

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**PİYASALARIN REKABETÇİ İŞLEVLERİNİ
SÜRDÜRMESİNDE REKABET HUKUKUNUN ROLÜ:
PİYASAYA GİRİŞ ENGELLERİNİN REKABET
HUKUKU AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**

**DOKTORA TEZİ
Şaban ESEN**

**Enstitü Ana Bilim Dalı : İşletme
Enstitü Bilim Dalı : Yönetim Organizasyon**

Tez Danışmanı : Doç. Dr. Mehmet BARCA

MAYIS-2006

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**PİYASALARIN REKABETÇİ İŞLEVLERİNİ
SÜRDÜRMEİNDE REKABET HUKUKUNUN ROLÜ:
PİYASAYA GİRİŞ ENGELLERİNİN REKABET
HUKUKU AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ**

DOKTORA TEZİ
Şaban ESEN

Enstitü Ana Bilim Dalı : İşletme
Enstitü Bilim Dalı : Yönetim Organizasyon

Bu tez/..../2006 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği/Oyçokluğu ile kabul edilmiştir.

Jüri Başkanı

Jüri Üyesi

Jüri Üyesi

BEYAN

Bu tezin hazırlanmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkalarının eserinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalışması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Şaban ESEN

29.05.2006

ÖNSÖZ

“Piyasaların Rekabetçi İşlevlerini Sürdürmesinde Rekabet Hukukunun Rolü: Piyasaya Giriş Engellerinin Rekabet Hukuku Açısından Değerlendirilmesi” adlı bu çalışmada, piyasaların rekabetçi işlevini sürdürmesi noktasında, piyasaya girişlerin engellenmesinin arkasında yatan sebepleri ve bu konuda öne çıkan görüşleri de göz önüne alarak Rekabet Hukuku’nun önemi ortaya konmaya çalışacaktır.

Endüstrideki yerleşik firmaların rekabet avantajı yaratmada ve bu avantajı sürdürmede rakiplerini zorlamaları rekabet sürecinin doğası gereğidir. Ancak, yerleşik firmaların gerek aralarında anlaşarak ve gerekse hakim durumdaki bir teşebbüsün bu hakim durumunu kötüye kullanarak, endüstrideki yerleşik firmaları pazar dışına itmek veya yeni girecek firmaları rekabet sürecine aykırı olarak engellemesi rekabet sürecine aykırıdır ve rekabet yasalarıyla yasaklanmıştır.

Bu çalışmada, hem stratejik yönetim açısından, hem de iktisat okulları açısından piyasaların işleyişi ve firmaların rekabet avantajı yaratma ve sürdürme çabaları açısından Rekabet Hukuku’nun piyasaların rekabetçi işlevini sürdürmedeki rolü ortaya konmaya çalışılacaktır.

Bu çalışmanın ortaya çıkmasında, başta danışman hocam Doç.Dr. Mehmet BARCA olmak üzere, tez izleme jürimdeki hocalarım Prof.Dr. Gültekin YILDIZ ve Prof.Dr. Engin YILDIRIM’a teşekkürü bir borç bilirim.

29.05.2006

Şaban ESEN

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR	iv
TABLO LİSTESİ	v
ŞEKİL LİSTESİ	vi
ÖZET	vii
SUMMARY	viii

GİRİŞ	1
--------------------	----------

BÖLÜM 1 : REKABET KAVRAMI VE REKABET HUKUKU’NUN TARİHİ

GELİŞİMİ	22
-----------------------	-----------

1.1. Rekabetin Tanımı ve Rekabet Piyasaları.....	22
1.1.1. Rekabet Nedir.....	23
1.1.2. İktisat Okullarına Göre Rekabet.....	25
1.1.3. Piyasalar Açısından Rekabet.....	30
1.1.4. Alternatif Rekabet Piyasası Tanımları.....	40
1.2. Rekabet Politikası ve Rekabet Hukuku’nun Gerekliliği.....	43
1.2.1. Rekabet Politikası ve Rekabet Politikasının Kapsamı.....	43
1.2.2. Rekabet Hukuku’nun Gerekliliği.....	47
1.3. Rekabet Hukuku Hakkında Genel Bilgiler.....	48
1.3.1. Rekabet Hukuku ve Rekabet Hukuk Sistemleri	49
1.3.2. Rekabet Hukuku’nun Diğer Disiplinlerle İlişkisi.....	54
1.3.3. Rekabet Hukuku’ndan Beklenen Faydalar.....	57
1.3.4. Rekabet Hukuku ile Haksız Rekabet Hükümlerinin Karşılaştırılması... ..	64
1.4. Rekabet Hukuku’nun Tarihi Gelişim.....	67
1.4.1. Amerika Birleşik Devletleri’nde Rekabet Hukuku.....	67
1.4.2. Avrupa Birliği’nde Rekabet Hukuku	71
1.4.3. Türkiye’de Rekabet Hukuku.....	76

BÖLÜM 2 : GİRİŞ ENGELLERİNE İKTİSAT OKULLARI AÇISINDAN

YAKLAŞIM	90
2.1. Giriş Engeli Kavramı	91
2.2. İktisat Okullarının Rekabet Sürecine Yaklaşımları.....	96
2.2.1. Harvard Okulu'nun Rekabet Sürecine Yaklaşımı.....	99
2.2.2. Chicago Okulu'nun Rekabet Sürecine Yaklaşımı.....	103
2.3. İktisat Okullarının Giriş Engellerine Yaklaşımı.....	105
2.3.1. Harvard Okulu'nun Giriş Engellerine Yaklaşımı.....	106
2.3.2. Chicago Okulu'nun Giriş Engeline Yaklaşımı.....	107
2.4. Harvard ve Chicago Okullarının Karşılaştırması.....	108

BÖLÜM 3 : GİRİŞ ENGELLERİNE STRATEJİK YÖNETİM AÇISINDAN

YAKLAŞIM.....	113
3.1. Stratejik Yönetim Kavramı.....	114
3.2. İşletmeler Arasındaki Kar Farklılığının Kaynağı Nedir?.....	115
3.2.1. Pozisyon Yaklaşımına Göre Kar Farklılığının Kaynağı.....	115
3.2.2. Kaynaklara Dayalı Yaklaşımına Göre Kar Farklılığının Kaynağı.....	128
3.3. Kar Farklılığını Sürdürülebilir Kılma Stratejileri.....	132
3.3.1. Pozisyon Yaklaşımı Stratejisi.....	132
3.3.2. Kaynaklara Dayalı Yaklaşım Stratejisi.....	134
3.4. Pozisyon Yaklaşımı ve Kaynaklara Dayalı Yaklaşım Stratejileri Birbirlerini Dışlıyor Mu Tamamlıyor Mu?.....	135
3.5. Stratejik Yönetim Yaklaşımında Öne Sürülen Giriş Engelleri Rekabet Hukuku İle Çatışıyor Mu Uyuşuyor Mu?.....	136

BÖLÜM 4: GİRİŞ ENGELLERİNE REKABET HUKUKU AÇISINDAN

YAKLAŞIM.....	140
4.1. Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlarla Girişlerin Engellenmesi.....	141
4.1.1. Anlaşma.....	143
4.1.2. Uyumlu Eylem.....	144
4.1.3. Teşebbüs Birliği Kararları.....	145

4.2. Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Suretiyle Girişlerin Engellenmesi.....	147
4.2.1. Hakim Durumun Göstergesi Olan Faktörler	151
4.2.2. Hakim Durumun Kötüye Kullanılmasıyla Girişlerin Engellenmesi...155	

BÖLÜM 5: GİRİŞ ENGELLERİ GEREKÇESİYLE AÇILAN SORUŞTURMALARIN, STRATEJİK YÖNETİM, İKTİSAT OKULLARI VE REKABET KANUNU AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ160

