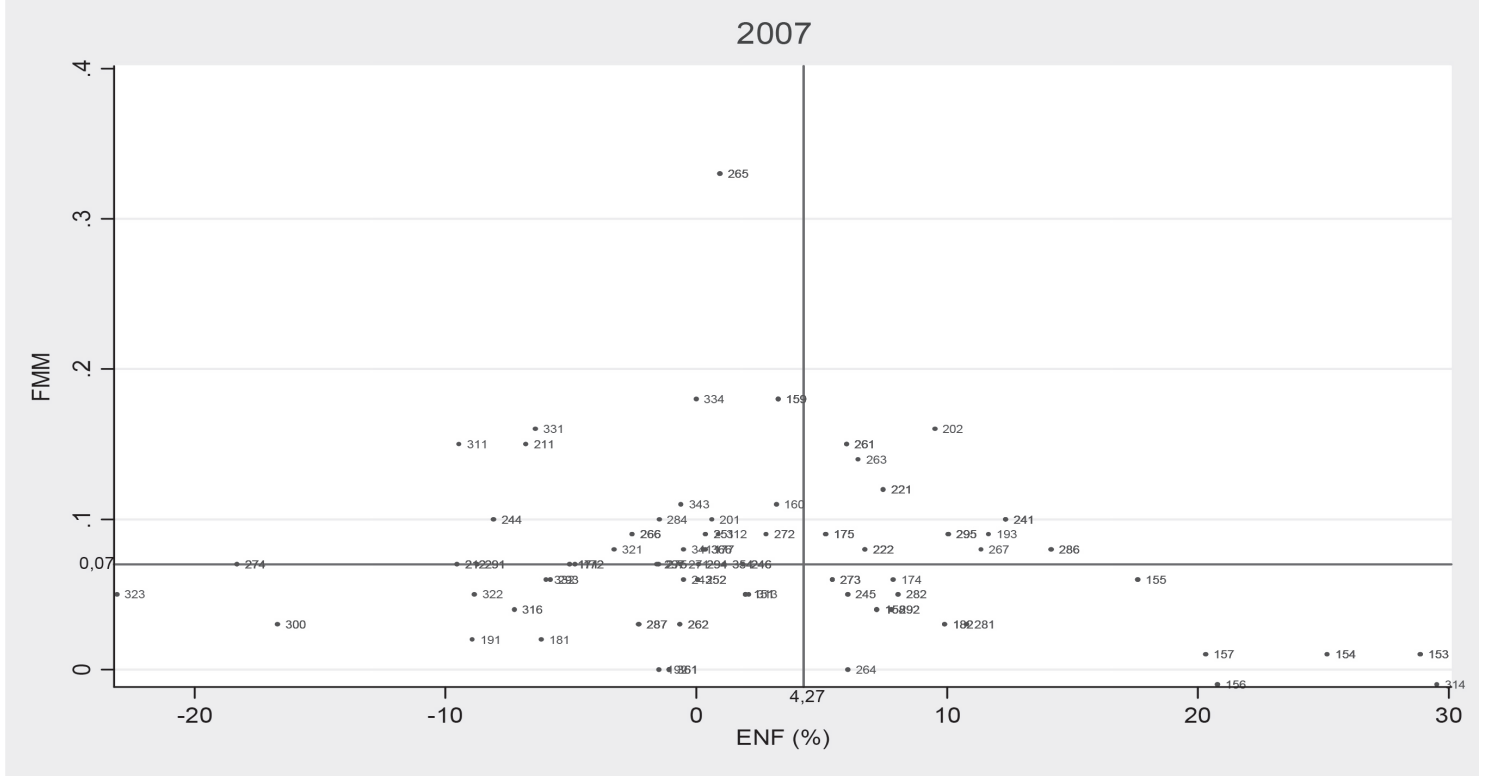
Kaynak: Yazarların hesaplamaları

Tablo E.3: 2007 Yılı HHI-ENF Grafiğinin IV. Kadranında Yer Alan Faaliyet Alanları

NACE 3 hane	NACE 4 hane	Faaliyet Alanı	Enflasyon (%)	FMM	HHI
		<i>Eşik Değerler</i>	4,27	0,07	1858
153	1531	Patatesin İşlenmesi ve Saklanması	28,87	0,01	5991
154	1543	Margarin ve Benzeri Yenilebilir Katı Yağların İmalatı	25,17	0,01	3410
155	1552	Dondurma İmalatı	17,61	0,06	6627
156	1562	Nişasta ve Nişastalı Ürünlerin İmalatı	20,78	-0,01	2397
157	1572	Ev Hayvanları İçin Hazır Yem İmalatı	20,31	0,01	6544
158	1583	Şeker İmalatı	7,2	0,04	2188
158	1586	Kahve Ve Çayın İşlenmesi	7,2	0,04	3662
158	1588	Hazır, Homojenize Gıda Maddeleri ile Diyet Yiyecekleri İmalatı	7,2	0,04	2557
175	1753	Giyim Eşyası Hariç, Dokuma Olmayan Kumaş ile Bundan Yapılan Ürünlerin İmalatı	5,16	0,09	2859
221	2212	Gazetelerin Yayımı	7,46	0,12	2153
221	2214	Ses Kayıtlarının Yayımı	7,46	0,12	3231
222	2225	Basımla İlgili Diğer Faaliyetler	6,73	0,08	2003
231	2310	Kok Fırını Ürünleri İmalatı	15,14	-	5701
232	2320	Rafine Edilmiş Petrol Ürünleri İmalatı	20,72	-	8982
241	2411	Sanayi Gazları İmalatı	12,35	0,1	4231
241	2412	Boya ve Pigment İmalatı	12,35	0,1	2254
241	2414	Diğer Organik Ana Kimyasal Maddelerin İmalatı	12,35	0,1	2081
241	2415	Kimyasal Gübre ve Azot Bileşiklerin İmalatı	12,35	0,1	2792
241	2416	Plastik Hammaddelerinin İmalatı	12,35	0,1	4622
261	2611	Düz Cam İmalatı	6	0,15	9969
261	2613	Çukur Cam İmalatı	6	0,15	2120
261	2614	Cam Elyafı İmalatı	6	0,15	4095
273	2732	Dar Şeritlerin Soğuk Haddelenmesi	5,43	0,06	8407
273	2733	Soğuk Şekillendirme Ve Katlama	5,43	0,06	4650
286	2861	Çatal-Bıçak Takımı İmalatı	14,15	0,08	2701

Kaynak: Yazarların hesaplamaları

Şekil E.4: 2007 Yılı ENF-FMM İlişkisi



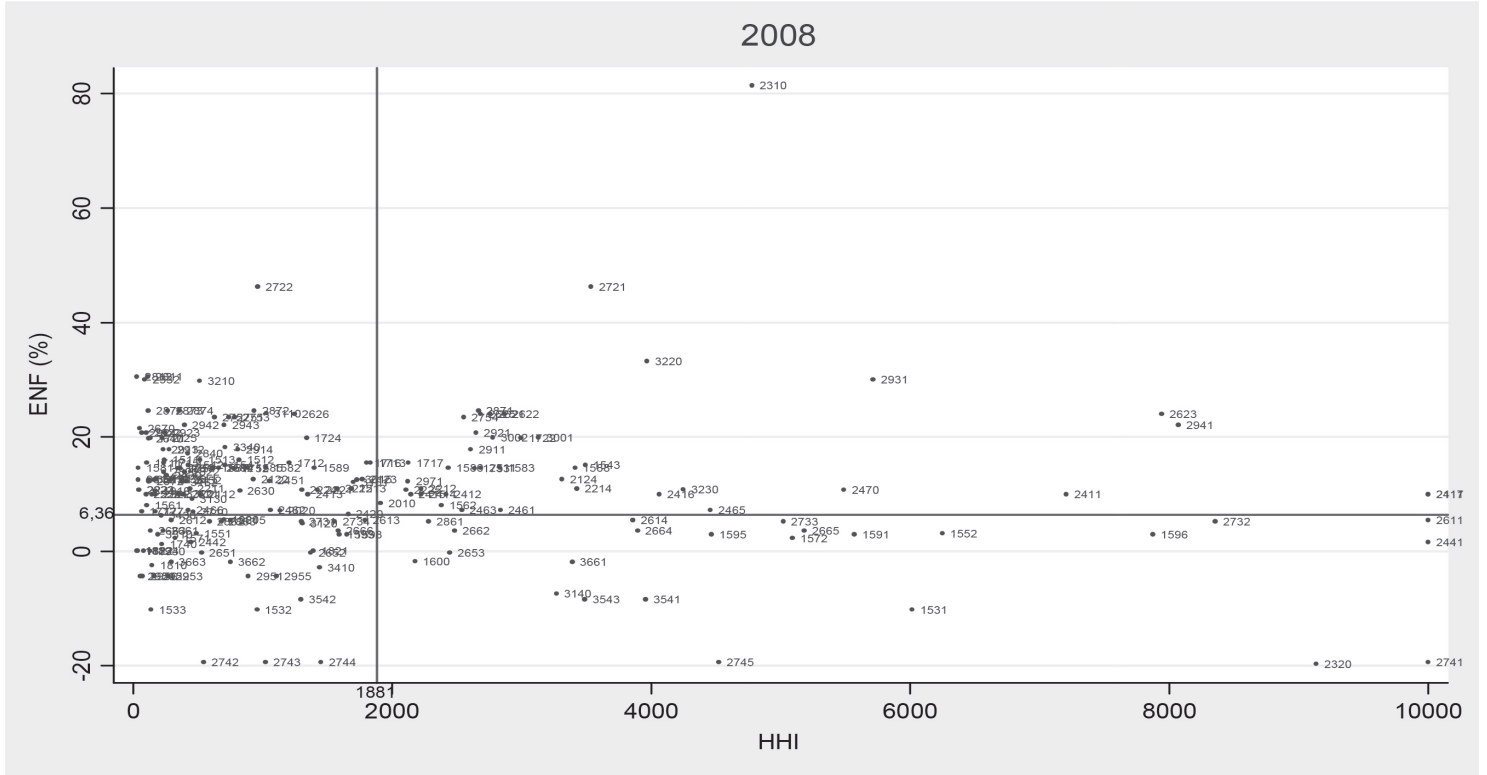
Kaynak: Yazarların hesaplamaları **ENF:** 2006-2007 arası üretici fiyat endeksindeki % artış oranı **FMM:** 2007 yılı kârlılık oranı.

Tablo E.4: 2007 Yılı ENF-FMM Grafiğinin IV. Kadranında Yer Alan Faaliyet Alanları

NACE	Faaliyet Alanı	Enflasyon (%)	FMM
	<i>Eşik Değerler</i>	<i>4,27</i>	<i>0,07</i>
175	Diğer Tekstil Ürünleri	19,03	0,09
193	Ayakkabılar	17,21	0,09
202	Ahşap Plaka, Kontrplak, Yonga Levha, Sunta, Diğer Pano Ve Tahtalar	6,21	0,16
221	Kitaplar, Gazeteler ve Diğer Basılı Ve Kayıtlı Medya	13,1	0,12
222	Basım Hizmetleri ve Baskı ile İlgili Hizmetler	6,54	0,08
241	Ana Kimyasal Maddeler	18,61	0,1
261	Cam ve Cam Ürünleri	6,81	0,15
263	Seramik Karo ve Kaldırım Taşları	11,96	0,14
267	Bina Taşları Ve Bunlarla İlgili Nesnelerin Süslenmesi, Kesilmesi, Şekillendirilmesi ve Tamamlanması	9,43	0,08
286	Çatal-Bıçak Takımı, El Aletleri ve Genel Hırdavat Malzemeleri	10,64	0,08
295	Diğer Özel Amaçlı Makineler	2,75	0,09

Kaynak: Yazarların hesaplamaları

Şekil E.5: 2008 Yılı HHI-ENF İlişkisi



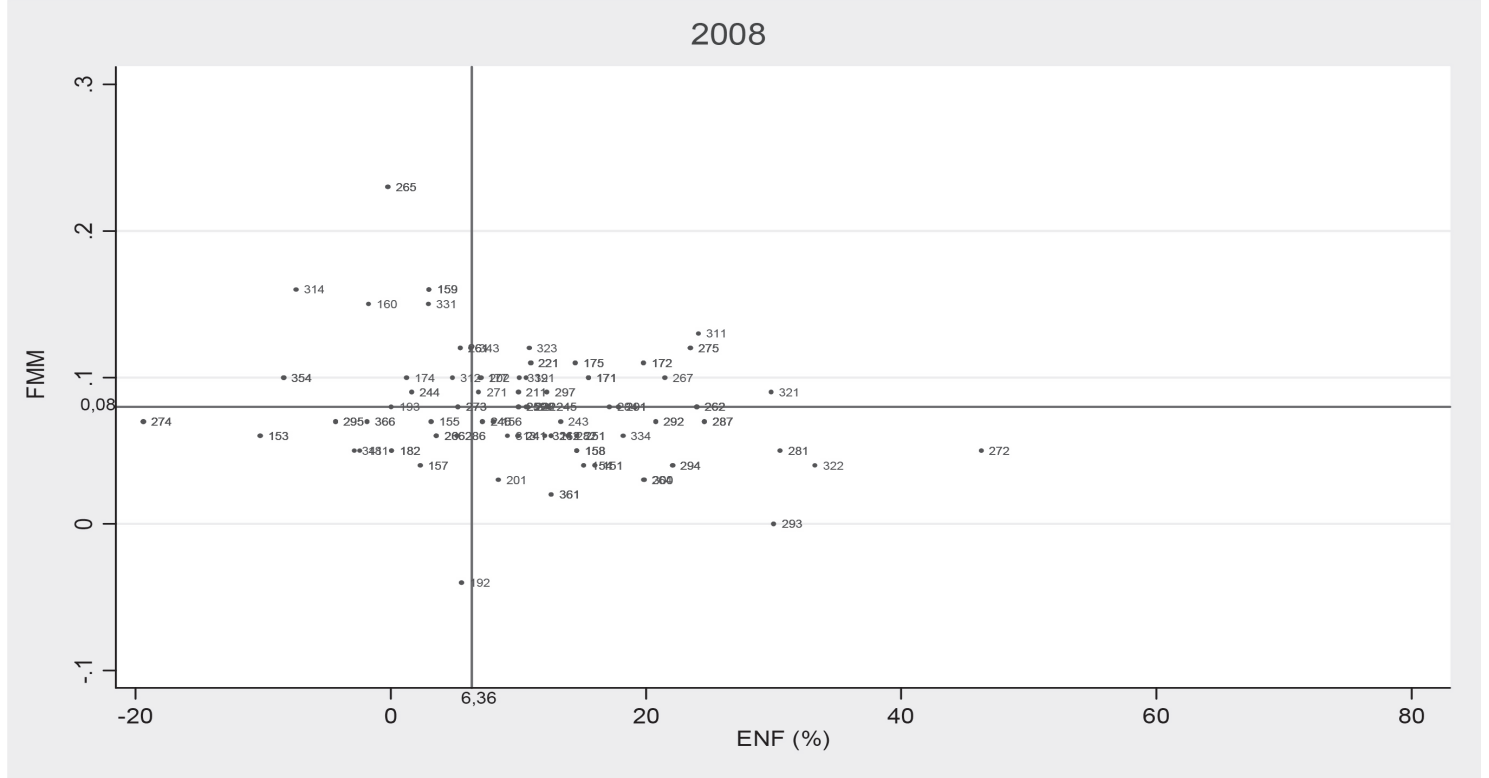
Kaynak: Yazarların hesaplamaları **ENF:** 2007-2008 arası üretici fiyat endeksindeki % artış oranı **HHI:** 2008 yılı HHI seviyesi

Tablo E.5: 2008 Yılı HHI-ENF Grafiğinin IV. Kadranında Yer Alan Faaliyet Alanları