5.1. Zorunlu Unsurlara Erişimin Engellenmesi Suretiyle Girişlerin Engellenmesi.....	162
5.1.1. Mutlak Maliyet Avantajları.....	163
5.1.2. Zorunlu Unsur Doktrini.....	165
5.1.3. Zorunlu Unsur Uygulamasında Genel Kriterler.....	167
5.2. Tekelci Anlaşmalarla Girişlerin Engellenmesi.....	179
5.3. Reklamlar Suretiyle Girişlerin Engellenmesi.....	183
5.4. Teşebbüs Birliği Kararlarıyla Girişlerin Engellenmesi.....	188
5.5. Yıkıcı Fiyatlamalar Yoluyla Girişlerin Engellenmesi.....	195
5.6. Devletin Düzenleyici Faaliyetlerinden Kaynaklanan Giriş Engelleri...199	
5.6.1. Gümrük Tarifeleri.....	199
5.6.2. Yasal ve İdari Giriş Engelleri.....	199
5.6.3. Kamu Şirketlerinin Yarattığı Giriş Engelleri.....	200

SONUÇ VE ÖNERİLER.....204

KAYNAKLAR.....228

EKLER.....248

Ek 1: Rekabet Kurumu Teşkilatı ve Araştırma ve İncelemelerde Usul.....248

Ek 2: Rekabet Kurumu Meslek Personeli Seçim Süreci ve Eğitim Bilgileri264

ÖZGEÇMİŞ.....266

KISALTMALAR

AAET	:	Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu
AB	:	Avrupa Birliği
AET	:	Avrupa Ekonomik Topluluğu
Age	:	Adı geçen eser
AKÇT	:	Avrupa Kömür ve elik Topluluğu
AT	:	Avrupa Topluluğu
ATAD	:	Avrupa Toplulukları Adalet Divanı
Bknz	:	Bakınız
DİE	:	Devlet İstatistik Enstitüsü
DPT	:	Devlet Planlama Teşkilatı
FTC	:	Federal Ticaret Komisyonu
IO	:	Industrial Organization (Endüstriyel Organizasyon)
OECD	:	Organization for Economic Cooperation and Development (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma rgt)
OFT	:	Office of Fair Trading (Adil Rekabet Bürosu-İngiltere)
RK	:	Rekabet Kanunu
RKHK	:	Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun

TABLO LİSTESİ

Sayfa No

Tablo 1 : Rekabet Yapılarına Göre Piyasalar... ..	31
Tablo 2 : Avrupa Topluluğu Rekabet Politikaları.....	75
Tablo 3 : AB ve Türkiye Rekabet Mevzuatı Karşılaştırması.....	79
Tablo 4 : Harvard ve Chicago Okullarının Piyasaların İşleyişine Yaklaşımları.....	109
Tablo 5 : Endüstri alt dallarına göre karlılık Göstergeleri (1971-1990).....	116
Tablo 6 : Porter'ın Rekabet Dinamiği: Endüstri Yapısının Unsurları.....	118
Tablo 7 : Genel Stratejilerin Gerektirdiği Beceriler ve Gereklilikler.....	127
Tablo 8 : Sektör İçi Kar Farklılıkları.....	129
Tablo 9 : İşletmeler Arasındaki Kar Farklılıkları Bulgularının Karşılaştırması.....	136
Tablo 10 : 1995'ten Günümüze TÜRSAB'a Giriş Ücretleri ve Yıllık Aidatlar.....	190

ŞEKİL LİSTESİ

	Sayfa No
Şekil 1 : Rekabet Yapılarına Göre Piyasalar.....	33
Şekil 2 : Yapı-Davranış Performans Paradigması.....	101
Şekil 3 : Engeller ve Karlılık.....	117

Tezin Başlığı: Piyasaların Rekabetçi İşlevlerini Sürdürmesinde Rekabet Hukukunun Rolü: Piyasaya Giriş Engellerinin Rekabet Hukuku Açısından Değerlendirilmesi	
Tezin Yazarı: Şaban Esen	Danışmanı: Doç.Dr.Mehmet Barca
Kabul Tarihi: 29.06.2006	Sayfa Sayısı: VIII (Ön Kısım) + 246 (Tez) +16 (ekler)
Anabilimdalı: İşletme	Bilimdalı: Yönetim Organizasyon
<p>Piyasaya girişlerin engellenmesi suretiyle rekabetin aksatılması ticari hayatta sıkça karşılaşılan bir uygulamadır. Bu çalışmada, piyasaya girişleri engellendiği iddiasıyla Rekabet Kurumu'na yapılan başvuruların değerlendirilmesinde rekabet yasaları, iktisat teorileri ve stratejik yönetim yaklaşımlarını da bir araya getirerek, rekabet hukukunun piyasaların düzenlenmesindeki rolünü ortaya koymak amaçlanmıştır.</p> <p>Bu anlamda çalışmanın temel sorunsalı, piyasaya girişlerin engellenmesi bağlamında piyasa yapı ve süreçlerinin rekabetçi işlevlerini sağlama ve sürdürmede Rekabet Hukukunun rolü nedir sorusudur. Bu soru giriş bölümünde yan sorularla desteklenmiş ve çalışmanın temel çatisını oluşturmuştur.</p> <p>Bu çalışmada, “stratejik yönetim ve iktisat kuramında giriş engellerinin piyasa üzerindeki etkisinin rekabeti geliştirme/sınırlandırma konusundaki görüşlerde gözlemlenen belirsizlik, farklılık ve çatışmalar veri alındığında, söz konusu kuramlara dayanan rekabet hukukunun giriş engellerini tanımlama ve hakimlerin kararlarına da yansiyacağı ve dolayısıyla piyasa rekabetini geliştirici veya koruyucu rolünün kesin değil, tartışmaya açık tercihler üzerinde kaldığı” tezi ileri sürülmektedir.</p> <p>Bu çalışma, ikincil verilerin taranmasıyla oluşturulmuş kuramsal bir çalışmadır. Bu çerçevede, 1997-2005 arasında rekabeti geliştirici ve koruyucu amaca yönelik olarak verilen giriş engelleri kararlarının stratejik yönetim ve iktisat kuramındaki çeşitli bakış açılarına göre değerlendirilerek, Rekabet Kurumu'nun piyasaların rekabetçi yapısını koruma ve geliştirmede ne ölçüde amaçlarını gerçekleştirmede başarılı olduğu tartışılacaktır.</p> <p>Bu çerçevede, rekabet hukukunun gelişiminde Harvard ve Chicago iktisat okullarının önemli katkıları olduğu, mahkeme hakimlerinin kararlarına referans teşkil ettikleri, ülkemiz rekabet hukuk sisteminin de bu iktisadi düşüncelerden etkilendiği ancak bunun mutlak bir etkilenme olmadığı sonucuna varılmıştır. Diğer yandan girişlerin engellenmesinin altında yatan temel nedenlerin firmaların elde ettikleri rekabet avantajını sürdürebilmek için uyguladıkları stratejiden kaynaklandığı, bu stratejilerin bir kısmının rekabet hukuku ile uyumlu bir kısmının ise çatıştığı görülmüştür.</p> <p>Rekabet Kurumunun faaliyetine başladığı 1997 yılından Haziran 2005 yılına kadar, Kuruma 344 rekabet ihlali başvurusu yapıldığı ve bu başvurulardan 8 tanesinin giriş engelleriyle ilgili olduğu tespit edilmiştir. Rekabet Kurumu 8 soruşturmanın 5'inde girişlerin engellendiğin tespit etmiştir. Toplam soruşturmalar göz önüne alındığında bu oran % 2.32'dir. Toplam soruşturmalar içinde giriş engeli tespit edilen soruşturma sayısı ise % 1.45'dir. Bu açıdan baktığında girişlerin engellenmesi nedeniyle oluşturulan rekabet ihlali önemli bir yer tutmamaktadır. Diğer taraftan 8 soruşturmada 5'inde girişlerin engellendiği tespiti göz önüne alındığında ise (%62.5), giriş engellerinin ihmal edilemeyecek derecede önemli olduğunu göstermektedir.</p>	
Anahtar kelimeler: Rekabet Hukuku, İktisat Okulları, Stratejik Yönetim, Rekabet Kurumu, Giriş Engelleri	

Title of the Thesis: The Role Of Competition Law on Sustaining The Competitive Functions of Markets : Evaluation of Entry Barriers in Terms of Competition Law

Author: Şaban Esen **Supervisor:** Assoc. Prof.Dr. Mehmet BARCA

Date: 29.06.2006 **Nu.of.pages:**VIII(pre text)+246(main body)+16(appendices)

Department: Business **Subfield:** Management Organization

Impeding competition by preventing entries to the market is a frequently confronted application in commercial life. In this study, it is aimed at explaining the role of competition law on regulating the markets by bringing together the competition legislations, theories of economics and strategic management approaches in the evaluation of applications to the Council of Competition claiming that their entries are prevented.