NACE 3 hane	NACE 4 hane	Faaliyet Alanı	Enflasyon (%)	FMM	HHI
		<i>Eşik Değerler</i>	<i>6,36</i>	<i>0,08</i>	<i>1881</i>
154	1543	Margarin ve Benzeri Yenilebilir Katı Yağların İmalatı	15,13	0,04	3491
156	1562	Nişasta ve Nişastalı Ürünlerin İmalatı	8,05	0,07	2378
158	1583	Şeker İmalatı	14,61	0,05	2831
158	1586	Kahve ve Çayın İşlenmesi	14,61	0,05	2431
158	1588	Hazır, Homojenize Gıda Maddeleri ile Diyet Yiyecekleri İmalatı	14,61	0,05	3412
171	1717	Diğer Tekstil Elyaflarının Hazırlanması ve Eğrilmesi	15,51	0,1	2125
172	1722	Yünlü Dokuma	19,83	0,11	2993
175	1753	Giyim Eşyası Hariç, Dokuma Olmayan Kumaş ile Bundan Yapılan Ürünlerin İmalatı	14,48	0,11	2636
201	2010	Ağacın Hızarlanması, Planyalanması ve Emprenye Edilmesi	8,44	0,03	1909
211	2111	Kağıt Hamuru İmalatı	10	0,09	10000
212	2124	Duvar Kağıdı İmalatı	12,6	0,06	3312
221	2212	Gazetelerin Yayımları	10,96	0,11	2224
221	2214	Ses Kayıtlarının Yayımları	10,96	0,11	3426
222	2225	Basımla İlgili Diğer Faaliyetler	10,74	0,08	2106
231	2310	Kok Fırını Ürünleri İmalatı	81,47	-	4777
241	2411	Sanayi Gazları İmalatı	9,98	0,06	7206
241	2412	Boya ve Pigment İmalatı	9,98	0,06	2417
241	2414	Diğer Organik Ana Kimyasal Maddelerin İmalatı	9,98	0,06	2224
241	2415	Kimyasal Gübre ve Azot Bileşiklerinin İmalatı	9,98	0,06	2141
241	2416	Plastik Hammaddelerinin İmalatı	9,98	0,06	4062
241	2417	Sentetik Kauçuk Hammaddelerinin İmalatı	9,98	0,06	10000
246	2461	Patlayıcı Madde İmalatı	7,21	0,07	2835
246	2463	Uçucu Yağların İmalatı	7,21	0,07	2535
246	2465	Kaset, Bant Vb. Kayıt Gereçlerinin İmalatı (Kaydedilmemiş)	7,21	0,07	4457
247	2470	Suni Elyaf İmalatı	10,72	-	5486
251	2511	İç ve Dış Lastik İmalatı	14,6	0,06	2685
262	2621	Seramik Ev ve Süs Eşyası İmalatı	23,98	0,08	2752
262	2622	Seramikten Yapılan Sıhhi Ürünlerin İmalatı	23,98	0,08	2864
262	2623	Seramik Yalıtım Malzemeleri İmalatı	23,98	0,08	7941
262	2625	Diğer Seramik Ürünlerin İmalatı	23,98	0,08	2683
272	2721	Dökme Demirden Boru İmalatı	46,28	0,05	3535
275	2754	Demir Dışındaki Diğer Metallerin Dökümü	23,49	0,12	2551
287	2871	Çelik Varil Ve Benzeri Muhafazaların İmalatı	24,6	0,07	2664
291	2911	İçten Yanmalı Motor Ve Türbin İmalatı; Uçak, Motorlu Taşıt Ve Motosiklet Motorları Hariç	17,85	0,08	2607
292	2921	Sanayi Fırını, Ocak Ve Ocak Ateşleyicilerin İmalatı	20,78	0,07	2646
293	2931	Tarımsal Amaçlı Traktör İmalatı	30,03	0	5710
294	2941	Taşınabilir El İle Kullanılan Makineli Aletlerin İmalatı	22,08	0,04	8070
297	2971	Elektrikli Ev Aletleri İmalatı	12,25	0,09	2122
300	3001	Büro Makineleri İmalatı	19,91	0,03	3128
300	3002	Bilgisayar ve Diğer Bilgi İşleme Makinelerinin İmalatı	19,91	0,03	2777
322	3220	Radio ve Televizyon Vericileri İle Telefon Ve Telgraf Hatları Teçhizatı İmalatı	33,27	0,04	3967
323	3230	Televizyon ve Radio Alıcıları; Ses ve Görüntü Kaydeden veya Çoğaltan Teçhizat ve Bunlarla İlgili Araçların İmalatı	10,85	0,12	4248

Kaynak: Yazarların hesaplamaları

Şekil E.6: 2008 Yılı için ENF-FMM İlişkisi



Kaynak: Yazarların hesaplamaları **ENF:** 2007-2008 arası üretici fiyat endeksindeki % artış oranı **FMM:** 2008 yılı kârlılık oranı

Tablo E.6: 2008 Yılı ENF-FMM Grafiğinin IV. Kadranında Yer Alan Faaliyet Alanları

NACE 3 hane	Faaliyet Alanı	Enflasyon (%)	FMM
	<i>Eşik Değerler</i>	6,36	0,08
171	Tekstil Elyafı ve İpliği	15,02	0,1
172	Tekstil Kumaşları	12,08	0,11
175	Diğer Tekstil Ürünleri	19,03	0,11
177	Örme ya da Tığ İşi Ürünler	23,74	0,1
191	Deri	11,37	0,1
202	Ahşap Plaka; Kontraplak, Yonga Levha, Sunta, Diğer Pano ve Tahtalar	6,21	0,1
211	Kağıt Hamuru, Kağıt ve Mukavva	27,62	0,09
221	Kitaplar, Gazeteler ve Diğer Basılı ve Kayıtlı Medya	13,1	0,11
222	Basım Hizmetleri ve Baskı ile İlgili Hizmetler	6,54	0,08
245	Gliserin; Sabun ve Deterjan; Temizlik ve Cilalama Maddeleri; Parfümler Tuvalet Malzemeleri	-5,54	0,08
252	Plastik Ürünler	13,24	0,08
262	İnşaat Amaçlı Olanlardan Başka Ateşe Dayanıklı Olmayan Seramik Ürünler; Ateşe Dayanıklı Seramik Ürünler	11,69	0,08
263	Seramik Karo ve Kaldırım Taşları	11,96	0,08
267	Bina Taşları ve Bunlarla İlgili Nesnelerin Süslenmesi, Kesilmesi, Şekillendirilmesi ve Tamamlanması	9,43	0,1
271	Esas Demir, Çelik ve Demir Alaşımları	28,54	0,09
275	Metal Döküm Hizmetleri	15,78	0,12
284	Metallerin Dövülmesi, Preslenmesi, Baskılanması Ve Yuvarlanması, Toz Metalurjisi	10,5	0,08
291	Uçak, Motorlu Taşıt ve Motosiklet Motorları Hariç Olmak Üzere Mekanik Güç Kullanımı ve Üretimi için Makineler	8,76	0,08
297	Ev Aletleri B.Y.S.	18,84	0,09
311	Elektrikli Motorlar, Jeneratörler ve Transformatörler	19,26	0,13
321	Elektronik Valf Ve Elektron Tüpleri ile Diğer Elektronik Parçalar	3,32	0,09
323	Televizyon ve Radyo Alıcıları, Ses ve Görüntü Kaydeden veya Üreten Teçhizat Ve Bunlarla İlgili Araçlar	-0,27	0,12
332	Ölçme, Kontrol, Test, Seyrüsefer ve Diğer Amaçlı Alet ve Cihazlar	17,74	0,1

Kaynak: Yazarların hesaplamaları.

SECONDARY-LINE PRICE DISCRIMINATION UNDER EUROPEAN COMPETITION LAW – AN ASSESSMENT FROM AN EFFECTS-BASED PERSPECTIVE

*AB REKABET HUKUKUNDA İKİNCİL SEVİYE FİYAT AYRIMCILIĞI –
ETKİ TEMELLİ PERSPEKTİFTEN DEĞERLENDİRME*

Çiğdem TUNÇEL*

Abstract

Article 102(c) of the TFEU prohibits “applying dissimilar conditions to equivalent transactions with other trading parties, thereby placing them at a competitive disadvantage”. There is a broad consensus among scholars that this provision is merely directed at secondary-line discrimination, namely discrimination imposed by a non-vertically integrated dominant undertaking on its customers with whom it does not compete with.

Secondary-line discrimination is a common business practice which generally has an efficiency rationale and in most instances welfare improving. Thus, it is widely argued that it should be assessed cautiously.

However, the case law of the European Commission and the European Courts does not provide a clear and consistent framework for assessment of secondary-line discrimination. Besides, it is an omitted field of law in the modernisation process of Article 102 enforcement, i.e. the Guidance Paper, which is aimed at introducing a more effects-based approach to Article 102 enforcement and providing clarity and predictability, does not address discrimination.

Because of these reasons, the assessment of secondary-line discrimination still stays as an ambiguous area in the Article 102 enforcement. As the intention of the European Commission to adopt an effects-based approach in all areas of competition law is clear, it is thought that secondary-line discrimination cannot be abstracted from such an approach. Therefore, in this study, it is aimed at proposing an analytical framework for the assessment of secondary-line discrimination from an effects-based perspective.

Keywords: *Secondary-line, Price Discrimination, Competitive Disadvantage, Effects-based Approach, Guidance Paper*

* Rekabet Kurumu, Rekabet Uzmanı. Bu çalışmanın hazırlanmasındaki katkılarından ve yardımlarından dolayı Leeds Üniversitesi Öğretim Üyesi Dr. Pınar AKMAN'a; çalışmanın hazırlanması sürecindeki desteğinden ötürü Rekabet Kurumu II. Denetim ve Uygulama Dairesi Başkanı Ali DEMİRÖZ'e teşekkürlerimi sunarım.

Öz

Avrupa Birliği'nin İşleyişine Dair Anlaşma'nın (ABİDA) 102(c) maddesi, hâkim durumda bulunan teşebbüslerin, ticaret ortaklarıyla yaptığı eşit işlemlere farklı koşullar uygulayarak onları rekabetçi açıdan dezavantajlı konuma düşürmesini yasaklamaktadır. Bu alanda çalışan akademisyenler arasında ABİDA'nın anılan maddesinin sadece ikincil seviye ayrımcılığı yasakladığı yönünde geniş bir görüş birliği bulunmaktadır.

İkincil seviye ayrımcılık, dikey bütünleşik olmayan teşebbüslerin rekabet içerisinde olmadığı müşterilerine yönelik olarak yaptığı ayrımcılık olup, genelde etkinlik sağlayan ve refahı artıran yaygın bir ticari uygulama olarak görülmektedir. Bu nedenle literatürde, bu tür ayrımcılık uygulamalarının her olayın kendine özgü koşulları çerçevesinde değerlendirilmesi gerektiği ve ABİDA'nın 102(c) maddesinin sınırlı olarak uygulanması gerektiği savunulmaktadır.

Literatürdeki bu yaklaşıma karşın, Avrupa Komisyonunun ve Avrupa Mahkemelerinin ikincil seviye ayrımcılık uygulamalarının değerlendirilmesi konusunda net ve tutarlı bir çerçeve çizmiş olduğunu söylemek güçtür. Bunun yanı sıra, amacı 102. madde uygulamasına etki temelli bir yaklaşım getirmek ve açıklık ile öngörülebilirliği sağlamak olan Avrupa Komisyonunun dışlayıcı davranışlara yönelik uygulama önceliklerine ilişkin Kılavuz'da (Kılavuz) da ayrımcılık konusu ele alınmamıştır.

Bu nedenle, ikincil seviye ayrımcılığın ne şekilde değerlendirileceği hususu 102. madde uygulamasında belirsiz bir alan olarak durmaktadır. Çalışmada, bu belirsizlikten yola çıkılarak ve ikincil seviye ayrımcılık uygulamalarının Avrupa Birliği rekabet hukukunun diğer alanlarında uygulanmakta olan etki temelli yaklaşımdan ayrı tutulamayacağı düşüncesinden hareketle ikincil seviye fiyat ayrımcılığının etki temelli yaklaşım çerçevesinde değerlendirilmesine yönelik bir analitik çerçeve sunulması amaçlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: İkincil Seviye, Fiyat Ayrımcılığı, Rekabetçi Dezavantaj, Etki Temelli Yaklaşım, Kılavuz

INTRODUCTION

Article 102(c) Treaty on the Functioning of the European Union (TFEU) prohibits “*applying dissimilar conditions to equivalent transactions with other trading parties, thereby placing them at a competitive disadvantage*”. There is a broad consensus among scholars that this provision is merely directed at discrimination imposed by a non-vertically integrated dominant undertaking on its customers with whom it does not compete with, so-called secondary-line discrimination.

Secondary-line discrimination is a common business practice which generally has an efficiency rationale and in most instances welfare improving. Thus, it is widely argued in the literature that secondary-line discrimination should be

assessed on a case-by-case basis and the enforcement of Article 102(c) should be limited to certain circumstances.

However, the decisional practice of the European Commission (the Commission) and the case law of the European Courts (the General Court and the Court of Justice of the European Union) have not provided a clear and consistent framework for the assessment of secondary-line discrimination. Besides, the Commission's Guidance on the enforcement priorities in applying Article 102 TFEU to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings, which has aimed at contributing to the process of introducing a more effects-based approach to Article 102 enforcement and providing clarity and predictability, has not addressed discrimination.

Because of these reasons, the assessment of secondary-line discrimination still stays as an ambiguous area in Article 102 enforcement. In our opinion, it cannot be abstracted from the effects-based approach that has been applied in all other areas of European Union (EU) competition law. Therefore, the main aim of this study is to propose an analytical framework for the assessment of secondary-line discrimination from an effects-based perspective.

An assessment from an effects-based perspective mainly relies on the welfare effects of discrimination. Thus, the first section of the study will provide a brief overview of the economics of price discrimination in order to explain its welfare effects and elaborate on the underlying reasons behind a need for a case-by-case assessment.

Second section of the study will focus on secondary-line price discrimination in EU competition law enforcement. Firstly, it is aimed at clarifying the position of secondary-line discrimination in Article 102 enforcement. Then, an overview of the decisional practice and the case law on secondary-line price discrimination will be presented.

In the third section, after providing a general framework of the effects-based approach, the decisional practice and the case law to date will be analyzed from an effects-based view. Finally, an analytical framework from an effects-based perspective for the assessment of secondary-line discrimination will be proposed.

1. ECONOMICS OF PRICE DISCRIMINATION

Discrimination is a practice that is prohibited under EU competition law mainly on the grounds of fairness. However, in recent years with the aim of adopting an economic effects-based approach to EU competition law, economists suggested assessing discriminatory practices less in terms of fairness and more in terms of welfare.¹ Some scholars, who share this view, emphasized that a *per se* ban on discrimination was over restrictive and the practice required a case-by-case analysis.²

¹ Economic Advisory Group on Competition Policy (EAGCP) (2005), "An Economic Approach to Article 82",

http://ec.europa.eu/dgs/competition/economist/eagcp_july_21_05.pdf, Date Accessed: 15.07.2013, p. 32.

² GERADIN, D. and N. PETIT (2006), "Price Discrimination under EC Competition Law: Another

The main aim of this section is to provide a brief overview of the economics of discrimination, in particular price discrimination, and explain the underlying reasons behind a need for a case-by-case approach.

1.1. The Concept of Price Discrimination

Basically, discrimination can be defined as the practice of firms treating their similarly-placed customers differently.³ Customers against whom discrimination is applied may be final consumers or intermediate suppliers.⁴ The term includes both price discrimination and discrimination on non-price terms.⁵ Since the analysis of non-price discrimination is similar to the analysis of price discrimination⁶ and price discrimination is the most obvious⁷ and ubiquitous⁸ form of discrimination, this study will focus on price discrimination.

It is generally accepted by economists that providing a simple and satisfactory definition of price discrimination is impossible.⁹ However, ‘the sale (or purchase) of different units of a good or service at price differentials not directly corresponding to differences in supply cost’¹⁰ is seen as a useful starting point to draw a framework for the concept of price discrimination. Such a definition implies that charging different prices for different units to the same customer and/or to different customers constitutes price discrimination.¹¹ Moreover, price discrimination covers the sale/purchase of different units of a good or service at the same price despite different supply costs.¹² In economics, supply costs are generally considered as marginal costs of supply.¹³ Thus, two sales are assessed

Antitrust Doctrine in Search of Limiting Principles?”, *JCLE*, No:2(3), p.479.

³ O’DONOGHUE, R. and A. J. PADILLA (2006), *The Law and Economics of Article 82 EC*, Hart Publishing, p. 556.

⁴ O’Donoghue and Padilla 2006, p. 558.

⁵ OFT (2004), “Draft Guidelines on Assessment of Conduct”, http://www.of.gov.uk/shared_of/business_leaflets/competition_law/of414a.pdf, Date Accessed: 22.06.2013, para. 3.9.

⁶ OFT 2004, para. 3.10.

⁷ AKMAN, P. (2012), *The Concept of Abuse in EU Competition Law*, Hart Publishing, p. 235.

⁸ O’Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, p. 558.

⁹ SCHERER, F. M. and D. ROSS (1990), *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Third Edition, Houghton Mifflin, p. 489; TIROLE, J. (1998), *The Theory of Industrial Organization*, Tenth Edition, The MIT Press, p. 133.

¹⁰ Scherer and Ross 1990, fn. 9, p. 489.

¹¹ GEHRIG, T.P. and R. STENBACKA (2005), “Price Discrimination, Competition and Antitrust”, Swedish Competition Authority (ed.), in *The Pros and Cons of Price Discrimination*, p. 131.

¹² PEEPERKORN, L. (2009), “Price Discrimination and Exploitation”, B.E. Hawk (ed.), in *International Antitrust Law & Policy*, Juris Publishing, p. 617; JONES, A. and B. SUFRIN (2011), *EU Competition Law*, Fourth Edition, Oxford University Press, p. 386.

¹³ BISHOP, S. and M. WALKER (2010), *The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement*, Third Edition, Sweet & Maxwell, p. 251.

as discriminatory when they have different ratios of price to marginal costs and thereby provide different rates of return to the discriminating firm.¹⁴

Price discrimination may occur both in monopolistic markets and relatively competitive markets.¹⁵ Price discrimination in competitive markets is termed as sporadic. This is because in such markets sales would be made at marginal cost and a buyer asked to pay a price above marginal cost would simply buy from another seller who offered a competitive price.¹⁶ However, in the existence of a certain degree of market power it will be difficult or impossible for buyers to change suppliers. Thus, a seller with market power can systematically segment customers and maintain a policy of obtaining different rates of return from them. This is called persistent price discrimination.¹⁷ Since Article 102 TFEU is concerned with discriminatory practices of dominant undertakings that have a certain degree of market power, hereafter the focus of the study will be persistent price discrimination and it will be referred as “price discrimination”.

1.2. Conditions of Price Discrimination

In literature it is generally accepted that three conditions should be met for a firm to profitably price discriminate. Firstly, to persistently price discriminate, the firm must have a certain degree of market power.¹⁸ Secondly, the firm must be able to sort its customers according to their demand-related characteristics such as elasticity of demand or reservation price.¹⁹ Thirdly, arbitrage must be infeasible or must be prevented by the discriminating firm via contractual clauses.²⁰ This is because arbitrage enables favored purchasers to profit by reselling the product to disfavored purchasers and thereby frustrating the price discrimination scheme.²¹

1.3. Types of Price Discrimination

Depending on the way in which the seller segmented customers, three types of price discrimination are identified in the relevant literature. Such an identification is seen important for analysing the effects of price discrimination on welfare.²²

¹⁴ HOVENKAMP, H. (1999), *Federal Antitrust Policy The Law of Competition and Its Practice*, Second Edition, West Group, p. 565.

¹⁵ O'Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, p. 558.

¹⁶ SULLIVAN, E. T. and H. HOVENKAMP (1999), *Antitrust Law, Policy and Procedure*, Fourth Edition, Lexis Law Publishing, p. 920.

¹⁷ Hovenkamp 1999, fn. 14, p. 566; Jones and Sufrin 2011, fn. 12, p. 387.

¹⁸ Since firms in competitive markets can implement non-persistent price discrimination, existence of market power is not considered as a condition for price discrimination in some studies. See KLEIN, B. (2008), “Price Discrimination and Market Power”, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1657202, Date Accessed: 20.07.2013.

¹⁹ Scherer and Ross 1990, fn. 9, p. 489.

²⁰ GIFFORD D. J. and R. T. KUDRLE (2010), “The Law and Economics of Price Discrimination in Modern Economies: Time for Reconciliation?”, *U.C. Davis L. Rev.*, No:43(4), p. 1243.

²¹ Sullivan and Hovenkamp 1999, fn. 16, p. 920.

²² Peeperkorn 2009, fn. 12, p. 617.

Under first-degree price discrimination, known as perfect price discrimination,²³ the seller exactly knows each customer's willingness to pay and charges each customer the maximum possible price that covers its cost of supply.²⁴ In this situation, the output level would be at the same level as under perfect competition and the entire consumer surplus under perfect competition is transferred to supplier as profits. Thus, perfect price discrimination is generally seen to be as efficient as perfect competition²⁵.

However, due to incomplete information about individual preferences, perfect price discrimination is extremely rare in practice²⁶ and just seen as a theoretical benchmark.²⁷ Instead, in the case of incomplete information sellers can practise imperfect price discrimination.²⁸

Under second-degree price discrimination, the implicit way of price discrimination,²⁹ the seller offers different options to all customers and induces different customers to self-select one particular offer according to their willingness to pay.³⁰ Most common forms of second-degree price discrimination are volume discounts and two-part tariffs.³¹

Under third-degree price discrimination, the explicit way of price discrimination,³² the seller charges different prices to different groups of customers distinguished according to some "observable and enforceable" criterion that reflects their willingness to pay such as age, sex, location.³³ The price charged to each group of customers depends on the separate demand curve of each group³⁴ and consumers with high elasticity of demand are charged lower prices than those with low elasticity of demand.³⁵

1.4. Rationale Behind Price Discrimination

Before analysing the welfare effects of price discrimination it is important to explain why firms engage in price discrimination. Since we are concerned with

²³ Jones and Sufrin 2011, fn. 12, p. 387.

²⁴ ARMSTRONG, M. (2006), "Price Discrimination", <http://else.econ.ucl.ac.uk/papers/uploaded/222.pdf>, Date Accessed: 25.7.2013, p. 7.

²⁵ Hovenkamp 1999, fn. 14, p. 568.

²⁶ Tirole 1998, fn. 9, p. 135; Bishop and Walker 2010, fn. 13, 251.

²⁷ Armstrong 2006, fn 24, p. 3.

²⁸ Tirole 1998, fn. 9, p. 135.

²⁹ Gehrig and Stenbacka 2005, fn. 11, p. 131.

³⁰ MOTTA, M. (2004), *Competition Policy Theory and Practice*, Cambridge University Press, p. 492; Bishop and Walker 2010, fn. 13, p. 251.

³¹ Bishop and Walker 2010, fn. 13, p. 251.

³² Gehrig and Stenbacka 2005, fn. 11, p. 131.

³³ O'Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, p. 558.

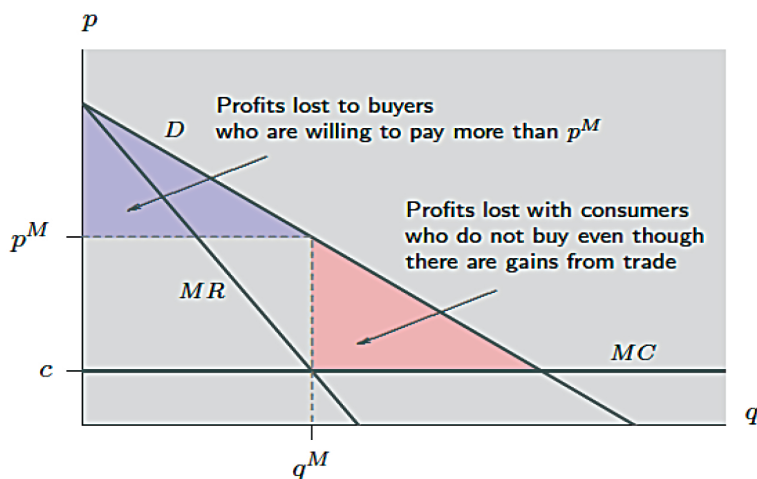
³⁴ Peeperkorn 2009, fn. 12, p. 620.

³⁵ Geradin and Petit 2006, fn. 2, p. 483.

price discrimination applied by firms which have a certain degree of market power, explaining pricing behaviour of a monopolist will be useful to give an insight.

The figure below demonstrates the optimal pricing behaviour of a monopolist selling its single product at a uniform price.

Figure 1-Lost Revenue Under Uniform Pricing³⁶



As it is known, optimum output level (q^m) of a monopoly is determined by the intersection of the marginal revenue (MR) curve with marginal cost (MC) curve, and the optimal price (p^m) is given by the demand curve (D) and the optimum output level (q^m). The output-price combination ($q^m - p^m$) is the profit maximizing point of a uniform pricing monopolist and it enables the monopolist to make a profit, without considering fixed costs, given by $(p^m - c)q^m$.³⁷

Nevertheless, in this situation the seller is “leaving money on the table” because of two reasons. Firstly, there are consumers, demonstrated with the blue triangle in the above figure, who pay p^m but would be willing to pay more than that. Secondly, there are consumers, depicted by the pink triangle in the figure, who would be willing to pay more than cost c but do not buy at all because their valuation is lower than p^m .³⁸

However, it is clear that the ideal case for the monopolist would be to be able to sell every unit to every customer at the maximum price that customer is willing

³⁶ Armstrong 2006, fn. 24, p. 2.

³⁷ Armstrong 2006, fn. 24, p. 1.

³⁸ Armstrong 2006, fn. 24, p. 1.

to pay for that unit and extract the entire consumer surplus as profits.³⁹ Thus, price discrimination is a way of achieving this ideal to some extent by enabling the seller to capture more consumer surplus than he would if he charged a uniform price.⁴⁰

Besides, in industries that encounter the problem of fixed cost recovery such as new economy or information based industries, since any positive price above marginal cost of production contributes to the fixed costs, price discrimination is a way of remuneration of firms' fixed costs.⁴¹

1.5. Welfare Effects of Price Discrimination

In economic literature there are many studies analysing welfare effects of price discrimination.⁴² One can infer from these studies that the welfare effects of price discrimination are ambiguous and directly related to the structure of the market, demand curvature and elasticity of demand.⁴³ Besides, welfare effects also depend on the type of the price discrimination implemented⁴⁴ and whether the discrimination is applied to final customers or intermediate customers.⁴⁵

Below, the welfare effects of price discrimination will be explained in final markets and intermediate markets respectively. However, it is important to underline that the aim of this study is merely to provide an insight into the ambiguity of welfare effects of price discrimination, not to go into the details of the abundant economic literature in this area.

1.5.1. Price Discrimination in Final Markets

Short-term (static) welfare effects of price discrimination consist of the misallocation effect and the output effect. Since consumers are charged different

³⁹ Hovenkamp 1999, fn. 14, p. 567.

⁴⁰ Tirole 1998, fn. 9, p. 133.

⁴¹ RIDYARD, D. (2002), "Exclusionary Pricing and Price Discrimination Abuses under Article 82-an Economic Analysis", *ECLR*, No:23(6), p. 287; BISHOP, S. (2005), "Delivering Benefits to Consumers or per se Illegal?: Assessing the Competitive Effects of Loyalty Rebates", Swedish Competition Authority (ed.), in *The Pros and Cons of Price Discrimination*, p. 66.

⁴² Economic studies generally analyse effects of price discrimination on total welfare that consist of consumer surplus and producer surplus. In such an approach producer surplus can be thought as a measure of long term consumer surplus, since it induces firms to invest and innovate in the long run (Klein 2008, fn. 18, fn. 21). However, it should be stressed that assessment of the welfare effects depends on the type of welfare standard actually pursued. EU competition law has adopted the consumer welfare standard.

⁴³ LANGENFELD, J., L. WENQING and G. SCHINK (2003), "Economic Literature on Price Discrimination and Its Application to the Uniform Pricing of Gasoline", *Int J Econ Bus*, No:10(2), p. 180.

⁴⁴ NAZZINI, R. (2011), *The Foundations of European Union Competition Law*, Oxford University Press, p. 81.

⁴⁵ PERROT, A. (2005), "Towards an Effects-Based Approach of Price Discrimination", Swedish Competition Authority (ed.), in *The Pros and Cons of Price Discrimination*, p. 161.

prices in different markets, price discrimination causes an inefficient distribution of output. However, in some cases this allocative inefficiency may be weighted by an increase in output.⁴⁶ Thus, economic studies of price discrimination in final markets generally concentrate on output effects of price discrimination.⁴⁷

About the output effects of discrimination there is consensus among economists that price discrimination unambiguously reduces welfare only when it does not increase total output,⁴⁸ because in such a situation price discrimination merely transfers consumer surplus to the firm without rising output level.⁴⁹ However, in all other cases the direction of welfare change is indeterminate.⁵⁰

As mentioned above, welfare effects of price discrimination are related to the type of discrimination implemented. Merely perfect price discrimination is allocatively efficient and maintains output at the perfectly competitive level.⁵¹ However, it transfers the entire consumer surplus to the firm as profits.

The self-selecting mechanism inherent in second degree price discrimination is considered to be likely to cause welfare losses for low type consumers (small, less informed etc), whereas it may be efficiency-improving by increasing output level for high consumption consumers.⁵²

In third-degree price discrimination, consumers in low-elasticity markets will pay higher and suffer from welfare losses, whereas consumers in high-elasticity markets will pay lower prices. Discrimination may also enable the firm to serve an entirely new group of customers.⁵³

Thus, it is clear that the welfare effects of imperfect price discrimination are indeterminate, unless it allows a firm to supply a group of consumers that would not be supplied in the absence of price discrimination.⁵⁴

⁴⁶ AGUIRRE, I., S. COWAN and J. VICKERS (2010), "Monopoly Price Discrimination and Demand Curvature", *Am Econ Rev*, No:100(4), p. 1601.

⁴⁷ SCHAMALANSEE, R. (1981), "Output and Welfare Implications of Monopolistic Third-Degree Price Discrimination", *Am Econ Rev*, No:71(1), p. 242; VARIAN, H. R. (1985), "Price Discrimination and Social Welfare", *Am Econ Rev*, No: 75(4), p. 870; SCHWARTZ, M. (1990), "Third Degree Price Discrimination and Output: Generalizing a Welfare Result", *Am Econ Rev*, No:80(5), p. 1259; NAHATA, B., K. OSTASZEWSKI and P. K. SAHOO (1990), "Direction of Price Changes in Third-Degree Price Discrimination", *Am Econ Rev*, No:80(5), p. 1254. For a brief summary of these studies see Langenfeld et al. (2003), fn. 43, p. 182-183.

⁴⁸ Motta 2004, fn. 30, p. 496.

⁴⁹ Perrot 2005, fn. 45, p. 171.

⁵⁰ Motta 2004, fn. 30, p. 496.

⁵¹ Hovenkamp 1999, fn. 14, p. 569.

⁵² GERARD, D. (2005), "Price Discrimination under Article 82(2)(C) EC: Clearing up the Ambiguities", GCLC Research Paper, <http://ssrn.com/abstract=1113354>, Date Accessed: 10.7.2013, p. 6.

⁵³ Gerard 2005, fn. 52, p.7.

⁵⁴ Geradin and Petit 2006, fn. 2, p. 484.