In this context, the main problem of this study is the question “What is the role of Competition Law on activating and sustaining the competitive functions of market structure and process on the basis of barriers to entry?”. This question was supported by subsidiary questions in the introduction part and formed the basic framework of the study.

In this study the thesis “when the vagueness, difference and conflict of the ideas concerning improvement and/or restriction of competition by the effect of entry barriers on markets in the theories of strategic management and economics are considered, the role - as reflected in verdicts of judges - of the competition law based on the theories in question on defining entry barriers and improving and maintaining competition is not definite but disputable” was put forward.

This study is a theoretical one carried out by scanning the secondary data. Within this framework, decision about entry barriers between 1997-2005 aiming at developing and protecting competition will be evaluated according to various viewpoint in strategic management and economics theory and it will be discussed to what extent has the Competition Authority become successful in protecting and developing the competitive structure of the market.

Within this framework, it was concluded that Harvard and Chicago Schools of Economics had considerable contributions on the development of competition law, they formed a reference point for the judgments and the competition law system of Turkey was affected by these economic considerations but it was not an absolute effect. In addition, it was discovered that the underlying causes of the prevention of entries resulted from the strategies that were used by the companies to sustain the competition advantage they had and some of these strategies were compatible and some were incompatible with the competition law.

It was determined that 344 applications regarding the violation of competition were made to the Council of Competition from 1997, in which the council started to work to June, 2005 and 8 of these applications were concerned with entry barriers. The Council ruled that in five of eight investigations entries were prevented. When the total number of the investigations was considered, the rate was 2.32 %. In the total number of investigations, the number of the investigations in which entry barriers were found was 1.45 %. When considered in this way, competition violations by preventing entries don't have a significant share in total number of competition violations. On the other hand, when it is considered that in 5 of the 8 investigations (62.5 %) it was concluded that the entries were prevented, entry barriers are so important that they can't be neglected.

Keywords: Competition Law, Competition Authority, Entry Barriers, Strategic Management, Schools of Economics

GİRİŞ

Bu çalışmanın amacı; endüstrideki yerleşik firmaların rekabet avantajlarını sürdürmek amacıyla oluşturdukları giriş engellerinin, Rekabet Hukuku, iktisat okulları ve stratejik yönetim yaklaşımları açısından değerlendirilerek, Rekabet Hukuku'nun piyasaların rekabetçi işlevini sürdürmesi sürecindeki rolünü ortaya koymaktır.

Bu anlamda çalışmanın sorunsalı; piyasaya girişlerin engellenmesi bağlamında piyasa yapı ve süreçlerinin rekabetçi işlevlerini sağlama ve sürdürmede Rekabet Hukuku'nun rolü nedir sorusuna yanıt aramak olacaktır.

Piyasaların düzenlenmesiyle ilgili olarak iki temel iktisadi görüş öne çıkmaktadır. Bunlardan birincisi, Klasik iktisadi görüştür. Klasik iktisadi görüş, piyasaların işleyişini yapı-davranış-performans paradigmasıyla açıklamaktadır. Yapı, piyasanın aldığı şekildir; davranış ise, bu şekil içinde firmanın hareketlerini belirler. Performans bu eylemler sonucunda firmanın karlılığını gösterir. Yapı-davranış-performans paradigmasına göre devletin görevi, piyasa yapısında rekabet engellerine izin vermemektir. Şayet piyasa yapısı rekabete elverişli değilse, firma davranışlarını gözetererek bu davranışların hakim gücün kötüye kullanılmasını engellemektir. Bu görüşe göre, piyasalardaki firmalar kendi karlarını maksimize etmek için sürekli bir arayış içindedirler. Bu nedenle devlet, piyasaların işleyişinde Rekabet Hukuku vasıtasıyla etkinliğini her zaman hissettirmelidir. Çeşitli eleştirilere rağmen, Klasik iktisadi görüşün günümüzde de geçerliliğini koruduğunu söyleyebiliriz.

Piyasaların işleyişiyle ilgili ikinci görüş ise, 1970'li yıllarda Chicago Okulu iktisatçıları tarafından geliştirilmiştir. Bu görüş, Klasiklerin aksine, piyasaların işleyişinde devletin rolünün en aza indirilmesi yönündedir. Piyasaya duydukları aşırı güvenle, piyasaların etkin olanı etkin olmayandan, devletten daha iyi ayırt edebileceğini, dolayısıyla devletin piyasalara fazla müdahalede bulunmaması gerektiğini belirtmektedirler.

Piyasaların düzenlenmesiyle ilgili bu görüşler, Rekabet Hukuku düzenlemelerine de yansımış, başlangıçta katı bir uygulama sergileyen ABD rekabet mahkemeleri daha sonra ılımlı bir yaklaşım sergilemeye başlamışlardır.

Bu konuda ele alınması gereken bir diğerk yaklaşım ise, stratejik yönetim yaklaşımıdır. Özellikle 1960'lı yıllardan sonra firmaların nasıl daha başarılı olması gerektiği konusundaki öne sürülen görüşler, yeni bir yaklaşımın doğmasına yol açmıştır. Bu konuda 1980 ve 1985 yıllarında yazdığı iki kitapla haklı bir ün kazanan Porter, firmaların nasıl rekabet avantajı sağlayacağı ve bunu nasıl sürdüreceğiyle ilgili görüşleri oldukça kabul görmüştür. Fakat stratejik yönetim yaklaşımının ideal piyasa tanımı, Rekabet Hukuku'nun oluşturmak istediği piyasa yapısıyla çatışma halindedir. Bu nedenle bu çalışmada piyasalar ve rekabet süreci, iktisat okulları, stratejik yönetim yaklaşımları ve Rekabet Hukuku açısından nasıl rekabetçi bir yapıya sahip kılınabilir sorusuna yanıt aranmaya çalışılacaktır. Bu çerçevede çalışmamızı yönlendirecek alt sorunlar şu şekilde formüle edilebilir:

1. Rekabetin geliştirilmesi ve korunmasında devletin misyonu nedir ve ne tür düzenleme ve müdahaleler ile bunu sağlamaktadır? Bunlar arasında Rekabet Hukuku'nun yeri ve önemi nedir?
2. Devletin misyonu ve (rekabet) hukukunun yerine ilişkin alternatif görüşler nelerdir?
3. İşletmelerin hangi stratejik davranışları rekabeti geliştirici ve sınırlayıcı etki yaratır?
4. Rekabet Hukuku hangi eylemleri rekabetin ihlali olarak görmektedir?
5. Giriş engellerini stratejik bir davranış olarak gören stratejik yönetim yaklaşımı ile giriş engellerinin meşruluk sınırlarını çizen Rekabet Hukuku arasında örtüşme ve çatışma noktaları nelerdir?
6. Piyasaya girişlerin engellenmesi bağlamında Rekabet Kurumu'nun aldığı kararlar hangi iktisat okulunun rekabete ilişkin görüşlerini daha çok yansıtmaktadır ?
7. Rekabeti sınırlayıcı veya ortadan kaldıracı eylemler arasında giriş engelleri önemli bir yer tutmakta mıdır? Hangi giriş engelleri daha çok ihlallere konu olmaktadır? Giriş engelleri eylem sıklığı ve türü, sektörden sektöre farklılıklar göstermekte midir?

Yukarıdaki sorular bir bütün olarak düşünülduğünde temel özne, rekabet kavramıdır. Rekabet kavramı ise, serbest piyasalarda bir anlam ifade etmektedir.

Ancak, serbest piyasa sistemi, ismindeki serbestlik kelimesinden yola çıkılarak, başta kişilerin “birbirlerini aldatmaları olmak üzere” kısa yoldan köşeyi dönmek için her şeyi yapmanın serbest olduğu bir sistem anlamına gelmediği gibi, kendi başına da aksamadan işleyen bir sistem değildir.