Besides the short-term welfare effects of price discrimination it is necessary to evaluate its long-term (dynamic) effects on welfare.⁵⁵ In addition to being an efficient way of recovering fixed costs, price discrimination enables firms to make higher profits which are considered as a reward of investments.⁵⁶ Such a reward mechanism may improve long-term welfare by modifying firm's incentives to invest and innovate.⁵⁷

1.5.2. Price Discrimination in Intermediate Markets

It is argued that the economic analysis of price discrimination in intermediate markets differs to a great extent from the analysis of price discrimination against final customers.⁵⁸ One of the reasons for the difference is the interdependent behaviour of intermediate buyers. Since they compete on a final market, their demand depends not only on the price this particular firm faces, but also on the prices charged to others.⁵⁹ Another reason is that their strategic behaviour plays a role in the analysis.⁶⁰ Finally, the analysis cannot be limited to the effect on seller and buyer surplus on the intermediate markets. The implications for the downstream markets are also relevant to the assessment.⁶¹

There are also several studies⁶² that examine the welfare and competitive effects of price discrimination on intermediate markets. By relying on these studies, Nazzini suggests that the welfare effects of price discrimination on intermediate markets are directly related to three factors: the first one is the effect of price discrimination on the productive and dynamic efficiency of the intermediate firms. The second factor is whether the output is higher or lower in the absence of price discrimination. The last factor is the impact of a prohibition of price discrimination on the dynamic efficiency of the discriminating firm both *ex ante* and *ex post*.⁶³ Thus, one can conclude that both short-term and long-term welfare effects of price discrimination on intermediate markets are directly related to several factors and cannot be predicted *a priori*.

⁵⁵ EACGP 2005, fn. 1, p. 33.

⁵⁶ Nazzini 2011, fn. 44, p. 86.

⁵⁷ Motta 2004, fn. 30, p. 496.

⁵⁸ Nazzini 2011, fn. 44, p. 87.

⁵⁹ Perrot 2005, fn. 45, p. 168.

⁶⁰ Perrot 2005, fn. 45, p. 168.

⁶¹ Nazzini 2011, fn. 44, p. 83.

⁶² KATZ, M. (1987), "The Welfare Effects of Third-Degree Price Discrimination in Intermediate Good Market", *Am Econ Rev*, No:77(1), p. 154; DeGRABA, P. (1990), "Input Market Price Discrimination and the Choice of Technology", *Am Econ Rev*, No:80(5), p.1246; P³BRIEN, D. P. and G. SCHAFFER (1994), "The Welfare Effects of Forbidding Discriminatory Discounts: A Secondary Line Analysis of Robinson-Patman", *J Law Econ*, No: 10(2), p. 296; YOSHIDA, Y. (2000), "Third-Degree Price Discrimination in Input Markets: Output and Welfare", *Am Econ Rev*, No: 90(1), p. 240. For a brief summary of these studies see Langenfeld et al. 2003, fn. 43, p. 184-185.

⁶³ Nazzini 2011, fn. 44, p. 92.

1.6. Consequences of Banning Discrimination

As summarized above, economic studies show that price discrimination is likely to be welfare enhancing where it increases output in comparison with uniform prices. This implies that banning price discrimination may be detrimental to consumers if total output decreases.⁶⁴ Output reductions may occur in two situations: Firstly, forcing uniform pricing may lead to raising of prices above the reservation price of some consumers who therefore stop purchasing the good.⁶⁵ Secondly, uniform pricing may induce exit of firms from markets serving consumers with low reservation prices in order to serve those consumers who have higher reservation prices.⁶⁶

Since price discrimination is seen as an efficient way of fixed cost recovery, forcing firms to adopt uniform pricing may discourage firms from investing and innovating, and thereby in the long run may be detrimental for consumers.⁶⁷

Banning price discrimination on intermediate markets may also cause detrimental effects for consumers. On intermediate markets, negotiations with suppliers are considered as the key component of competition because of the fact that they lead to decreases in the profits of the suppliers and also bring down the prices for final consumers.⁶⁸ Thus, a ban on price discrimination will cause the supplier to reject requests for lower prices and allow it to exploit its market power.⁶⁹

To conclude, it is obvious that there are instances in which it is uniform pricing as opposed to discriminatory pricing that will have negative effects on welfare that cannot be determined *a priori*. This implies that a *per se* prohibition of price discrimination either on final markets or intermediate markets may be detrimental for consumers. Thus, the assessment of price discrimination requires a case-by-case approach that relies on the economic effects of it.

2. EU CASE LAW ON SECONDARY-LINE PRICE DISCRIMINATION

Discrimination is considered as an abuse under EU competition law. Although a clear definition of discrimination has not been provided, Article 102(c) prohibits dominant undertakings from “applying dissimilar conditions to equivalent

⁶⁴ Bishop 2005, fn. 41, p. 66.

⁶⁵ Bishop 2005, fn. 41, p. 66.

⁶⁶ Perrot 2005, fn. 45, p. 162; Armstrong 2006, fn. 24, p. 9.

⁶⁷ Ridyard 2002, fn. 41, p. 287.

⁶⁸ FLETCHER, A. (2005), “The Reform of Article 82: Recommendations on Key Policy Objectives”, Competition Law Forum, Brussels, 15 March 2005, http://www.ofc.gov.uk/shared_ofc/speeches/spe0205.pdf, Date Accessed: 28.6.2013, p. 2.

⁶⁹ EACGP 2005, fn. 1, p. 33.

transactions with other trading parties, thereby placing them at a competitive disadvantage”. In line with the economic definition of discrimination, the Court of Justice of the European Union (CoJ) has broadened this prohibition to the application of similar conditions to unequal transactions.⁷⁰ However, in the literature, it is argued that the exact scope of the Article 102(c) is not clear and that EU competition law enforcement does not provide a systematic analytical framework for assessing discriminatory practices.⁷¹

The main aim of this section is to shed light on the scope of Article 102(c) by considering the relevant literature and to present an overview of the case law on secondary-line price discrimination. In order to do this, firstly the notion of secondary-line price discrimination and its position in EU competition law enforcement will be discussed. Then, the decisional practice and the case law on secondary-line price discrimination will be analyzed.

2.1. Secondary-line Price Discrimination Under EU Competition Law

Price discrimination may take the form of different abusive practices that have different objectives and effects.⁷² Under EU competition law, with regard to its objectives and effects, unilateral price discrimination is generally classified as:

- exploitative price discrimination *vis-a-vis* final consumers that reduces consumer welfare by extracting consumer surplus without any exclusionary effect,
- price discrimination that segments markets against the internal market objective,
- exclusionary price discrimination that may either affect the rivals of the dominant firm or the downstream customers or the upstream suppliers of the dominant firm.⁷³

Exclusionary price discrimination includes practices of the dominant firm that cause exclusion of its rivals, so-called primary-line discrimination, and

⁷⁰ O’Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, p. 567 (citing Case 13/63 *Italy v Commission* [1963] ECR 165, para. 6).

⁷¹ Geradin and Petit 2006, fn. 2, p. 480.

⁷² Geradin and Petit 2006, fn. 2, p. 489.

⁷³ PAPANDEPOULOS, P. (2007), “How Should Price Discrimination be Dealt with by Competition Authorities?”, *Concurrences*, No:3, p. 34. Since price discrimination *vis-a-vis* downstream customers is a more common practice, hereinafter, such kind of discrimination will be examined. However, all explanations and comments made in the context of this study with regard to discrimination between downstream customers may also adapted to the discrimination between upstream suppliers.

the practices that distort competition between the customers of it, so-called secondary-line discrimination. Primary-line discrimination arises when the discriminating undertaking sets its prices lower in certain markets in order to inflict competitive harm on its competitors.⁷⁴ Secondary-line discrimination occurs when an upstream undertaking sells its products or provides services at different prices to downstream undertakings that compete with one another, and putting the downstream undertaking who received the higher price in a position of competitive disadvantage.⁷⁵

With regard to secondary-line discrimination, it is argued that an important distinction exists depending on whether the dominant firm is vertically integrated.⁷⁶ The distinction arises from the fact that price discrimination by a vertically integrated undertaking involves a strategy of leveraging aimed at excluding the rivals of the dominant undertaking's downstream operations.⁷⁷

Since both primary-line discrimination and the discriminatory practices of vertically integrated undertakings aim at exclusion of dominant undertaking's rivals, it is argued in the literature that they raise different legal and economic issues from discriminatory practices of non-vertically integrated undertakings.⁷⁸ Thus, in the literature it is generally suggested that, Article 102(c) should only be applied to the circumstances in which a non-vertically integrated dominant firm price discriminates against its customers.⁷⁹

2.2. Case Law on Secondary-Line Price Discrimination

In contrast with the consensus among scholars, the Commission and the Courts applied Article 102(c), also, to cases involving the segmentation of the internal market and to cases dealing with exclusion of the rivals of the

⁷⁴ BEARD T. R., D. L. KASERMAN and M. L. STERN (2008), "Price Discrimination and Secondary-Line Competitive Injury: The Law versus the Economics", *The Antitrust Bulletin*, No:53(1), p. 76.

⁷⁵ BULMASH, H. (2012), "An Empirical Analysis of Secondary Line Price Discrimination Motivations", *JCLE*, No: 8(2), p. 365.

⁷⁶ Papandropoulos 2007, fn. 73, p. 34.

⁷⁷ Geradin and Petit 2006, fn. 2, p. 517.

⁷⁸ O'Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, fn. 107, p. 205; Nazzini 2011, fn. 44, fn 126. In the context of this study, the term "secondary-line price discrimination" will be used merely to refer to discrimination implemented by non-vertically integrated dominant undertakings.

⁷⁹ LANG, J. T. and R. O'DONOGHUE (2002), "Defining Legitimate Competition: How to Clarify Pricing Abuses Under Article 82 EC", *Fordham Int'l LJ*, No:26(1), p. 86; Gerard 2005, fn. 52, p. 17; Geradin and Petit 2006, fn. 2); LAGE, S. M. and R. ALLENDESALAZAR (2006), "Community Policy on Discriminatory Pricing: A Practitioner's Perspective", C. D. Ehlermann and I. Atanasiu (eds.), in *What is an Abuse of a Dominant Position?*, Hart Publishing, p. 340; O'Donoghue and Padilla 2006, fn. 3; PACE, L. F. (2007), *European Antitrust Law*, Edward Elgar Publishing, p. 153; Jones and Sufirin 2011, fn. 12, p. 538; Nazzini 2011, fn. 44, fn. 126.

dominant undertaking. In a limited number of cases concerning secondary-line discrimination, other considerations were at stake besides discrimination between customers. In several of these cases, discrimination was motivated by willingness to favor domestic undertakings, that is to say they involved discrimination on the grounds of nationality.⁸⁰ In others, discrimination arose between customers as merely an ancillary effect of the dominant firm's conduct. The main issue in these cases was that the dominant firm's conduct excluded its rivals.⁸¹ Thus, the fact that pure secondary-line discrimination is extremely rarely examined as a stand-alone abuse is regarded as a "striking feature" of the decisional practice and the case law.⁸²

The decisional practice and the case law are criticised by scholars for creating confusion by not clearly distinguishing between different types of discriminatory practices⁸³ and for offering limited guidance on the interpretation of the issues related to the enforcement of Article 102(c).⁸⁴ In line with the consensus among scholars that this provision should only be applied to secondary-line discrimination, in the context of this study, the focus of discussion will be on enforcement of Article 102(c) to secondary-line discrimination.

Main issues in enforcement of Article 102(c) to secondary-line discrimination are: the role of incentives in the assessment; evaluation of the equivalence of transactions and the dissimilarity of conditions; interpretation of the competitive disadvantage requirement, and applicable objective justification criteria.

How these issues have been addressed in the decisional practice and the case law will be analyzed below. Although the aim is to present a framework for secondary-line discrimination, due to the limitations of the case law on it, other cases under Article 102(c) will also be mentioned where relevant.

2.2.1. Role of Incentives

One of the most frequently asked questions related to secondary-line price discrimination in the literature is what may be the incentives of a dominant firm to harm competition among its downstream customers.⁸⁵

As explained in Section 1, undertakings, dominant or not, may have an incentive to discriminate between their customers in order to extract more consumer surplus or recover their fixed-costs. However, when it comes to placing customers at a competitive disadvantage which is a requirement under Article 102(c), it is

⁸⁰ Geradin and Petit 2006, fn. 2, p. 516.

⁸¹ O'Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, p. 555.

⁸² O'Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, p. 574.

⁸³ Lage and Allendesalazar 2006, fn. 79, p. 339, 340; O'Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, p. 202.

⁸⁴ O'Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, p. 562.

⁸⁵ Bishop 2005, fn. 41, p. 79, Beard et al. 2008, fn. 74, p. 77.

generally argued that a rational non-vertically integrated undertaking would have no incentive to affect the competitiveness of one customer *vis-a-vis* others.⁸⁶

Economic theory suggests that, a non-vertically integrated upstream firm generally benefits from a competitive market since tougher competition at downstream market means more sales for its product.⁸⁷ Thus, creating a competitive disadvantage for some of its customers may cause reduction in its sales.⁸⁸ Besides, a competitive downstream market is seen as an efficient way of distributing goods. Therefore, insulating the distributor from competitive pressures may negatively affect its efficiency to the detriment of the dominant undertaking in the long term.⁸⁹ Placing some of the downstream customers at a competitive disadvantage may also lead to exclusion of disfavored customers and in turn to increase concentration on the downstream market. Concentration, then, increases the countervailing buyer power on the downstream market and limits the market power of the dominant undertaking.⁹⁰ As a result, it can be said that the dominant firm has no interest in distorting competition among its customers because it gains no economic advantage from the distortion of downstream competition and may even suffer a disadvantage in doing so.⁹¹

Although it is obvious that there are no economic incentives for dominant undertakings to distort downstream competition, some non-economic considerations, such as nationality, may motivate firms to favor some customers *vis-a-vis* others. Hence, most of the secondary-line price discrimination cases involved discrimination by state-owned or state-affiliated companies aimed at favoring domestic activities over international or non-domestic ones.⁹²

However, the existence or non-existence of an incentive to distort competition or the provision of an advantage was regarded as irrelevant by the Commission and the Courts to condemn a practice as an abuse. For example in *1998 Football World Cup*, the Commission clearly stated that “[w]hile evidence that a dominant undertaking has secured for itself a financial or competitive advantage as a result of its actions may support a conclusion of abuse, it is not essential to a finding of abuse”.⁹³ In *Aéroports de Paris*, the General Court (GC) stated that “[...], it should be recalled that the concept of abuse is an objective concept and implies no intention to cause harm” and therefore it found the fact that the dominant

⁸⁶ O’Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, p. 554.

⁸⁷ Bishop 2005, fn. 41, p. 79.

⁸⁸ O’Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, p. 554.

⁸⁹ Geradin and Petit 2006, fn. 2, p. 518.

⁹⁰ Geradin and Petit 2006, fn. 2, p. 518.

⁹¹ O’Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, p. 554.

⁹² Gerard 2005, fn. 52, p. 4; Geradin and Petit 2006, fn. 2, p. 519.

⁹³ *1998 Football World Cup* (Case IV/36.888) Commission Decision 2000/12/EC [1999] OJ 2000 L5/55, para. 102.

undertaking has no interest in distorting competition on a market to be irrelevant for establishing abuse.⁹⁴

Thus, it can be concluded that the existence of an incentive to harm downstream competition has not been considered as an essential condition in the case law for an infringement of Article 102(c).

2.2.2. Assessment of Equivalence of Transactions

In the assessment of secondary-line discrimination, determination of whether two transactions are equivalent is regarded as the core test.⁹⁵ However, identifying the equivalence of transactions is generally seen as a difficult task, because the components of a transaction are generally complex.⁹⁶ The decisional practice and the case law have not provided a definition of a situation in which two transactions are regarded as similar. The only definition of equivalent transactions can be found in a decision under the European Coal and Steel Community (ECSC) Treaty. According to the decision, “transactions are comparable if they are concluded with competing purchasers, involve the same or similar products and their other relevant commercial features do not essentially differ”.⁹⁷ However, since every case is very fact specific, this broad definition does not provide adequate guidance in the assessment of equivalence of transactions. The most common factors that were considered in equivalence evaluation will be exemplified below.