Dolayısıyla serbest piyasa sistemi içerisinde teşebbüslerin bir kısmı, rekabetin istenilen sonuçlarını (hem kendileri açısından hem de tüketiciler açısından) ortaya koyabilmek için, rakipleriyle yoğun bir yarışma içine girerler. Yeni ürün geliştirme, yeni üretim teknolojileri oluşturma, yeni yönetim teknikleri geliştirme, ar-ge faaliyetlerine ağırlık verme gibi alanlarda kıyasıya bir rekabet başlar. Yine bazı teşebbüsler de uzun vadede, tüketicilerin, küçük işletmelerin ve içinde buldukları toplumun aleyhine olarak, birleşme (tröst), üretim miktarını kontrol etme, bölge paylaşımı, kendi aralarında gizli anlaşmalarla piyasaya yeni girişleri engelleme yollarına baş vurarak kısa vadede karlarını maksimize etme uğraşısı içinde olabilmektedirler.

Serbest piyasa sisteminin işleyişte büyük ölçüde ahlaki değerlere sahip olduğu, bir başka deyişle serbest piyasanın kendine özgü kurumları, kuralları ve ahlakı olan bir sistem olduğu iddia edilmektedir. Bu bağlamda şu özdeyiş kapitalist felsefeyi anlamlı biçimde özetlemektedir. “*Şövalyelik, kahramanlığa; krallık, şeref; kapitalizm, ahlaka dayanır*” (Alpugan, 1998:70). Özdeyiş, güçlü duygulara hitap etmekle birlikte, tıpkı tam rekabet piyasasının ulaşılamayan bir varsayım olması gibi, kapitalizmin ahlaki değerle üzerinde yükseleceği veya yükselmesi gerektiği fikri de aslında arzulanan; ancak günümüzde çok sık rastlanmayan bir olguya işaret etmektedir.

İktisat Biliminin babası olarak kabul edilen Smith, serbest piyasa sistemine duyduğu güvenle piyasaların devlet müdahalesi olmaksızın da kendinden beklenen etkinliği göstereceğini iddia etmiştir. Ancak Smith’in öngörülleri gerçekleşen durumla örtüşmemiştir. Serbest piyasalar başı boş bırakıldığında, piyasadaki aktörler (teşebbüsler), toplumsal refah kayıpları pahasına kendi karlarını maksimize etmek için çeşitli anlaşma ve birleşme içerisine girmektedirler. Özellikle ABD’de, daha önce rekabet halinde olan işletmelerin, “tröst” şeklinde örgütlenmek suretiyle aralarındaki rekabeti ortadan kaldırmaları, rekabete ilişkin hukuki düzenlemelerin başlıca kaynağını

ve Rekabet Hukuku'nun temel kavramlarını oluşturan "kartel" ve "tröst" kavramlarının bu ülkede ortaya çıkmasına neden olmuştur. Akaryakıt, şeker, pamuk gibi ürünlerde tekelleşme, demiryolu taşımacılığında demiryolu şirketlerinin teşvikler ve imtiyazlarla elde ettikleri güçlü durum ve bu işletmelerin gizli anlaşmalarla hakimiyetlerini daha da güçlendirmeleri; küçük ölçekli işletme sahiplerini ve çiftçileri harekete geçirmiştir. Tekellerin denetlenmesi ve düzenlenmesi amacıyla oluşturulan baskı sonucunda ilk Antitröst Yasası (Scherman Act) 1890 yılında ADB'de kabul edilmiştir.

Artık günümüzde piyasaların düzenlenmesi noktasında, (serbest piyasa modelini uygulayan ülkelerde) rekabet politikalarının gerekli olup olmadığı tartışılmamaktadır. Tartışılan nokta, devletin piyasalara müdahalede sınırının ne olması noktasında odaklanmaktadır.

Bu aşamada ise, iki temel görüş ağırlık kazanmaktadır. Bunlardan birincisi, piyasaların işleyişinde devletin rekabet politikaları yoluyla piyasalara müdahale edebileceğini, çünkü piyasadaki teşebbüslerin kendi çıkarları doğrultusunda faaliyet gösterdiğini, iddia eden Klasik (yapı-davranış-performans) görüşüdür. İkinci görüş ise, devletin piyasaların işleyişine çok gerekli olmadıkça müdahale etmemesi gerektiği yönündeki Liberal (Chicago Okulu) görüşüdür. Bu konudaki okulların ayrıntılı incelemesi ilerleyen bölümde detaylı olarak yapılacaktır.

Piyasaların rekabetçi işlevini sürdürmesi noktasında ülkemizdeki çalışmalara da değinmek gerekirse, bu konudaki çalışmalar 1970'li yıllara kadar götürülebilir. Ancak bu çalışmalardan 1994 yılına kadar bir sonuç alınamamıştır. Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (RKHK), 1994 yılında kabul edilmiş ve kanunu uygulamaktan sorumlu Rekabet Kurumu teşkilatlanmasını tamamlayarak 1997 yılından itibaren faaliyete başlamıştır.

Rekabetin korunması hakkında kanunun gerekçesinde de belirtildiği üzere, ülkemizde var olan ekonomik sistem, serbest piyasa ya da pazar ekonomisidir. Bu sistemin temel özelliği ekonominin merkezi bir karar biriminin yönetimine bırakılmadığı, bilakis piyasa dinamiklerine dayalı olarak yönlendirildiği bir ekonomik düzeni ifade etmektedir. Buna göre ekonomik birimlerin yönlendirilmesi ve koordinasyonu; arz ve talep miktarının belirlenmesi, malların fiyatının oluşumu, fiyat, miktar, kalite ve diğer şartlara ilişkin bilginin elde edilmesi gibi temel ekonomik fonksiyonlar piyasalarda

gerçekleşmekte ve piyasalar tarafından belirlenmektedir. Piyasa ekonomilerinde işlerliğin sağlanması ve korunması için uygulanan ekonomik politikanın temel ve merkezi unsuru rekabettir. Başka bir deyişle rekabet, ancak piyasa ekonomisi ile bir varlığa sahiptir ve piyasa ekonomisinin işlerliği sağlıklı bir rekabet ortamının varlığına bağlıdır.

Rekabet Kanunu'nun amacı ise *“mal ve hizmet piyasalarındaki rekabeti engelleyici, bozucu ve kısıtlayıcı anlaşma, karar ve uygulamaları ve piyasaya hakim olan teşebbüslerin bu hakimiyetlerini kötüye kullanmalarını önlemek, bunun için gerekli düzenleme ve denetlemeleri yaparak rekabetin korunmasını sağlamaktır”* şeklinde açıklanmıştır.

Rekabet kanunlarının ihlali, piyasadaki yerleşik firmaların davranışları sonucu gerçekleşmektedir. Yukarıda rekabet yasasının amaçları kısmında da ifade edildiği üzere, rekabet ihlalleri ya teşebbüsler arasındaki anlaşmalarla ya da hakim durumdaki teşebbüslerin, bu durumu kötüye kullanmalarıyla gerçekleşmektedir. Piyasadaki teşebbüsler kendi aralarında anlaşarak pazar paylaşımı, fiyat anlaşmaları, boykot, zorunlu unsurlara erişimi engelleme gibi rekabet ihlallerine yol açabilmektedirler. Yine hakim durumdaki teşebbüs ise, yukarıda sayılan eylemlere ilave olarak, bir malla birlikte başka bir malın da satılması, eşit durumdaki alıcılara farklı fiyatlar ve şartlar uygulanması, tüketicilerin aleyhine teknik gelişmelerin sınırlandırılması ve belli bir alandaki hakim durumdan yararlanarak bir başka alandaki rekabeti bozmayı amaçlayan eylemler şeklinde kendini göstermektedir.

Bu eylemlerin bir kısmı mevcut rakipler arasında gerçekleşiyor iken, bir kısım eylemler ise, sadece yeni girecek rakiplere karşı ortaya konmaktadır.

Bu çalışmada hem anlaşmalar yoluyla; hem de hakim durumun kötüye kullanılması yoluyla piyasaya girişlerin engellenmesi; stratejik yönetim ve iktisat okullarının yaklaşımları da dikkate alınarak incelenecektir.

Piyasaya girişlerin neden ve nasıl engellendiği stratejik yönetim yaklaşımı bölümünde detaylı olarak inceleneceğinden, burada piyasaların girişlere kapatılması sonucu ortaya çıkabilecek olumsuzlukları şu şekilde sayabiliriz:

- Piyasaya girişlerin engellenmesiyle piyasadaki teşebbüslerin sayısı sınırlandırılmakta ve bu teşebbüsler kendi aralarında anlaşarak rekabetten beklenen optimal kaynak kullanımını bozucu bir etki oluşturabilmektedirler.
- Piyasaların çok fazla sayıda teşebbüse açık olması, aşırı karı ortadan kaldırırken, piyasada az sayıda aktör olması durumunda, aşırı kar uzun süre devam edebilir. Bu da toplumdaki gelir dağılımının -sektördeki az sayıdaki firmalara transferi anlamında- olumsuz şekilde bozulmasına neden olur. Bu ise, sosyal adalet yönünden istenmeyen bir durumdur.
- Piyasaya girişlerin engellenmesinin yaratabileceği bir diğer olumsuzluk ise, piyasada toplum yönünden kaynak israfına neden olan reklamlara yoğun bir şekilde yer verilmesidir. Piyasadaki yerleşik firmalar kendi taleplerini artırmak ve fiyat esnekliğini azaltmak için reklam yoluna sıklıkla başvururlar. Reklamlar için yapılan harcamalar satılan ürünler için bir maliyet unsuru olduğundan ürünler olması gerekenden daha yüksek bedellerle satılır.

Çalışmanın Tezi

Bu çalışma, “stratejik yönetim ve iktisat kuramında giriş engellerinin piyasa üzerindeki etkisinin rekabeti geliştirme/sınırlandırma konusundaki görüşlerde gözlemlenen belirsizlik, farklılık ve çatışmalar veri alındığında, söz konusu kuramlara dayanan Rekabet Hukuku’nun giriş engellerini tanımlama ve hakimlerin kararlarına da yansıtacağı ve dolayısıyla piyasa rekabetini geliştirici veya koruyucu rolünün kesin değil, tartışmaya açık tercihler üzerinde kaldığı” tezini ileri sürmektedir. Bu bağlamda, piyasaya girişlerin engellendiği iddiasıyla Rekabet Kurumu’na yapılan başvuruların değerlendirilmesi sürecinde, Rekabet Kurulu’nun değerlendirmeleri yaparken iktisadi ve stratejik yaklaşımları göz önüne alıp almadığı ortaya konmaya çalışılacaktır.

Çalışmanın Önemi

Bu çalışmanın amacını, “piyasaların rekabetçi işlevini sürdürmesinde Rekabet Hukuku’nun rolünün, piyasaya giriş süreci açısından değerlendirilmesi” oluşturmaktadır. Firmaların uygulamış olduğu stratejiler nedeniyle piyasalara giriş engellendiğinde, pazardaki az veya sınırlı sayıdaki firmaların karları artacaktır. Bunun sonucu olarak firmalar arasında gizli anlaşma ve bölge paylaşımları daha kolay hale

gelecek, ürün çeşitliliği ve kalite azalacak, fiyatlar tüketici aleyhine işleyecektir. Bu durumun uzun vadede devamında ise, ülke endüstrisinin dış piyasalarla rekabet şansı azalacaktır. Bütün bu sayılan unsurlar sektördeki firmalar için ideal koşullardır. Piyasaya girişlerin engellenmesi toplumsal ve ekonomik kayıplara neden olmaktadır. Bu nedenle rekabet yasasında 4/d ve 6/a maddeleri doğrudan doğruya piyasaya girişlerin engellenmesiyle ilgili maddeleri düzenlemektedir.

Rekabet Hukuku iş dünyasıyla çok sıkı bir ilişki içindedir, özellikle stratejik yayılma ve genişleme kararlarının uygulamaya konulması noktasında işletmelerin yapmış oldukları rekabet hamleleri, firmaları yasalarla karşı karşıya getirebilmektedir. Örneğin; Microsoft, yazılım geliştirme ve bunun lisansını verme işine odaklanmış ve son yıllarda piyasa değeri bakımından dünyanın en büyük (62 milyar dolar) şirketlerinden biri haline gelmiş bir yazılım firmasıdır. 1995 yılında Windows 95 paketiyle birlikte Internet Explorer'ı bedava piyasaya sürmesi ve o piyasadaki rakibi Netscape'in, Microsoft'un bu davranışının Sherman Yasası'nı ihlal ettiği iddiasıyla açılan dava neticesinde, şirket işletim ve uygulama olmak üzere ikiye ayrılmıştır. Bu davada Microsoft pazardaki hakim durumunu (bir ürünün yanında diğerini bedava verdiği için) kötüye kullanmaktan suçlu bulunmuştur. Ayrıca Microsoft'la ilgili davalar bununla sınırlı değildir (Demiröz ve Senyücel, 2000). Bu şirket aleyhine, hakim durumunu kötüye kullanmakla ilgili ABD ve Avrupa ülkelerinde pek çok dava devam etmektedir¹. Burada vurgulamak istediğimiz dünyanın en saygın firmaları dahi rekabet ihlalleri yapabilmekte ve bu ihlaller dolayısıyla rekabet yasalarıyla karşı karşıya kalabilmektedirler.

Bu ihlallerin bir kısmı rekabet avantajı yaratmak amacıyla oluşturulan stratejilerin yeterince araştırılmadan uygulamaya konulmasından kaynaklanmaktadır. Yukarıdaki örneği ele aldığımızda bilgisayar işletim sistemi ile internette arama yapmak için geliştirilen program ayrı ayrı ürünlerdir. Burada Microsoft bir pazardaki hakim durumundan yararlanarak, bir ürünün yanında bir başka ürünü bedava verdiği için suçlu

¹ Bir diğer davada aynı şirket, internetteki video görüntülerini izleyebilmek için kullanılan yazılımı (media player) tüm işletim sistemlerinin içine yerleştirerek, tekelleşmeye yol açmaktan 613 milyon dolar para cezasına çarptırılmıştır. Bu karar AB'nin bugüne kadar bir firmaya vermiş olduğu en ağır para cezası özelliği taşımaktadır. www.nethaber.com.tr/haber/haberler/0.1082.115541.4.00.html (Erişim tarihi. 24.03.2004)

bulunmuştur. İlk bakışta tüketici lehine gözükken bu durum rakip firmanın piyasadan çekilmesiyle farklı bir boyuta sahip olabilecektir.

ABD’de rekabet yasalarının 1890 yılından itibaren uygulandığını düşündüğümüzde Microsoft gibi bir firmanın bile rekabet yasalarını ihlal etmekten dolayı yargılanması, rekabet kültürünün ve Rekabet Hukuku’nun henüz emeklemekte olduğu ülkemizde, bu konuda yapılacak çok işin olduğunu göstermektedir.

Çalışmanın bu anlamdaki katkısı, piyasaya giriş engellerine hem stratejik yönetim; hem de Rekabet Hukuku açısından bakabilme pratiğini ortaya koymasındadır. Zira, stratejiyi belirleme aşamasında Rekabet Hukuku’yla uyuşma ve çatışma sınırlarının bilinmesi, firmayı yasal bir süreçle karşı karşıya gelmekten korur.

Rekabet yasalarının muhatabı doğrudan doğruya iş dünyasıdır. Başta da belirtildiği üzere, Rekabet Hukuku ve uygulamaları ülkemiz için henüz yeni sayılabilecek bir süreçtedir. Bazı teşebbüsler piyasalarda rekabeti düzenleyen bağımsız bir kurum olduğundan dahi haberdar değildirler. Özellikle AB ile müzakerelere başladığımız şu günlerde Rekabet Hukuku da müzakere edilecek 35 temel başlıktan birisidir. Rekabet Hukuku ve uygulamaları bundan sonraki ticari ve ekonomik hayatımızda çok daha önemli bir rol oynayacaktır. Bunun sonucunda özellikle büyük ölçekli firma ve teşebbüsler piyasa süreci içinde faaliyetlerine daha dikkatli devam etmek durumunda kalacaklardır.