Case law demonstrates that physical or functional similarity, that is to say “substitutability”⁹⁸ between the supplied products or services and costs of supply are the most relevant factors in assessing equivalence.⁹⁹ For example in *United Brands*, where the dominant undertaking’s selling of the same bananas at the same ports at different prices to different ripeners who were active in different Member States was considered as infringement of Article 102(c), the CoJ stated that the transactions are equivalent since “bananas sold by UBC are all freighted in the same ships, are unloaded at the same cost in Rotterdam or Bremerhaven and the price differences relate to substantially similar quantities of bananas of the same variety, which have been brought to the same degree of ripening, are of

⁹⁴ Case T-128/98 *Aéroports de Paris v Commission* [2000] ECR II-3933, para. 173.

⁹⁵ Gerard 2005, fn. 52, p. 16, GORMSEN, L. L. (2010), *A Principled Approach to Abuse of Dominance In European Competition Law*, Cambridge University Press, p. 105.

⁹⁶ Geradin and Petit 2006, fn. 2, p. 487; Jones and Sufrin 2011, fn. 12, p. 538.

⁹⁷ O’Donoghue and Padilla 2006, fn. , p. 563 (citing the Decision 30-53 of the High Authority, OJ 1953 L6/111).

⁹⁸ *HOV SVZ/MCN* (Case IV/33.941) Commission Decision 94/210/EC [1994] OJ 1994 L104/34, para. 160; *Scandlines v Port of Helsingborg* (Case COMP/A.36.568) [2006] 4 CMLR 1298, para. 257.

⁹⁹ O’Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, p. 563; WHISH, R. and D. BAILEY (2012), *Competition Law*, Seventh Edition, Oxford University Press, p. 761.

similar quality and sold under the same “Chiquita” brand name under the same conditions of sale and payment ...”¹⁰⁰

In the cases that involved provision of services, the equivalence of transactions was assessed by relying on the nature and the cost of the services provided to customers that had different features. For example in *Alpha Flight/Aéroports de Paris*, where it was concluded that Article 102(c) was infringed by imposing discriminatory fees on providers of third party groundhandling services and self-handling services, the Commission took the view that the transactions were equivalent since both groups of customers receive the same management services from the airport operator.¹⁰¹ In *Clearstream*, where the dominant undertaking on the market for primary clearing and settlement services applied different service fees for cross-border transactions, when assessing the equivalence of transactions the Commission stated that the nature of the services supplied to these customers and the functions of these customers were comparable. Thus, the transactions were found equivalent in terms of Article 102(c).¹⁰²

In *Scandlines*, where it was claimed that the prices charged by the Port of Helsingborg to ferry operators for several port services were discriminatory when compared with the prices charged to certain cargo operators, the Commission concluded that the services provided by the port to ferry and cargo operators were not equivalent since different equipment was used in provision of these services.¹⁰³ Thus, after also assessing other conditions, the Commission found that the conduct in question was not an abuse under Article 102(c).

When the products or services supplied are exactly the same, the quantity purchased was considered as a factor in assessing the equivalence of transactions. For example in *Suiker Unie* and in *Hoffman-La Roche*, where the primary objection was the dominant undertaking’s exclusivity and requirements contracts, the CoJ concluded that such contracts resulted in customers that purchased the same amounts paying different prices depending on whether they purchase exclusively from the dominant supplier or not.¹⁰⁴ In *Virgin/British Airways*, where the dominant firm paid a bonus commission to travel agents who had increased their sales relative to the sales in a past period, the Commission found that it caused

¹⁰⁰ Case 27/76 *United Brands v Commission* [1978] ECR 207, paras. 224, 225.

¹⁰¹ *Alpha Flight Services/Aéroports de Paris* (Case IV/35.613) Commission Decision 98/513/EC [1998] OJ L 230/10; *Aéroports de Paris* (n 94), paras. 206, 214-216; See Case 18/93 *Corsica Ferries v Corpo dei Piloti del Porto di Genova* [1994] ECR I-1783, Opinion of AG Van Gerven, para. 34.

¹⁰² *Clearstream* (Case COMP/38.096) Commission Decision 2009/C165/05 [2005] 5 CMLR 1302, paras. 307-312.

¹⁰³ *Scandlines*, fn. 98, paras. 252, 278, 279.

¹⁰⁴ Joined Cases 40 to 48, 50, 54 to 56, 111, 113 and 114/73 *Coöperatieve Vereniging “Suiker Unie” v Commission* [1975] ECR 1663, para. 522; Case 85/76 *Hoffman-La Roche v Commission* [1979] ECR 461, para. 90. For a similar approach see Case T-228/97 *Irish Sugar v Commission* [1999] ECR II-2969.

unlawful discrimination, since two agents selling the same absolute number of tickets would receive different commissions if one agent had increased its sales by a greater proportion of its past sales relative to the other agent.¹⁰⁵ Similarly, in *Portuguese Airports*, the application of different tariff systems for the same number of landings of aircraft of the same type was found discriminatory under Article 102(c).¹⁰⁶

It is considered essential that the transactions must be reasonably proximate in time, to be identified as equivalent.¹⁰⁷ This does not require the transactions to be concluded exactly at the same time, but the time period between the transactions must not be so long as to allow other factors that affect the undertaking's pricing behaviour such as changes in cost, demand or competitive situation on the market, to render the comparison meaningless.¹⁰⁸ For instance in *British Airways*, the GC considered that identical services "supplied during the same reference period" as equivalent.¹⁰⁹

It can be concluded from the foregoing that the Commission and the Courts have applied an approach that focused on the features of the product or service concerned, rather than the transaction as a whole. Moreover, it can be argued that buyer-specific issues have been generally neglected when assessing the equivalence of transactions.¹¹⁰

2.2.3. Assessment of Dissimilarity of Conditions

Determination of whether the conditions applied are dissimilar relies on the comparison of the terms of the equivalent transactions. In line with the economic concept of discrimination, the core test here is whether the equivalent transactions produce different rates of return for the dominant undertaking.¹¹¹ As explained above, applying similar conditions to non-equivalent transactions is also considered as an abuse. Thus, where the compared transactions are not equivalent, the similarity of the terms applied to these transactions may also constitute an abuse, if other conditions of the Article 102(c) are satisfied.

It is accepted that dissimilar conditions include various trading terms which can be translated into a price advantage, thus price discrimination is considered as a suitable proxy for any type of dissimilar conditions.¹¹²

¹⁰⁵ *Virgin/British Airways* (Case IV/D-2/34.780) Commission Decision 2000/74/EC [2000] OJ L 30/1, para. 109.

¹⁰⁶ Case C-163/99 *Portugal v Commission* [2001] ECR I-2613, para. 66.

¹⁰⁷ O'Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, p. 562.

¹⁰⁸ Peepkorn 2009, fn. 12, p. 630.

¹⁰⁹ T-219/99 *British Airways v Commission* [2003] ECR II-5917, para. 236.

¹¹⁰ Gerard 2005, fn. 52, p. 16.

¹¹¹ O'Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, p. 567.

¹¹² Gerard 2005, fn. 52, p. 16.

Since the application of different conditions is generally obvious from the facts of the case, assessment of dissimilar conditions may be regarded as the least problematic issue in the assessment of secondary-line discrimination.

2.2.4. Interpretation of Competitive Disadvantage

The competitive disadvantage condition is expressly mentioned in the text of Article 102(c). However, the exact meaning and the role of this condition in establishing abuse are highly controversial. This controversy mainly arises from the inconsistency in the decisional practice and in the case law regarding competitive disadvantage. The reason for this inconsistency is different interpretations of competitive disadvantage condition. In the literature, these different interpretations are examined under three groups.¹¹³

The first group consists of cases in which merely the existence of discrimination was seen sufficient to raise a presumption of disadvantage. For example, in *Suiker Unie* the CoJ considered that the customers of the dominant undertaking are in competition with each other and therefore must have been affected by the different prices that they received without analysing why paying different prices affected competition between customers.¹¹⁴ Similarly, in *Hoffman-La Roche* and in *Irish Sugar* the Courts held that the conduct of the dominant undertaking is discriminatory without analysing how competition between customers would be distorted by the different prices paid.¹¹⁵

In the second group of cases, competitive disadvantage is logically inferred from the total evaluation of the facts of the case. For example in *British Airways*, the GC, by emphasizing the fact that British Airways was at the time an obligatory business partner for travel agents for many routes and agents had no choice but to deal with it,¹¹⁶ concluded that differences in commission for the absolute amount of ticket sales “naturally” affected competition between agents.¹¹⁷ In *Clearstream*, the fact that the disadvantaged party had no choice but to deal with the dominant company, because the latter had a de facto monopoly for primary clearing and settlement services with no realistic prospect for new entry,¹¹⁸ was considered as an indicator of competitive disadvantage by the Commission. In that case the extent¹¹⁹ and the duration of discrimination (five years),¹²⁰ were among the factors

¹¹³ O’Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, p. 568-573.

¹¹⁴ *Suiker Unie*, fn. 104, paras. 522-525.

¹¹⁵ *Irish Sugar*, fn. 104, para. 188; *Hoffman-La Roche*, fn. 104, paras. 122, 123.

¹¹⁶ *British Airways*, fn. 109, para. 127.

¹¹⁷ *British Airways*, fn. 109, para. 238.

¹¹⁸ *Clearstream*, fn. 102, para. 208.

¹¹⁹ *Clearstream*, fn. 102, para. 341. Since it was kept as confidential in the decision, extent of discrimination can be inferred from the fact that 50% reduction was required to terminate discrimination.

¹²⁰ *Clearstream*, fn. 102, para. 194.

that led the Commission to logically infer the competitive disadvantage arising from discrimination.

In the last group of cases, evidence of actual or likely competitive disadvantage was sought in order to establish an abuse under Article 102(c). For example in *Soda-Ash-Solvay*, where Solvay was granting rebates to customers who purchased all or the major part of their requirements from Solvay, the rebate system was found discriminatory under Article 102(c) as well as exclusionary. As a result of different prices, disfavored customers of dominant undertaking paid substantially different prices. Since the input concerned was 70% of the raw material batch cost and 13% of the finished product, the Commission concluded that the price discrimination had a considerable effect upon costs of the undertakings affected and therefore it affected the profitability and competitive positions of customers.¹²¹

A similar interpretation of competitive disadvantage can be found in *Alpha Flight Services/Aéroports de Paris*. By considering the fact that the fees in question were an important part of a supplier's cost structure, the Commission concluded that they had a significant effect on competition on the groundhandling services market.¹²² Besides, the Commission took into account that artificial cost differences created via discriminatory fees would be reflected in downstream prices, and thereby affecting competition on the air transport market. Since the groundhandling constitutes a large proportion of the airlines' costs, it was mentioned that the distortion of competition on that market would also be significant.¹²³

In a more recent case, *Scandlines*, in its assessment with regard to competitive disadvantage, the Commission first mentioned that the ferry and cargo operators were not competing on the same market for transportation of goods.¹²⁴ Second, since the port charges constituted a relatively small part of the costs of shippers who were the customers of transportation services, the Commission stated that difference in port charges would have no effect on shippers' decisions in deciding to use whether ferry or cargo in transportation. Thus, the Commission took the view that alleged discriminatory fees would not distort competition between ferry and cargo operators.¹²⁵

It can be concluded from the given examples that the notion of competitive disadvantage, in many cases, was interpreted broadly by the Commission and the Courts without elaborating on the way how the distortion of competition between

¹²¹ *Soda-Ash-Solvay* (Case IV/33.133) Commission Decision C 91/299/EEC [2003] OJ L10/10, paras. 181-185.

¹²² *Alpha Flight Services/Aéroports de Paris*, fn. 101, paras. 109, 110.

¹²³ *Alpha Flight Services/Aéroports de Paris*, fn. 101, paras.125, 126.

¹²⁴ *Scandlines*, fn. 98, paras. 257, 284.

¹²⁵ *Scandlines*, fn. 98, paras. 255, 285, 286.

customers occurred. However, interpretation of competitive disadvantage condition is given great importance in the assessment of secondary-line discrimination and such an interpretation has been highly criticised by scholars.

2.2.5. Application of the Objective Justification Criterion

A dominant firm may argue that its discriminatory practice is objectively justified or enhances efficiency.¹²⁶ The objective justification criterion is considered vital with regard to discrimination because in most cases discrimination has welfare improving effects. Thus, if properly applied, the criterion ensures that the enforcement of Article 102(c) does not lead to anti-competitive results.¹²⁷

However, objective justification criterion has so far been applied narrowly.¹²⁸ In most cases, it has been understood as cost-related justifications.¹²⁹ In *Clearstream*, the Commission implied that a difference in the costs of serving different customer groups is a valid defence.¹³⁰ In line with this approach, discounts and rebates that reasonably reflect anticipated cost savings or economies of scale have generally been regarded as objectively justified. For example in *Brussels National Airport*, where the dominant undertaking on the aircraft landing and take-off services market applied a discount system for landing fees depending on the number of landings, the Commission stated that the discount system could be justified by economies of scale.¹³¹ Also in *Virgin/British Airways*, it was accepted that a dominant supplier can give discounts related to the efficiencies, i.e. discounts for large orders that allow the supplier to produce large batches of product.¹³²

Since quantity discounts are deemed to reflect gains in efficiency and economies of scale achieved by the dominant undertaking,¹³³ it is accepted in the case law that quantity discounts linked solely to the purchasing volume of customers and enabling dominant undertakings to achieve economies of scale are permissible.¹³⁴ Thus, difference in quantities bought was considered as a valid objective justification.

Price reductions may also be given by dominant undertakings in return for services provided by the buyer. In case law such discounts are also considered as

¹²⁶ Whish and Bailey 2012, fn. 99, p. 763.

¹²⁷ Geradin and Petit, 2006, fn. 2, p. 592

¹²⁸ Gerard 2005, fn. 52, p. 28.

¹²⁹ Akman 2012, fn. 7, p. 239.

¹³⁰ *Clearstream*, fn. 102, para. 313.

¹³¹ *Brussels National Airport*, Commission Decision 95/364/EC [1995] OJ L216/8, para. 16.

¹³² *Virgin/British Airways*, fn. 105, para. 101.

¹³³ Case T-203/01 *Michelin v Commission* [2003] ECR II-4082, para. 58 (*Michelin II*).

¹³⁴ Case 322/81 *Michelin v Commission* [1983] ECR 3461, paras. 71, 72; *Michelin II*, fn. 133) para. 58; *Irish Sugar*, fn. 104) para. 173; *Portuguese Airports*, fn. 106, para. 49.

an objective justification. In *Irish Sugar*, for example, “promotional, warehousing, servicing or other functions” performed by the customer were considered among the factors that justify a discount.¹³⁵ However, it is clear from the statements of the Commission, the criteria which must be met to qualify the discounts must be objectively defined and be made known to customers in order to objectively justify service discounts or bonuses.¹³⁶ Thus, in *Michelin II*, the GC condemned the service bonus provided by Michelin because it was found subjective and thus inevitably led to discrimination.¹³⁷

As it will be understood from given examples above, the assessment of objective justification is in line with the assessment of equivalence of transactions. In other words, in both assessments the Commission and the Courts have concentrated on the factors that are related to the properties of the product or service supplied and costs of supply. Thus, buyer-specific justifications have not played a notable role in the application of objective justification criteria.

A framework for the Commission’s and the Courts’ approach to the prominent issues in the assessment of secondary-line discrimination was sought to be established above. A broader criticism of this approach will be provided in the next section.

3. ASSESSMENT OF SECONDARY-LINE PRICE DISCRIMINATION FROM AN EFFECTS-BASED PERSPECTIVE

In order to review the policy on abuse of dominance and improve its efficiency and transparency,¹³⁸ in 2003, the Commission launched a modernisation process¹³⁹ with regard to Article 102. Within this process, in July 2005 EAGCP prepared the Report entitled “An Economic Approach to Article 82”.¹⁴⁰ This report argued in favor of an economic and effects-based approach to Article 102. Following that, in December 2005, DG Competition of the Commission published a staff discussion paper on the application of Article 102 to exclusionary abuses by dominant undertakings.¹⁴¹ The Discussion Paper stated that in applying Article

¹³⁵ *Irish Sugar*, fn. 104, para. 173.

¹³⁶ *Michelin* (Case IV.29.491) Commission Decision 81/969/EEC [1981] OJ L353/33, para. 45.