Akademik katkı; çalışmada piyasaya giriş kavramı iktisat okulları, stratejik yönetim ve Rekabet Hukuku perspektifinden ele alınıp incelenecektir. Özellikle iktisat okullarının Rekabet Hukuku’na yönelik görüşleri ve giriş engeli görüşleri, uygulayıcılar için önemli bir referans teşkil edecektir. Aynı şekilde stratejik yönetim yaklaşımı için de benzer bir değerlendirme yapabiliriz. Girişleri engellemek yasaktır, ancak neden girişlerin engellendiği yeterince araştırılmamıştır. Bazı firmalar uyguladıkları stratejinin Rekabet Hukuku’yla çatıştığını bilmiyor olabilir. Diğer yandan tüm girişleri engelleme yöntemleri de Rekabet Hukuku’nca yasaklanmamıştır. Hatta firmaların iç kaynaklarıyla oluşturdukları giriş engelleri, rekabet yasalarıyla desteklenmektedir. Örneğin, bir ürünün patentinin alınması, patent sahibine belli bir süre tekel hakkı tanımaktadır.

Dolayısıyla bu çalışma Rekabet Hukuku uygulayıcıları ve piyasa analizcileri için bu yönüyle yeni bir yaklaşım sunmaktadır.

Diğer taraftan AB ile olan ilişkilerimiz açısından da bu çalışma bir yönüyle Rekabet Hukuku'nun daha geniş kitleler tarafından benimsenmesi için bir vesile olabilecektir. AB ile müzakere edilen 35 temel konudan biri de Rekabet Hukuku'yla ilgili başlıktır. Dolayısıyla Rekabet Hukuku, işletmeler için daha fazla önem arz etmeye başlayacaktır.

İkinci olarak ise, ülkemizde ders kitaplarındaki tüm konular yabancı kitapların Türkçe'ye çevirisinden oluşmaktadır. Oysa ülkemizin sosyo-ekonomik yapısı diğer ülkelerden çok farklıdır. Bu nedenle yabancı ülkeler için geçerli olan bir teori, ülkemiz için geçerli olmayabilir. Bu nedenle hem Rekabet Hukuku'nun gelişimi; hem de piyasaların yapısıyla ilgili ülkemize özgü yayınların artması bir zorunluluktur. Her ne kadar bu çalışmada böyle bir çaba gösterilmeye çalışıldıysa da bu konudaki yayın sayısının azlığı dolayısıyla katkısı sınırlı olmuştur. Ülkemiz ekonomik yapısıyla ilgili iktisat ve işletme konularının Rekabet Hukuku'yla harmanlanmasından oluşan özgün eserlere şiddetle ihtiyaç vardır. Örneğin, Endüstriyel Örgütlenme (Industrial Organization) olarak adlandırabileceğimiz yabancı bir kitabın içeriğinde neredeyse her örnek olay bir mahkeme kararıyla açıklanmaktadır. Bu çalışma ülkemizde piyasaların işleyişiyle ilgili olarak çok sınırlı olmak üzere (sadece giriş engelleriyle ilgili) bu yönüyle bir orijinallik iddiasındadır.

Kapsam

Bu çalışma, piyasadaki aksak rekabetin nedenlerinden biri olan ve potansiyel gircileri piyasaya girmekten vazgeçirici nitelikteki (suni/stratejik) engellerin 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun kapsamında incelenmesini içermektedir.

Çalışmamızın konusu olan piyasaya girişlerin engellenmesi, Rekabet Yasasının 4 ve 6. maddelerinde ele alınmıştır. 4. maddede, rekabeti sınırlayıcı anlaşma, uyumlu eylem ve kararlar; 6. maddede ise, hakim durumun kötüye kullanılması şeklinde düzenlenmiştir. Dolayısıyla piyasaya girişler, her iki maddede bahsedilen şekillerde engellenebileceği gibi, 4 ve 6. maddenin birlikte kullanımıyla da engellenebilmektedir.

Piyasaya giriş engelleriyle ilgili olarak Rekabet Kurumu'nun faaliyetine başladığı Kasım 1997 tarihi ile Haziran 2005 tarihleri arasında, rekabet ihlalleriyle ilgili (4.md,

6.md ve 4-6 md.birlikte) 344 adet soruşturma metni çalışmanın kapsamını oluşturmaktadır.

Yöntem

Bu çalışma, ikincil verilerin taranmasıyla oluşturulmuş kuramsal bir çalışmadır. Bu çerçevede, 1997-2005 arasında rekabeti geliştirici ve koruyucu amaca yönelik olarak verilen giriş engelleri kararlarının stratejik yönetim ve iktisat kuramındaki çeşitli bakış açılara göre değerlendirilerek, Rekabet Kurumu'nun piyasaların rekabetçi yapısını koruma ve geliştirmede ne ölçüde amaçlarını gerçekleştirmede başarılı olduğu tartışılacaktır.

Çalışmanın Sınırlılıkları

Bu çalışmada giriş engelleri; Rekabet Hukuku'na konu olmaları bakımından ele alınmış ve incelenmiştir. Bu anlamda giriş engelleri Rekabet Kanunu'nun 4. ve 6. maddelerinde düzenlenen şekliyle incelenmiştir. 4.ve 6. madde kapsamında ele alına giriş engelleri anlaşmalar ve hakim durumun kötüye kullanılmasıyla ilgili giriş engellerini düzenlemektedir. Piyasada giriş engeli yaratan ancak, yasa kapsamı dışında tutulan giriş engelleri de mevcuttur. Örneğin bir firmanın kendi iç dinamikleri vasıtasıyla oluşturduğu ve patentini aldığı yeni bir ürün teknolojisi gibi. Bu gibi durumlarda ilgili piyasaya belli bir süre bir başka firmanın girmesi yasal olarak engellenmektedir. Bu gibi rekabeti kısmen engelleyici giriş engelleri Rekabet Hukuku tarafından yasaklanmamakta, bilakis firmalar yaratıcı olmaya teşvik edilmektedir.

Bir diğer sınırlama ise, birleşmeler veya özelleştirmeler neticesinde ortaya çıkan giriş engelleridir. Bilindiği üzere birleşmeler veya özelleştirmeler sonucu el değiştirmeler piyasa dengelerini yeniden değiştirebilmektedir. Ancak Rekabet Kurumu, bu durumun ortaya koyacağı olumsuzlukları önlemek için bazı düzenlemelere gitmiştir. Öncelikle hangi tür birleşme ve devralmaların Rekabet Kurulu'na bildirileceğini her yıl çıkaracağı tebliğlerle ilan etmektedir. Özelleştirme neticesinde el değiştirme durumlarında satış işleminin geçerli olması için Rekabet Kurulu'nun onayı gerekmektedir. Kurul yapacağı piyasa analizleri neticesinde ilgili piyasada hakim durum yaratmayan özelleştirmelere onay vermekte, aksi takdirde satışa onay vermemektedir. Böylece piyasalara giriş engeli yaratabilecek büyüklükteki birleşme ve devralmalar başlangıçta kontrol altına

almaktadır. Dolayısıyla bu çalışmada birleşme ve devralma ile özelleştirmeler sonucu meydana gelen yeni oluşum nedeniyle ortaya çıkabilecek giriş engelleri yer almamaktadır.

Literatür İncelemesi

Piyasaya girişlerle ilgili hangi unsurların giriş engeli kabul edilip, hangilerinin kabul edilmemesi gerektiğiyle ilgili olarak, oldukça fazla sayıda çalışma yapılmıştır. Bu çalışmaların bir kısmında giriş engelleri bir bütün olarak ele alınıp incelenirken, bir kısım çalışmalarda da her bir unsur ayrı ayrı ele alınarak, piyasaya girişte bir engel teşkil edip etmediği ortaya konmaya çalışılmıştır. Yine bu çalışmalardan bir kısmı giriş engellerini Rekabet Hukuku (antitröst) perspektifinden incelerken, bir kısmı da stratejik yönetim ve iktisadi açıdan incelemiştir.

Piyasaya girişlerde nelerin giriş engeli oluşturduğuyla ilgili olarak yapılan ilk çalışmalardan biri Bain (1956) tarafından (Yeni Rekabette Engeller-Barriers to New Competition) gerçekleştirilmiştir. Bain, 1940-1950 yılları arasında Amerika'da 20 imalat endüstrisini kapsayan çalışmasında 4 temel giriş engeli belirlemiştir (Bain,1951). Bunlar; ürün farklılaştırması, mutlak maliyet avantajı, sermaye gereksinimi ve ölçek ekonomileridir.

Bain, yirmi imalat endüstrisini kapsayan çalışmasında ürün farklılaştırmasının piyasaya girişin en önemli engeli olduğunu ifade eder. Mutlak maliyet avantajı kavramına ise Bain, oldukça çok sayıda anlam yüklemektedir. Buna göre mutlak maliyet avantajı oluşturan faktörler; uzman yönetici personelin becerileri, patent ve know-howlar, kilit hammaddelerin arzının denetimi, yerleşik büyük firmaların sağlayıcılardan daha düşük fiyata hammadde sağlaması, yerleşik firmalar için daha düşük sermaye maliyeti, yerleşik firmaların üretim maliyetlerinin düşüklüğü gibi pek çok faktörü mutlak maliyet avantajı olarak kabul etmektedir. Başlangıç sermayesinden doğan engeller; yeni iş kurmak için büyüklüğü, girilmesi düşünülen endüstrinin teknolojisine bağlı olan bir başlangıç sermayesine ihtiyaç vardır. Yeni firmaların gerekli başlangıç sermayesini sağlamada güçlüklerle karşılaşacağı ileri sürülebilir. Bain, ampirik çalışması sonucunda, mutlak sermaye ihtiyacının beş endüstride (çelik, otomobil, petrol arıtımı, traktör, sigara) önemli, beş endüstride (yapay ipek, içki, çimento, otomobil lastiği, sabun) kısmen daha az olduğunu ortaya koymaktadır. Ölçek ekonomileri ise, ölçek

ekonomileri, reel (birim çıktı başına faktör girdilerini azaltanlar) ya da parasal (firma tarafından satın alınan girdiler için daha düşük bir fiyat ödemedi kaynaklananlar) olabilir.

Bain'in bu çalışması ABD'de giriş engelleriyle ilgili antitröst analizlerinde önemli bir yer işgal etmiş ve uzun bir süre etkinliğini sürdürmüştür. Ancak Bain'in, yeni firma girişi üzerinde yoğunlaşması, çapraz girişi, devralmaları, dikey bütünleşmeyi ve mevcut firmaların kapasitelerini artırması durumlarını dikkate almaması Chicago Okulu iktisatçıları tarafından eleştirilmiştir.

Bain'i destekler nitelikte, Schmalensee (1981) ölçek ekonomilerinin giriş için önemli bir unsur olarak kabul edilmesi gerektiğini belirtmiştir.

Scherer (1970) global pazarlarda yüksek tarifler ve yüksek taşıma maliyetleri olarak fiyatlara yansıyan, stratejik hammaddeye sahiplik ve daha iyi üretim süreçleri dolayısıyla mutlak maliyet avantajlarını da giriş engelleri arasında saymaktadır.

Demsetz (1982) ise, Bain'in ifade etmiş olduğu engellerin giriş engeli niteliği taşımadığını çünkü daha önce piyasaya giren bir firmanın katlanmış olduğu bir maliyete, yeni girecek firmaların da katlanmasının bir giriş engeli olarak değerlendirilmemesi gerektiğini savunmuştur. Demsetz'e göre asıl giriş önündeki engeller hükümetler tarafından oluşturulan resmi izinler, vergi avantajları veya kısıtlamaları gibi hususlardır.

Giriş engelleriyle ilgili önemli bir tartışma da reklamlarla ilgilidir. Demsetz (1979) , reklamın giriş için bir engel yaratmadığını, Schmalensee (1983), reklamların stratejik bir giriş engeli olarak kullanılabileceğini, Pass, Sturgess ve Wilson (1994) ise, İngiltere'deki rekabet otoritesinin (Office of Fair Trading, OFT) reklamlarla ilgili bazı örnek kararlarını inceleyerek, OFT'nin reklamları giriş engeli olarak gördüğünü belirtmektedirler.

Pepperell ve Turner (1981), piyasaların herkese açık olduğu durumlarda, mutlak sermaye gereksinimi, sermayenin maliyetini, reklamları, ürün farklılaştırmayı, ölçek ekonomilerini ve yıkıcı fiyatın, Rekabet Hukuku açısından giriş engeli olarak değerlendirilemeyeceğini, sadece hükümetler tarafından oluşturulan giriş engellerinin piyasalar açısından bir giriş engeli oluşturduğunu ileri sürmektedir.

Shepherd (1997), giriş engellerini firma stratejisi olarak ele aldığı çalışmasında; endüstriye giriş engellerini içsel giriş engelleri ve dışsal giriş engelleri olarak iki gruba ayırmıştır. İçsel giriş engelleri firmaların bilinçli olarak veya bir strateji gereği olarak yaptıkları engellerdir. Dışsal giriş engelleri ise, firmaların iradeleri dışında arz ve talep koşullarına bağlı olarak ortaya çıkan engellerdir.

Shepherd'in tanımladığı dışsal giriş engeli şunlardır: Sermaye gereksiniminin karşılanamaması, ölçek ekonomilerinin yüksek olması, mutlak maliyet avantajlarının fazla olması, mal farklılaştırma imkanlarının yüksek olması, batık veya geri alınamaz maliyetlerin (sunk cost) yüksek olması, ar-ge ihtiyacının yüksek olması, firmaların spesifik aktivitelerinin yüksek olması ve zamanla aşınmaması, giriş için birden fazla alana giriş (dikey entegrasyon) gerekliliği, dönüşüm veya faaliyet değiştirme maliyetlerinin (switching cost) yüksek olması, girişteki belirsizlik ve risklerin yüksek olması, enformasyon yetersizliği ve asimetrik enformasyonun varlığı ve hükümetlerin ve diğer örgütlerin yarattıkları yasal, idari ve finansal engeller.

Shepherd'in tanımladığı içsel giriş engeli ise şunlardır: Misillemeler ve caydırıcı önlemler(fiyat kırma, reklam atağı, yeni ürün atağı gibi), aşırı kapasite yaratma, tanıtım ve pazarlama harcamalarının ürün farklılaştırmasını güçlendirecek şekilde arttırılması, esnekliğe dayalı fiyat ve mal farklılaştırması yoluyla pazar segmentasyonu (bölümlemesi) derinleştirmek ve piyasadaki bütün boşlukları doldurmak, patentler yoluyla girişleri engellemek, stratejik, doğal ve beşeri kaynakları kontrol altında tutmak, potansiyel rakiplerin giriş maliyetlerini azaltacak yöntemlere başvurmak, aşırı ürün farklılaştırması ve markalaştırma yoluyla ürün çeşitlemesi alanındaki boşlukları tamamen kapatmak ve rekabet koşulları konusunda aşırı ketum davranarak gizliliği sağlamak ve rakipleri bilgisiz bırakmak, olarak ifade etmiştir.

Giriş engelleriyle ilgili bir diğer çalışma Karakaya ve Stahl (1991) tarafından gerçekleştirilmiştir.

Karakaya ve Stahl'da giriş engellerini, rakipler tarafından oluşturulmuş veya kontrol edilebilir giriş engelleri ve çevresel veya kontrol edilemeyen giriş engelleri şeklinde ikiye ayırmışlardır. Rakipler tarafından oluşturulmuş veya kontrol edilebilir giriş engelleri; yerleşik firmanın ölçek ekonomisi dolayısıyla maliyet avantajları, yerleşik firmanın tecrübe yada öğrenme yetenekleri dolayısıyla maliyet avantajları, yerleşik

firmanın mutlak maliyet avantajı, yerleşik firmanın üretim süreci, ürün farklılaştırma ve müşteri bağımlılığı, müşteri değiştirme maliyeti, dağıtım kanallarına sahip olma, yerleşik firmanın yoğun reklamı, ar-ge imkanları, fiyat, rakibin ticari sırları, satış için harcamalar ve yerleşik firmanın patentli üretim teknolojisini ifade etmektedir.