¹³⁷ *Michelin II*, fn. 133, para. 145.

¹³⁸ MONTI, M. (2006), “Speech at 8th EU Competition Law and Policy Workshop, Florence, 6-7 June 2003”, C. D. Ehlermann and I. Atanasiu (eds.), in *What is an abuse of a dominant position?*, Hart Publishing.

¹³⁹ For the details of the modernisation process see <http://ec.europa.eu/competition/antitrust/art82/index.html>, Date Accessed: 21.06.2013.

¹⁴⁰ EAGCP 2005, fn. 1.

¹⁴¹ DG Competition Discussion Paper on the Application of the Treaty to Exclusionary Abuses (Discussion Paper) (2005), <http://ec.europa.eu/competition/antitrust/art82/discpaper2005.pdf>, Date Accessed: 21.06.2013.

102, the Commission would adopt an approach that is based on the likely effects of the conduct on the market.¹⁴² Finally in 2009, the Commission issued a Guidance on the enforcement priorities in applying Article 102 to abusive exclusionary conduct by dominant undertakings.¹⁴³

The Guidance sets out an effects-based approach to exclusionary conduct under EU competition law and outlines the analytical framework that the Commission employs when assessing the most commonly encountered forms of exclusionary conduct.

Exploitative and discriminatory conduct have not been so far dealt with during the modernisation process and not covered in the Guidance.¹⁴⁴ This is interpreted as a lacunae and limitation of the Guidance, since price discrimination is regarded as one of the most confusing and unsettled areas of EU competition law.¹⁴⁵

The author agrees with this view for several reasons. First, although pure secondary-line price discrimination is an extremely rare practice because of the absence of the incentives of the firms to distort downstream competition, it is obvious that it cannot be disregarded in the presence of the provision of the Article 102(c). Moreover, it is accepted in the literature that, even if it is seldom, occurrence of such a practice may harm welfare through reduction of competition.¹⁴⁶ Second, when it is considered that the aim of the Guidance is to provide greater clarity and predictability, secondary-line price discrimination arises as an area in competition law that needs to be clarified because it is an ubiquitous business practice and the case law does not provide enough guidance for its assessment. Thirdly, in the absence of predictability dominant undertakings may refrain from price discriminating with the fear of being accused of breaching Article 102. Since in most cases price discrimination has welfare enhancing effects, this may lead to detrimental outcomes for consumers. Finally, as economics of

¹⁴² Discussion Paper, fn.141, para. 4.

¹⁴³ Guidance on the Commission's Enforcement Priorities in Applying Article 82 EC Treaty to Abusive Exclusionary Conduct by Dominant Undertakings, 24.2.2009, 2009/C45/02 (Guidance), <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2009:045:0007:0020:EN:PDF>, Date Accessed: 20.06.2013.

¹⁴⁴ KROES, N. (2005), "Preliminary Thoughts on Policy Review of Article 82", Fordham Corporate Law Institute, New York, 23 November 2005, <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/05/537&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>, Date Accessed: 22.06.2013.

¹⁴⁵ GERADIN D. and D. HENRY (2009), "Abuse of Dominance in the Postal Sector – The Contribution of the Guidance Paper on Article 82 EC", http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1435362, Date Accessed: 23.06.2013, p. 2; GERADIN, D. (2010), "Is the Guidance Paper on the Commission's Enforcement Priorities in Applying Article 102 TFEU to Abusive Exclusionary Conduct Useful?", http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1569502, Date Accessed: 10.06.2013, p. 8.

¹⁴⁶ Nazzini 2011, fn. 44, p. 80.

price discrimination demonstrates that it is a practice that should be assessed with regard to its effects on welfare,¹⁴⁷ secondary-line price discrimination cannot be abstracted from the application of an effects-based approach that the Commission has adopted in all areas of competition law. Thus, it is thought that a systematic analytical framework should be set out for the assessment of secondary-line price discrimination with an effects-based approach.

The main aim of this section is to propose an analytical framework for assessing secondary-line price discrimination from an effects-based perspective. In order to do this, first, the general framework of the effects-based approach will be presented. Second, the decisional practice and the case law on secondary-line discrimination will be analyzed with an effects-based view. Finally, a framework for evaluating secondary-line discrimination will be suggested.

3.1. General Framework of the Effects-Based Approach to Article 102

The focus of the effects-based approach is regarded as consumer welfare.¹⁴⁸ Thus, the main feature of this approach can be identified as protecting consumers and protecting the process of competition, not protecting individual competitors. When assessing whether the conduct in question actually harms competition, likely effects of the conduct on the competitive process and on consumers are regarded as sufficient by the Commission. Since foreclosure of rivals that are as efficient as the dominant undertaking is seen as the most harmful to consumer welfare, effects-based approach mainly aims at preventing this kind of foreclosure. As a result of the fact that the focus of the approach is on consumers, the conduct in question may be justified by the dominant undertakings on efficiency grounds.¹⁴⁹

These main features of the effects-based approach are reflected in the Guidance in relation to exclusionary conduct. With the aim of improving consumer welfare, the Guidance states that the Commission will focus on those types of conduct which are most harmful for the consumers.¹⁵⁰ It is also mentioned that the emphasis of the Commission's enforcement activity will be on "safeguarding the competitive process in the internal market and ensuring that undertakings which hold a dominant position do not exclude their competitors by other means than competing on the merits of the products or services they provide. In doing so the Commission is mindful that what really matters is protecting an effective competitive process and not simply protecting competitors".¹⁵¹ In the Guidance,

¹⁴⁷ Akman 2012, fn. 7, 257.

¹⁴⁸ EAGCP 2005, fn. 1, p. 2.

¹⁴⁹ Press Release IP/08/1877 3 December 2008, http://europa.eu/rapid/press-release_IP-08-1877_en.htm?locale=en, Date Accessed: 20.06.2013.

¹⁵⁰ Guidance, para. 5.

¹⁵¹ Guidance, para. 6.

anti-competitive foreclosure, that is to say foreclosure leading to consumer harm, is defined as “a situation where effective access of actual or potential competitors to supplies or markets is hampered or eliminated as a result of the conduct of the dominant undertaking whereby the dominant undertaking is likely to be in a position to profitably increase prices to the detriment of consumers”.¹⁵² Moreover, the aim of the enforcement activity is declared as ensuring that the dominant undertakings do not impair effective competition by foreclosing their rivals in an anti-competitive manner, thereby having a negative impact on consumer welfare. According to the Guidance, such a negative impact may occur in the form of higher prices than would have otherwise been or in some other form such as decreasing quality or limiting consumer choice.¹⁵³

The position of the dominant undertaking, the conditions on the relevant market, the position of the dominant undertaking’s competitors, the position of the customers or input suppliers, the extent of the allegedly abusive conduct, possible evidence of actual foreclosure and the direct evidence of any exclusionary strategy are considered as the relevant factors to the assessment of anti-competitive foreclosure.¹⁵⁴

With a view to preventing anti-competitive foreclosure, the Commission stated that it will normally intervene only in circumstances in which the conduct in question has led to or is likely to lead to foreclosure of the rivals that are as efficient as the dominant undertaking.¹⁵⁵

According to the Guidance, in its assessment, the Commission will take into account the justifications claimed by the dominant undertaking. Thus, a dominant undertaking may justify its conduct by demonstrating that it is objectively necessary or it produces efficiencies that outweigh any anti-competitive effects on consumers.¹⁵⁶

3.2. Assessment of the Case Law From an Effects-Based Approach

As elaborated in Section 2, enforcement of Article 102(c) to secondary-line price discrimination has been limited to date and has been confined mainly to two situations. One is the situation in which a state-owned or state-related firm discriminates between domestic and foreign customers or transactions, and the other is the situation in which secondary-line discrimination occurs as an ancillary

¹⁵² Guidance, para. 19.

¹⁵³ Guidance, para. 19.

¹⁵⁴ Guidance, para. 20.

¹⁵⁵ Guidance, para. 23.

¹⁵⁶ Guidance, para. 28.

effect of a conduct that leads to primary-line injury.¹⁵⁷ Since the cases arised under these two situations were not pure secondary-line discrimination cases and issues related to nationality and exclusion of rivals played a significant role in the assessment of the conduct involved in, the precedential value of them for the cases involved pure secondary-line may be seen as questionable.¹⁵⁸ However, within the limitations of the relevant case law, these cases are considered as appropriate resources that enable one to make inferences from the Commission's and the Courts' approach to secondary-line discrimination in the context of this study.

To start with the first condition, "existence of equivalent transactions", required to invoke Article 102(c), it is argued that the Commission and the Courts have generally assumed that transactions are equivalent without much analysis.¹⁵⁹ In particular, the circumstances that are specific to the customers have generally been disregarded when assessing equivalence of transactions.¹⁶⁰ However, economics shows that the customers' demand function is an inseparable element of the transaction.¹⁶¹ Thus, a superficial assessment of equivalence of transactions does not correspond to economics of price discrimination. Besides, an assumption of equivalence has probably increased the number of the cases of intervention under Article 102(c). When this assumption merges with the superficial analysis of the "competitive disadvantage" condition, that will be explained below, it creates the risk of prohibition of price discrimination that will improve consumer welfare. Since the aim of an effects-based approach is protecting consumer welfare, relying the assessment of equivalence of transactions merely on assumptions cannot be regarded as consistent with the effects-based approach.

The most controversial area of the Article 102(c) enforcement, the "competitive disadvantage" condition, constitutes the second and the most important point of the assessment of the relevant case law. Although it is explicit from the wording of Article 102(c) that price discrimination must lead to a competitive disadvantage between customers, analysis of this point by the Commission and the Courts has been criticised for being "purely formal".¹⁶² The reason for such criticism is the fact that as soon as there are different prices not directly justified by a cost difference the Commission and the Courts have presumed that there

¹⁵⁷ O'Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, p. 573, 574.

¹⁵⁸ O'DONOGHUE, R. (2006), "Over-Regulating Lower Prices-Time for a Rethink on Pricing Abuses under Article 82 EC", C. D. Ehlermann and I. Atanasiu (eds.), in *What is an abuse of a dominant position*, Hart Publishing, p. 377.

¹⁵⁹ Jones and Sufrin 2011, fn. 12, p. 538.

¹⁶⁰ Gerard 2005, fn. 52, p. 16.

¹⁶¹ FURSE, M. (2001), "Monopoly Price Discrimination, Article 82 and the Competition Act", *ECLR*, No:22(5), p. 153.

¹⁶² Lage and Allendesalazar 2006, fn. 79, p. 341.

is competitive disadvantage. However, the economics of price discrimination provides no support for the presumption that mere price differentials distort downstream competition.¹⁶³ As the effects-based approach requires the analysis of actual or likely effects of the conduct, it cannot be argued that such a superficial assessment of competitive disadvantage is in line with the effects-based approach.

However, in several cases the Commission and the Courts have attempted to show the competitive disadvantage. In these cases some related factors such as whether the customers have any other available suppliers, duration of the discriminatory practice, proportion of the product or service supplied by the dominant firm to the disadvantaged customers' total costs, extent of the discrimination have been taken into account as indicators of competitive disadvantage.¹⁶⁴ While considering these factors as indicators of distortion of competition, the actual distortion has never been quantified. In contrast, in *British Airways*, the CoJ stated that it must be shown that the competitive position of business partners is distorted to some extent, although quantification of this deterioration is not required.¹⁶⁵ Such a view is criticised for leading the Commission and the Courts to condemn discrimination where it distorts the competitive position of individual customers.¹⁶⁶ The emphasis of the effects-based approach is on protecting the effectiveness of the competitive process, not protecting individual customers. Thus, such an assessment of competitive disadvantage condition is seen completely in contrast with effects-based approach.

Third point in the assessment is "objective justification". As explained above, a rational dominant undertaking has no incentive to distort downstream competition. Thus, considering secondary-line discrimination as a stand-alone abuse is seen as contrary to economic logic¹⁶⁷ and competition law rationale.¹⁶⁸ This implies the fact that when a dominant firm discriminates between its customers, it is likely to have a valid reason for doing so.¹⁶⁹ However, the notion of objective justification has been narrowly interpreted by the Commission and the Courts, and understood to a great extent as cost-related justifications. Buyer-specific conditions¹⁷⁰ and the reasons why firms engage in price discrimination¹⁷¹ have generally not been regarded as possible objective justifications. As the concept

¹⁶³ Akman 2012, fn. 7, p. 245.

¹⁶⁴ See the text between fn. 116-120.

¹⁶⁵ Case C-95/04P *British Airways v Commission* [2006] ECR II-2969, paras. 144, 145.

¹⁶⁶ Gormsen 2010, fn. 95, p. 110.

¹⁶⁷ Bishop 2005, fn. 41, p. 79.

¹⁶⁸ O'Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, p. 554.

¹⁶⁹ O'Donoghue and Padilla 2006, fn. 3, p. 554.

¹⁷⁰ Akman 2012, fn. 7, p. 239.

¹⁷¹ Geradin and Petit 2006, fn. 2, p. 505.

of objective justification is directly related to the equivalence of transactions, a similar criticism can be raised here. Such a narrow interpretation of objective justification may lead to banning consumer welfare improving discrimination. Thus, it cannot be regarded as consistent with effects-based approach.

To summarize, it can be said that although there has been limited efforts to analyze the effects of discrimination on downstream customers, the enforcement policy generally has resulted in protecting particular customers rather than protecting the competitive process. Besides, a broad interpretation of equivalence of transactions and the narrow interpretation of objective justification carry the risk of prohibiting pro-competitive discrimination. Thus, it can be argued that the enforcement policy implemented so far is not in line with the effects-based approach.

3.3. An Analytical Framework for the Assessment of Secondary-Line Price Discrimination

As it is clearly stated in the above-mentioned policy documents of the Commission, the core of the effects-based approach is consumer welfare. Thus, it is obvious that the effects-based assessment of secondary-line price discrimination should focus on whether the dominant firm's conduct in question causes consumer harm, that is to say whether it enables the favored downstream customer to profitably increase prices, decrease quality or limit consumer choice.

Since the aim of the effects-based approach is protecting effective competitive process and not protecting individual competitors, the notion of "competitive disadvantage" in the wording of Article 102(c) should be interpreted as requiring that competition be distorted by the discriminatory conduct of the dominant undertaking rather than customers be merely disadvantaged.¹⁷² That means merely a decrease in a customer's market share or exit of it without harming competition should not be seen adequate for existence of competitive disadvantage. Rather, whether the conduct has led to actual or is likely to lead to potential anti-competitive foreclosure effects, thereby harming consumers should be analysed.¹⁷³ Since the concept of foreclosure relates to the market as a whole, not to any particular customer,¹⁷⁴ such an analysis necessitates the determination of the relevant market in which a competitive harm occurs.¹⁷⁵

Since it is accepted within the effects-based approach that only the foreclosure of the rivals, which are as efficient as the dominant firm, leads to consumer harm,

¹⁷² Gerard 2005, fn. 52, p. 28.

¹⁷³ Akman 2012, fn. 7, p. 266.

¹⁷⁴ Bishop 2005, fn. 41, p. 82; Beard et al. 2008, fn. 74, p. 85, 86.

¹⁷⁵ Perrot 2005, fn. 45, p. 167.

as efficiency criterion should also be considered in the assessment of secondary-line discrimination. However, in this situation, the dominant undertaking is not appropriate as an efficiency benchmark since it does not operate in the market where the foreclosure occurs. Instead, the efficiency benchmark should be the customers benefiting from the discriminatory practice.¹⁷⁶

The Guidance provides several factors to be considered in the assessment of anti-competitive foreclosure. In our opinion, these factors should also be taken into account in the assessment of secondary-line discrimination. For example, the position of the dominant undertaking and other factors related to its degree of dominance such as the existence of entry and expansion barriers, the position of its competitors, customers and suppliers may demonstrate whether the dominant undertaking is an unavoidable trading partner or customers have available alternative suppliers. Also factors related to the extent of conduct may give an idea about the possible foreclosure effect on the downstream market. If the discrimination has prevailed for a sufficient time, evidence of actual foreclosure should also be evaluated.

Within the framework of the effects-based approach, as stated in the Guidance, objective necessity and efficiency defence are considered as possible justifications of the anti-competitive conduct. For both of them, it is required that the allegedly abusive conduct must be indispensable. Besides, for the efficiency defence to be applicable the conduct must cause likely harm to consumers.¹⁷⁷ At first glance, it may be thought that this approach to objective justification should be implemented for secondary-line price discrimination as well. However, in the literature it is argued that this understanding is not a suitable tool for assessing secondary-line price discrimination for two reasons.¹⁷⁸ First, since a dominant undertaking can always charge non-discriminatory prices, price discrimination will be indispensable only in extremely rare circumstances. Secondly, as price discrimination that improves consumer welfare would not be likely to cause consumer harm and therefore would not be anti-competitive, efficiency defence which firstly requires the conduct to be anti-competitive is not appropriate for secondary-line discrimination. Thus, it is suggested that such an assessment should be done in the stage in which the abuse is established.¹⁷⁹

Following this view and also considering the absence of the economic incentives of undertakings to harm downstream competition, it is thought that

¹⁷⁶ Nazzini 2011, fn. 44, p. 222.

¹⁷⁷ Guidance, para. 28.

¹⁷⁸ Akman 2012, fn. 7, p. 263.

¹⁷⁹ Akman 2012, fn. 7, p. 263.

under the effects-based approach, the notion of objective justification, which greatly overlaps with equivalence of transactions, should be interpreted with a broad perspective when assessing whether the conduct is anti-competitive.

To conclude, it can be said that the effects-based approach that is elaborated for exclusionary conduct in the Guidance should be adopted for secondary-line discrimination as well. Similar to exclusionary conduct, the focus should be on the effects of the allegedly abusive conduct on the effective competitive process and consumer welfare. Thus, as put forward in Section 1, a case-by-case analysis of secondary-line discrimination will be appropriate from an effects-based perspective to abuse of dominance.

CONCLUSION

Article 102(c) TFEU prohibits dominant undertakings from “applying dissimilar conditions to equivalent transactions with other trading parties, thereby placing them at a competitive disadvantage”. Prohibition of discrimination under EU competition law mainly relies on fairness grounds. However, in recent years, with the aim of adopting an effects-based approach to EU competition law, it has been suggested by some economists to assess discrimination, in particular price discrimination, less in terms of fairness and more in terms of welfare.

The underlying reason behind such a suggestion is the ambiguity of the welfare effects of price discrimination. Economic studies show that the welfare effects of price discrimination are primarily related to its output effects. It is accepted by the economists that price discrimination is welfare reducing if it does not increase output. However, in other cases the direction of the welfare change is indeterminate and depends on several factors, i.e. structure of the market, demand curvature, elasticity of demand, type of the price discrimination implemented, whether the discrimination is applied to final customers or intermediate customers and its effects on dynamic efficiency.

Ambiguity of welfare effects implies that a per se prohibition of price discrimination may be detrimental for consumers. Thus, economics clearly demonstrates that the assessment of price discrimination, be it primary- or secondary-line, requires a case-by-case analysis relying on the economic effects of it.

With regard to price discrimination under EU competition law, it is widely argued in the literature that enforcement of Article 102(c) should be limited to secondary-line discrimination, that is to say to the cases in which a non-vertically integrated dominant undertaking price discriminates against its customers with whom it does not compete. However, review of the decisional practice and the

case law shows that the Commission and the Courts have applied Article 102(c) also to the cases that dealt with primary-line injury and segmentation of the internal market. In several cases that involved secondary-line discrimination, other considerations such as nationality and exclusion of rivals were at stake besides secondary-line injury. Thus, it can be argued that pure secondary-line discrimination cases are extremely rare in practice.

The reason underlying this rarity is the absence of incentives of a rational dominant undertaking to distort downstream competition among its customers. Since a dominant undertaking gains no economic advantage from such a distortion, it is generally argued in the literature that considering secondary-line discrimination as a stand-alone abuse is contrary to economic logic and competition law rationale. However, the wording of the provision of Article 102(c) is clear. Besides, the Commission and the Courts have not considered the existence of an incentive to harm downstream competition as an essential condition for an infringement of Article 102(c). Thus, it is obvious that in certain circumstances, secondary-line price discrimination may constitute an abuse under EU competition law.

Having said that, the decisional practice and the case law to date do not provide adequate guidance on the circumstances in which secondary-line price discrimination constitutes an abuse. Moreover, secondary-line discrimination was left outside the modernisation process and has not been addressed by the Commission's Guidance that adopted an effects-based approach to Article 102 enforcement. These facts make secondary-line discrimination an unsettled area of EU competition law.

Given that providing clarity and predictability has been considered among the aims of modernisation process, the fact that an analytical framework for the assessment of an ubiquitous business practice has not been set out can be regarded as a lacunae in the Article 102 enforcement. In our opinion, secondary-line price discrimination cannot be abstracted from the effects-based approach and a systematic analytical framework for the assessment should be set out with an effects-based perspective.

In the context of this study, an analytical framework adopted from the Commission's Guidance on exclusionary conduct is proposed for the assessment of secondary-line discrimination from an effects-based perspective. According to this proposal, since the core of the effects-based approach is consumer welfare, an effects-based assessment of secondary-line discrimination should concentrate on whether the conduct in question causes consumer harm via higher prices, lower quality or limited consumer choice. As the aim of the effects

based approach has been declared as protecting an effective competitive process rather than protecting individual competitors, the “competitive disadvantage” condition required to invoke Article 102(c) should be interpreted as distortion of competition in the relevant downstream market, not merely as particular customers being disadvantaged. Such an interpretation requires analysing whether the conduct of the dominant undertaking has led to or is likely to lead to potential anti-competitive foreclosure of downstream customers. As it is accepted under the effects-based approach that only the foreclosure of as efficient rivals of dominant undertaking leads to consumer harm, foreclosure of as efficient rivals of the advantaged customer should be sought as a necessity for establishing an abuse in the effects-based assessment of secondary-line discrimination.

One point of the proposal that differs from the assessment presented by the Guidance is the application of the objective justification criteria. Under an effects-based approach, application of objective necessity and efficiency defence requires the conduct to be indispensable and anti-competitive. Since price discrimination will rarely be indispensable and anti-competitive such a requirement cannot be adopted with regard to secondary-line discrimination. Thus, by also considering the fact that discrimination generally has an efficiency rationale, it is suggested that the objective justification criteria should be taken into account in the stage in which the abuse is established.

In our opinion, such an assessment of secondary-line discrimination adopted from the Guidance will also be consistent with the case-by-case approach that is suggested by economics.

BIBLIOGRAPHY

- AGUIRRE, I., S. COWAN and J. VICKERS (2010), "Monopoly Price Discrimination and Demand Curvature", *Am Econ Rev*, No:100(4), p.1601-15.
- AKMAN, P. (2012), *The Concept of Abuse in EU Competition Law*, Hart Publishing.
- ARMSTRONG, M. (2006), "Price Discrimination", <http://else.econ.ucl.ac.uk/papers/uploaded/222.pdf>, Date Accessed: 25.07.2013.
- BEARD, T. R., D. L. KASERMAN and M. L. STERN (2008), "Price Discrimination and Secondary-Line Competitive Injury: The Law versus the Economics", *The Antitrust Bulletin*, No:53(1), p.75-93.
- BISHOP, S. (2005), "Delivering Benefits to Consumers or per se Illegal?: Assessing the Competitive Effects of Loyalty Rebates", Swedish Competition Authority (ed.), in *The Pros and Cons of Price Discrimination*, p. 65-100
- BISHOP, S. and M. WALKER (2010), *The Economics of EC Competition Law: Concepts, Application and Measurement*, Third Edition, Sweet & Maxwell.
- BULMASH, H. (2012), "An Empirical Analysis of Secondary Line Price Discrimination Motivations", *JCLE*, No:8(2), p.361-397.
- DeGRABA, P. (1990), "Input Market Price Discrimination and the Choice of Technology", *Am Econ Rev*, No:80(5), p.1246-53.
- EAGCP (2005), "An Economic Approach to Article 82", http://ec.europa.eu/dgs/competition/economist/eagcp_july_21_05.pdf, Date Accessed: 15.07.2013.
- FLETCHER, A. (2005), "The Reform of Article 82: Recommendations on Key Policy Objectives", Competition Law Forum, Brussels, 15 March 2005, http://www.oft.gov.uk/shared_ofs/speeches/spe0205.pdf, Date Accessed: 28.07.2013.
- FURSE, M. (2001), "Monopoly Price Discrimination, Article 82 and the Competition Act", *ECLR*, No:22(5), p.149-155.
- GEHRIG, T. P. and R. STENBACKA (2005), "Price Discrimination, Competition and Antitrust", Swedish Competition Authority (ed.), in *The Pros and Cons of Price Discrimination*, p. 131-160.
- GERADIN, D. (2010), "Is the Guidance Paper on the Commission's Enforcement Priorities in Applying Article 102 TFEU to Abusive Exclusionary Conduct Useful?", http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1569502, Date Accessed: 10.07.2013.

GERADIN, D. and D. HENRY (2009), “Abuse of Dominance in the Postal Sector – The Contribution of the Guidance Paper on Article 82 EC”, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1435362, Date Accessed: 23.06.2013.

GERADIN, D. and N. PETIT (2006), “Price Discrimination under EC Competition Law: Another Antitrust Doctrine in Search of Limiting Principles?”, *JCLE*, No:2(3), p.479-531.

GERARD, D. (2005), “Price Discrimination under Article 82(2)(C) EC: Clearing up the Ambiguities”, GCLC Research Paper, <http://ssrn.com/abstract=1113354>, Date Accessed: 10.07.2013.

GIFFORD, D. J. and R. T. KUDRLE (2010), “The Law and Economics of Price Discrimination in Modern Economies: Time for Reconciliation?”, *U.C. Davis L. Rev.*, No:43(4), p.1235-93.

GORMSEN, L. L. (2010), *A Principled Approach to Abuse of Dominance In European Competition Law*, Cambridge University Press.

HOVENKAMP, H. (1999), *Federal Antitrust Policy The Law of Competition and Its Practice*, Second Edition, West Group.

JONES, A. and B. SUFRIN (2011), *EU Competition Law*, Fourth Edition, Oxford University Press.

KATZ, M. (1987), “The Welfare Effects of Third-Degree Price Discrimination in Intermediate Good Market”, *Am Econ Rev*, No:77(1), p. 154-167.

KLEIN, B. (2008), “Price Discrimination and Market Power”, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1657202, Date Accessed: 20.07.2013.

KROES N. (2005), “Preliminary Thoughts on Policy Review of Article 82”, Fordham Corporate Law Institute, NewYork, 23 November 2005, <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/05/537&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>, Date Accessed: 22.06.2013.

LAGE, S. M. and R. ALLENDESALAZAR (2006), “Community Policy on Discriminatory Pricing: A Practitioner’s Perspective”, C. D. Ehlermann and I. Atanasu (eds.), in *What is an Abuse of a Dominant Position?*, Hart Publishing, p. 325-354.

LANG J. T. and R. O’DONOGHUE (2002), “Defining Legitimate Competition: How to Clarify Pricing Abuses Under Article 82 EC”, *Fordham Int’l LJ*, No:26(1), p.83-162.

- LANGENFELD, J., L. WENQING and G. SCHINK (2003), "Economic Literature on Price Discrimination and Its Application to the Uniform Pricing of Gasoline", *Int J of the Economics of Business*, No:10(2), p.179-193.
- MONTI, M. (2006), "8th EU Competition Law and Policy Workshop, Florence, 6-7 June 2003", C. D. Ehlermann and I. Atanasiu (eds.), in *What is an abuse of a dominant position*, Hart Publishing, p. 3.
- MOTTA, M. (2004), *Competition Policy Theory and Practice*, Cambridge University Press.
- NAHATA, B., K. OSTASZEWSKI and P. K. SAHOO (1990), "Direction of Price Changes in Third-Degree Price Discrimination", *Am Econ Rev*, No:80(5), p.1254-58.
- NAZZINI, R. (2011), *The Foundations of European Union Competition Law*, Oxford University Press.
- OFT (2004), "Draft Guidelines on Assessment of Conduct", http://www.offt.gov.uk/shared_offt/business_leaflets/competition_law/offt414a.pdf, Date Accessed: 22.06.2013.
- O'DONOGHUE, R. (2006), "Over-Regulating Lower Prices-Time for a Rethink on Pricing Abuses under Article 82 EC", C. D. Ehlermann and I. Atanasiu (eds.), in *What is an abuse of a dominant position?*, Hart Publishing, p. 371-426.
- O'DONOGHUE, R. and A. J. PADILLA (2006), *The Law and Economics of Article 82 EC*, Hart Publishing.
- PACE, L. F. (2007), *European Antitrust Law*, Edward Elgar Publishing.
- PAPANDROPOULOS, P. (2007), "How Should Price Discrimination be Dealt with by Competition Authorities?", *Concurrences*, No:3, p. 34-38.
- P'BRIEN, D. P. and G. SCHAFFER (1994), "The Welfare Effects of Forbidding Discriminatory Discounts: A Secondary Line Analysis of Robinson-Patman", *J Law Econ*, No:10(2), p.296-318.
- PEEPERKORN, L. (2009), "Price Discrimination and Exploitation", B. E. Hawk (ed.), in *International Antitrust Law & Policy*, Juris Publishing, p. 611-634.
- PERROT, A. (2005), "Towards an Effects-Based Approach of Price Discrimination", Swedish Competition Authority (ed.), in *The Pros and Cons of Price Discrimination*, p. 161-186.
- RIDYARD, D. (2002), "Exclusionary Pricing and Price Discrimination Abuses under Article 82-an Economic Analysis", *ECLR*, No: 23(6), p.286-303.

SCHAMALANSEE, R. (1981), “Output and Welfare Implications of Monopolistic Third-Degree Price Discrimination”, *Am Econ Rev*, No:71(1), p.242-247.

SCHERER, F. M. and D. ROSS (1990), *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Third Edition, Houghton Mifflin Co.

SCHWARTZ, M. (1990), “Third Degree Price Discrimination and Output: Generalizing a Welfare Result”, *Am Econ Rev*, No:80(5), p.1259-62.

SULLIVAN, E. T. and H. HOVENKAMP (1999), *Antitrust Law, Policy and Procedure*, Fourth Edition, Lexis Law Publishing.

TIROLE, J. (1998), *The Theory of Industrial Organization*, Tenth Edition, The MIT Press.

VARIAN, H. R. (1985), “Price Discrimination and Social Welfare”, *Am Econ Rev*, No: 75(4), p.870-875.

WHISH, R. and D. BAILEY (2012), *Competition Law*, Seventh Edition, Oxford University Press.

YOSHIDA, Y. (2000), “Third-Degree Price Discrimination in Input Markets: Output and Welfare”, *Am Econ Rev*, No: 90(1), p.240-246.

TABLE OF CASES

Commission Decisions

Michelin (Case IV.29.491) Commission Decision 81/969/EEC [1981] OJ L353/33

HOV SVZ/MCN (Case IV/33.941) Commission Decision 94/210/EC [1994] OJ 1994 L104/34.

Brussels National Airport Commission Decision 95/364/EC [1995] OJ L216/8

Alpha Flight Services/Aéroports de Paris (Case IV/35.613) Commission Decision [1998] OJ L230/10

1998 Football World Cup (Case IV/36.888) Commission Decision 2000/12/EC [1999] OJ 2000 L5/55.

Virgin/British Airways (Case IV/D-2/34.780) Commission Decision 2000/74/EC [2000] OJ L 30/1.

Soda-Ash-Solvay (Case IV/33.133) Commission Decision C 91/299/EEC [2003] OJ L10/10.

Clearstream (Case COMP/38.096) Commission Decision 2009/C 165/05 [2005] 5 CMLR 1302.

Scandlines v Port of Helsingborg (Case COMP/A.36.568) [2006] 4 CMLR 1298.

Judgements of the General Court

T-228/97 *Irish Sugar v Commission* [1999] ECR II-2969.

T-128/98 *Aéroports de Paris v Commission* [2000] ECR II-3933.

T-219/99 *British Airways v Commission* [2003] ECR II-5917.

T-203/01 *Michelin v Commission* [2003] ECR II-4082.

Judgements of the Court of Justice of the European Union

C-13/63 *Italy v Commission* [1963] ECR 165.

C-40 to 48, 50, 54 to 56, 111, 113 and 114/73 *Coöperatieve Vereniging "Suiker Unie" v Commission* [1975] ECR 1663.

C-27/76 *United Brands v Commission* [1978] ECR 207.

C-85/76 *Hoffman-La Roche v Commission* [1979] ECR 461.

C-322/81 *Michelin v Commission* [1983] ECR 3461.

C-18/93 *Corsica Ferries v Corpo dei Piloti del Porto di Genova* [1994] ECR I-1783.

C-163/99 *Portugal v Commission* [2001] ECR I-2613.

C-95/04P *British Airways v Commission* [2006] ECR II-2969

YAYIN İLKELERİ VE MAKALE YAZIM KURALLARI / *PUBLICATION POLICY AND NOTES FOR CONTRIBUTORS*

1. YAYIN İLKELERİ

1. Yayın hayatına 2000 yılında başlayan Rekabet Dergisi, Rekabet Kurumu tarafından üç ayda bir yayımlanan hakemli bir dergidir. Dergide, rekabet hukuku, politikası ve sanayi iktisadi alanlarındaki Türkçe veya İngilizce özgün makalelere, vaka yorumları ve benzeri görüşler ile haberlere yer verilmektedir.

2. Rekabet Dergisi'nde yayımlanmak üzere rekabetdergisi@rekabet.gov.tr adresine gönderilen yazılar daha önce başka bir yerde yayımlanmamış veya yayımlanmak üzere gönderilmemiş olmalıdır. Yazarlar, yazılarıyla birlikte, iletişim adresi, telefon ve elektronik posta bilgilerini sunmalıdır. Gönderilen yazılar, Editörler tarafından, içerik ve "Makale Yazım Kuralları" başlığı altında belirtilen kurallara uygunluk bakımından değerlendirilir. Ardından, yazarın ismi gizlenerek, konu hakkında uzman iki hakeme gönderilir. Hakemlerden gelecek raporlar doğrultusunda yazının basılmasına, reddedilmesine veya yazardan düzeltme istenmesine karar verilecek ve bu durum yazara en kısa sürede bildirilecektir. Gerekli durumlarda üçüncü bir hakemin görüşüne başvurulabilir.

3. Rekabet Kurumu, Rekabet Dergisi'nde yayımlanacak her bir yazı karşılığında yazarına, telif ücreti olarak, **net 750 TL** öder. Ayrıca 10 adet dergi yazara ücretsiz olarak gönderilir.

2. MAKALE YAZIM KURALLARI

1. İlk sayfada şu bilgiler yer almalıdır:

- Yazının Türkçe ve İngilizce başlığı (Siyah ve tümü büyük harf karakterinde),
- Yazarın adı ve çalıştığı kuruluş (Yazı başlığının hemen altında, sayfanın sağına yanaştırılmış olarak yazar adı belirtilmeli ve soyadın sonuna bir yıldız konulmalıdır. Yıldızlı dipnotta ise, yazarın çalıştığı kuruluş ile unvanı belirtilmelidir),
- 200 kelimeyi aşmamak üzere Türkçe ve İngilizce özet,
- Türkçe ve İngilizce olarak beş anahtar kelime.

2. Yazılar, kaynakça bölümü dahil olmak üzere çift aralıklı olarak 12 punto Times New Roman karakteri ile yazılmalıdır. Dipnot ve tablolarda ise 10 punto harf büyüklüğü kullanılmalıdır. Dipnotlar numara sırasıyla sayfa altında gösterilmelidir. Tablo ve şekillere numara verilmeli; başlıkları üstünde, kaynakları ise altında yer almalıdır.

3. Kısaltılacak isim ilk defa kullanıldığında, kısaltılmadan ve parantez içinde kısaltması belirtilerek kullanılmalıdır.
4. Metin içerisinde kullanılan yabancı kelimeler italik olarak belirtilmelidir.
5. Metin içerisindeki başlıklar, “Giriş” ve “Sonuç” hariç olmak üzere, harf ya da Roma rakamı kullanılmaksızın aşağıdaki şekilde düzenlenmelidir:

1. KALIN VE TÜMÜ BÜYÜK HARF

1.1. Kalın ve Sadece İlk Harfler Büyük

1.1.1. Kalın ve Sadece İlk Harfler Büyük

6. Kaynaklara göndermeler dipnotlarla yapılmalıdır. Dipnotlar ise numara sırasıyla sayfa altlarında yer almalıdır. Metin içinde gönderme yapılan bütün kaynaklar, Kaynakça başlığı altında gösterilmelidir. Kaynakça alfabetik sıraya göre hazırlanmalıdır. Bir yazarın birden çok eserine başvurulmuşsa, bu durumda yakın tarihli eser sonra gösterilmelidir. Bir yazarın aynı tarihli birden çok eseri varsa, yayın tarihleri sonuna “a”, “b”, “c” gibi harfler eklenmelidir. Gönderme yapılırken ve kaynakça düzenlenirken uyulması gereken biçim kurallarına aşağıda yer verilmiştir:

a) Tek Yazarlı Kitap:

Metin içindeki ilk göndermede: WHISH, R. (2009), *Competition Law*, Sixth Edition, Oxford University Press, New York, US, s.72.

Diğer göndermelerde: Whish 2009, s.173.

Kaynakçada: WHISH, R. (2009), *Competition Law*, Sixth Edition, Oxford University Press, New York, US.

b) Tek Yazarlı Makale:

Metin içindeki ilk göndermede: WILS, W.P.J. (2005), “Is Criminalization of EU Competition Law the Answer?”, *World Competition*, No:28(2), s.117.

Diğer göndermelerde: Wils 2005, s.130.

Kaynakçada: WILS, W.P.J. (2005), “Is Criminalization of EU Competition Law the Answer?”, *World Competition*, No:28(2), s.117-159.

c) İki Yazarlı Eser:

Metin içindeki ilk göndermede: JONES, A. ve B. SUFRIN (2004), *EC Competition Law Text, Cases, and Materials*, Second Edition, Oxford University Press, New York, US, s.819-820.

Diğer göndermelerde: Jones ve Sufrin 2004, s.130.

Kaynakçada: JONES, A. ve B. SUFRIN (2004), *EC Competition Law Text, Cases, and Materials*, Second Edition, Oxford University Press, New York, US.

d) Üç ve Üçten Fazla Yazarlı Eser:

Metin içindeki ilk göndermede: NEVEN, D., P. PAPANDROPOULOS ve P. SEABRIGHT (1998), *Trawling for Minnows European Competition Policy and Agreements Between Firms*, Centre for Economic Policy Research, Great Britain, s.61.

Diğer göndermelerde: Neven vd. 1998, s.61.

Kaynakçada: NEVEN, D., P. PAPANDROPOULOS ve P. SEABRIGHT (1998), *Trawling for Minnows European Competition Policy and Agreements Between Firms*, Centre for Economic Policy Research, Great Britain.

e) Derleme İçinde Makale:

Metin içindeki ilk göndermede: GUERRIN, M. ve G. KYRIAZIS (1992), “Cartels: Proof and Procedural Issues”, B.E. Hawk (der.), *Annual Proceedings of the Fordham Corporate Law Institute International Antitrust Law and Policy* içinde, s.773.

Diğer göndermelerde: Guerrin ve Kyriazis 1992, s.813.

Kaynakçada: GUERRIN, M. ve G. KYRIAZIS (1992), “Cartels: Proof and Procedural Issues”, B.E. Hawk (der.), *Annual Proceedings of the Fordham Corporate Law Institute International Antitrust Law and Policy* içinde, s.773-843.

f) Yazarı Belli Olmayan Yayınlar, Raporlar vb.:

Metin içindeki ilk göndermede: OECD (2005), *Competition Law and Policy in Turkey*, OECD, Paris, s.24.

Diğer göndermelerde: OECD 2005, s.42.

Kaynakçada: OECD (2005), *Competition Law and Policy in Turkey*, OECD, Paris.

g) İnternette Alınan Kaynaklar:

Metin içindeki ilk göndermede: HAMMOND, S.D. (2006), “The U.S. Model of Negotiated Plea Agreements: A Good Deal With Benefits For All”, OECD Competition Committee Working Party No.3, Paris, France, <http://www.usdoj.gov/atr/public/speeches/219332.pdf>, Erişim Tarihi: 08.01.2009, s.5.

Diğer göndermelerde: Hammond 2006, s.8.

Kaynakçada: HAMMOND, S.D. (2006), “The U.S. Model of Negotiated Plea Agreements: A Good Deal With Benefits For All”, OECD Competition Committee Working Party No.3, Paris, France, <http://www.usdoj.gov/atr/public/speeches/219332.pdf>, Erişim Tarihi: 08.01.2009.

h) Tezler:

Metin içindeki ilk göndermede: KAYIHAN, L. (1999), *An Analysis of Vertical Restraints and Green Paper Implications*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Katholike Üniversiteit Leuven, Leuven, s.12.

Diğer göndermelerde: Kayıhan 1999, s.15.

Kaynakçada: KAYIHAN, L. (1999), *An Analysis of Vertical Restraints and Green Paper Implications*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Katholike Üniversiteit Leuven, Leuven.

YAYIN İLKELERİ VE MAKALE YAZIM KURALLARI / *PUBLICATION POLICY AND NOTES FOR CONTRIBUTORS*

1. PUBLICATION POLICY

1. Competition Journal, which started its life in 2000, is a refereed journal published quarterly by the Turkish Competition Authority. The journal publishes original articles, case comments and news in Turkish and English in the field of competition law, policy and industrial organization.

2. Articles submitted to the rekabetdergisi@rekabet.gov.tr address for publication in the Competition Journal must be neither previously published in nor submitted for publication to other journals. Authors should provide their contact addresses, telephone and electronic mail information alongside their articles. Articles sent are first checked by Editors for their compliance with the rules stated under the heading “Publication Policy and Notes for Contributors”. Afterwards, they are sent anonymously to two referees who are expert on the subject. According to the reports of the referees, a decision will be made on whether to publish or reject the article or request corrections from the author, and this decision will be notified to the author as soon as possible. If deemed necessary, the opinion of a third referee may be requested.

3. Turkish Competition Authority shall pay net **TL 750** as the copyright fee to the author of each article published in the Competition Journal. Also, 10 copies of the journal shall be sent to the author, free of charge.

2. NOTES FOR CONTRIBUTORS

1. The first page of the article should include the following information:

- a) Title of the article in Turkish and English (With bold and all caps fonts),
- b) Name of the author and the organization s/he works in (Name of the author should be indicated directly below the title of the article, aligned right, and an asterisk should be inserted after the surname. The relevant footnote should indicate where the author works and his/her title),
- c) An abstract of maximum 200 words in Turkish and English,
- d) Five keywords in Turkish and English,

2. Articles, including the bibliography section, should be written with a 12 point Times New Roman font, double-spaced. Footnotes and tables should use 10 point fonts. Footnotes should be included in numerical order at the bottom of each page. Tables and figures should be numbered; their titles should be indicated over the figure/table and the sources should be indicated below.

3. For its first instance, an abbreviated name should be used in its full form, with the abbreviation included in parenthesis.

4. Foreign terms used in the text should be in italics.

5. Headings, with the exception of “Introduction” and “Conclusion”, should be arranged without letters or Roman numerals as follows:

1. BOLD AND ALL CAPS

1.1. Bold and Only First Letters in Caps

1.1.1. Bold and Only First Letters in Caps

6. References to sources should be done in footnotes. Footnotes should be included in numerical order at the bottom of each page. All sources to be referenced in the text should be indicated under the heading Bibliography. Bibliography should be arranged in alphabetical order. If more than one title by an author is referenced, recent titles should be listed later. In case an author has more than one title with the same date, letters such as “a”, “b”, “c” should be appended to the date of publication. Formatting rules to follow in references and in the bibliography are listed below:

a) For Books with one Author:

For the first reference in the text: WHISH, R. (2009), *Competition Law*, Sixth Edition, Oxford University Press, New York, US, p.72.

For other references: Whish 2009, p.173.

In the bibliography: WHISH, R. (2009), *Competition Law*, Sixth Edition, Oxford University Press, New York, US.

b) For Articles with one Author:

For the first reference in the text: WILS, W.P.J. (2005), “Is Criminalization of EU Competition Law the Answer?”, *World Competition*, No:28(2), p.117.

For other references: Wils 2005, p.130.

In the bibliography: WILS, W.P.J. (2005), “Is Criminalization of EU Competition Law the Answer?”, *World Competition*, No:28(2), p.117-159.

c) For Books and Articles with Two Authors:

For the first reference in the text: JONES, A. and B. SUFRIN (2004), *EC Competition Law Text, Cases, and Materials*, Second Edition, Oxford University Press, New York, US, p.819-820.

For other references: Jones and Sufrin 2004, p.130.

In the bibliography: JONES, A. and B. SUFRIN (2004), *EC Competition Law Text, Cases, and Materials*, Second Edition, Oxford University Press, New York, US.

d) For Books and Articles with Three or More Than Three Authors:

For the first reference in the text: NEVEN, D., P. PAPANDROPOULOS and P. SEABRIGHT (1998), *Trawling for Minnows European Competition Policy and Agreements Between Firms*, Centre for Economic Policy Research, Great Britain, p.61.

For other references: Neven et al. 1998, p.61.

In the bibliography: NEVEN, D., P. PAPANDROPOULOS and P. SEABRIGHT (1998), *Trawling for Minnows European Competition Policy and Agreements Between Firms*, Centre for Economic Policy Research, Great Britain.

e) For Articles in Edited Publications:

For the first reference in the text: GUERRIN, M. and G. KYRIAZIS (1992), "Cartels: Proof and Procedural Issues", B.E. Hawk (ed.), in *Annual Proceedings of the Fordham Corporate Law Institute International Antitrust Law and Policy*, p.773.

For other references: Guerrin and Kyriazis 1992, p.813.

In the bibliography: GUERRIN, M. and G. KYRIAZIS (1992), "Cartels: Proof and Procedural Issues", B.E. Hawk (ed.), in *Annual Proceedings of the Fordham Corporate Law Institute International Antitrust Law and Policy*, p.773-843.

f) For Publications, Reports, etc. without an Author:

For the first reference in the text: OECD (2005), *Competition Law and Policy in Turkey*, OECD, Paris, p.24.

For other references: OECD 2005, p.42.

In the bibliography: OECD (2005), *Competition Law and Policy in Turkey*, OECD, Paris.

g) For Sources from the Internet:

For the first reference in the text: HAMMOND, S.D. (2006), “The U.S. Model of Negotiated Plea Agreements: A Good Deal With Benefits For All”, OECD Competition Committee Working Party No.3, Paris, France, <http://www.usdoj.gov/atr/public/speeches/219332.pdf>, Date Accessed: 08.01.2009, p.5.

For other references: Hammond 2006, p.8.

In the bibliography: HAMMOND, S.D. (2006), “The U.S. Model of Negotiated Plea Agreements: A Good Deal With Benefits For All”, OECD Competition Committee Working Party No.3, Paris, France, <http://www.usdoj.gov/atr/public/speeches/219332.pdf>, Date Accessed: 08.01.2009.

h) For Thesis:

For the first reference in the text: KAYIHAN, L. (1999), *An Analysis of Vertical Restraints and Green Paper Implications*, Unpublished Graduate Thesis, Katholike Üniversiteit Leuven, Leuven, p.12.

For other references: Kayıhan 1999, p.15.

In the bibliography: KAYIHAN, L. (1999), *An Analysis of Vertical Restraints and Green Paper Implications*, Unpublished Graduate Thesis, Katholike Üniversiteit Leuven, Leuven.



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

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

ISSN 1302-552X



9 771302 552009