Çevresel veya kontrol edilemeyen giriş engelleri ise; pazara giriş için sermaye gereksinimleri, pazarın sermaye yoğunluğu, hükümetlerden alınması gereken izinler, hükümetin yerleşik firmaya desteği, rakiplerin sayısı, teknoloji ve teknolojik değişim, yerleşik firmanın yüksek kar oranları, satıcıların yoğunluğu veya yerleşik firmanın pazar büyüklüğü, batık maliyet, pazara girişte yerleşik firma veya firmaların reaksiyonu, yerleşik firmanın hammaddelere ulaşımı ve stratejik hammaddelere sahip olma şeklinde sınıflandırılmıştır.

Stiglitz (1990), “Mikroekonominin Prensipleri” adlı kitabında giriş engellerini; hükümet politikaları kaynaklı (monopol oluşumuna neden olan patentler ve girişlerin kısıtlanmasına yol açan lisanslar), üretim için gerekli olan bir unsurun tek bir firmanın elinde bulunması, enformasyon eksikliği, ölçek ekonomileri ve firmaların pazar stratejileri (yıkıcı fiyatlama, aşırı kapasite ve limit fiyatlama) kaynaklı olacağını ifade etmektedir.

Porter “Rekabet Stratejisi” (1980) adlı çalışmasında, giriş engellerini piyasadaki rekabet yoğunluğunun belirleyicileri arasında sayarak, eğer piyasaya giriş yönünde bir tehdit varsa, yani potansiyel rakiplerin piyasaya girişi yönünde bir engel yoksa bu mevcut piyasadaki firmaların rekabet stratejileri üzerinde etkiler yapabilecektir. Örneğin; pazarın büyümediği varsayıldığında yeni girenler mevcut pazardan belli bir pay alacaklardır. Bu nedenle daha önce karlı olan mevcut piyasa, daha az karlı hale gelebilecektir. Dolayısıyla böyle bir durumla karşılaşmamak için yerleşik firmaların yeni girişleri teşvik etmeyecek veya potansiyel rakipleri kararlarından vazgeçirici engelleri yaratmaları kendi karlılıklarını artırmaları için önemlidir. Porter’ın bu çalışması daha sonra ayrıntılı olarak incelenecek olan pozisyon yaklaşımının da stratejik yönetim paradigmasına girmesine yol açmıştır. Porter’a göre, potansiyel rakipleri piyasaya girmekten vazgeçiren unsurlar şunlardır.

- Ölçek ekonomileri,

- Ürün farklılaştırması,
- Sermaye gereksinimi,
- Dağıtım kanallarına erişimin engellenmesi,
- Müşteri değiştirme maliyetleri,
- Hükümet politikaları,
- Ölçekten bağımsız maliyet dezavantajları' dır.

Wernerfelt (1984), pozisyon yaklaşımın eksikliklerini gidermek amacıyla stratejik yönetim yaklaşımına, kaynaklara dayalı yaklaşım modelini geliştirmiştir. Bu yaklaşıma göre, firmaların rekabet avantajı, sahip olduğu kendine özgü kaynaklardan meydana gelir.

Hamel ve Prahalad (1990), stratejik yönetimde kaynaklara dayalı yaklaşımı “öz yetenek” kavramıyla daha popüler kılarlar. Buna göre, firmaların rekabet avantajı yaratmada taklit edilemez yetenekleri olmalıdır.

Son olarak giriş engellerini Rekabet Hukuku açısından ele alan çalışmalara değinecek olursak, bu konuda temel olarak iki farklı eğilimin olduğunu görmekteyiz. Bunlardan birincisi, Sanayi İktisadı'nın gelişimine 1940-1970 yılları arasında katkıları olan Yapısalcı Okul (Harvard Okulu) ve onun temsilcileri Mason, Bain, Clark, Caves ve Scherer gibi iktisatçıların rekabet sürecine yaklaşımlarını ele alabiliriz. Bu okul temsilcilerine göre, merkezileşmenin genel olarak özel teşebbüs karlarını artırdığı, toplumsal refah kayıplarına yol açtığı, piyasaların düzenlenmesinde kamu kudretinin varlığının gerekli olduğu ve piyasalara girişte pek çok şeyi giriş engeli olarak kabul ettiği varsayılmaktadır. Bu dönemde pek çok birleşme ve devralmaya bu nedenle izin verilmemiştir.

Bu konudaki ikinci yaklaşım ise, Chicago (İktisat) Okulu'nun yaklaşımıdır. Serbest piyasa tezini savunan ve piyasaların kendi kendini düzenleyebileceğini, devletin piyasaların düzenlenmesindeki rolünün en aza indirilmesi gerektiğini; savunulan bu yaklaşımın piyasaların verimsizliği, hukuktan daha iyi cezalandıracağını, rekabet otoriteleri ve yargının mümkün olduğunca işe karışmaması gerektiğini ileri

sürmektedir. 1970'ten sonraki davalarda Chicago Okulu'nun hâkimler üzerinde önemli etkileri olmuştur. Bu dönemde bazı küçük değişikliklerle çok büyük birleşmelere izin verilmiştir. Bu dönemdeki giriş engellerine yaklaşım, neredeyse Klasik Okul yaklaşımının tersidir. Chicago Okulu temsilcilerinden Demsetz'e göre, piyasalara giriş önündeki en büyük engel hükümetler tarafından oluşturulan engellerdir.

Giriş engelleri kavramı Endüstri İktisadı'nın başlıca konularından birini oluşturmaktadır. Özellikle Rekabet Kanunu'nun uygulamaya konulmasıyla birlikte ve bazı üniversitelerin lisans üstü programlarında ders olarak okutulması dolayısıyla gittikçe daha fazla kaynakta ele alınmaktadır.

Koutsoyiannis (1997), Modern Mikroiktisat adlı çalışmasında, firma teorisi çerçevesinde Bain'in piyasaya giriş engelleriyle ilgili sınıflandırmasına ve buna yönelik eleştirilere yer vermiştir. Bu eleştirilerden bazıları, Bain'in ampirik bulgularının piyasaya girişi dar tanımladığı için, ciddi sınırlılıkları olduğunu, çalışmasında sadece yeni firmaların üzerinde yoğunlaştığı, çapraz-girişi, devralmaları, dikey bütünleşmeyi ve mevcut firmaların kapasitelerini artırmaları durumunu dışlamakta olduğu yönündedir.

Rekabet Teorisi ve Endüstri İktisadı adlı çalışmasında Türkkân (2001), sanayileşmiş ve demokratik ülkelerde, endüstriyel faaliyetlerin uzun vadede sürdürülebilir bir gelişme göstermesinin üç aktöre yani devlet, piyasa (görünmeyen el) ve firmalara bağlı olduğunu ifade eder. Bu çalışmanın firmaların ve devletin rekabet ve regülasyon stratejilerini etkileyen fırsatlar ve tehditler bölümünde, piyasadaki firmaları etkileyebilecek giriş engelleri ve çıkış engelleri ayrıntılı olarak ele alınmıştır. Türkkân giriş engellerini; yasal ve idari giriş engelleri, kamu şirketlerinin yarattığı haksız rekabet, kamunun yasal ve idari düzenlemelerine ve uygulamalarına güvensizlik, patent ve know-how engelleri, ilk yatırım gereksinimi, stratejik girdilere hakimiyet, güvenilir firma imajı ve mal farklılaştırması, batık maliyetlerin varlığı, misillemeler ve caydırıcı stratejiler, ithalat engelleri, taşıma maliyetleri ve alt yapı yetersizliği olarak sınıflandırmıştır.

Bu konudaki bir diğer çalışma Davut (2002) tarafından yapılmıştır. Sanayi İktisadı ve Piyasa Yapısı Unsurları adlı çalışmasında, yapı-yönetim-performans arasındaki ilişkileri, Bain'in perspektifinden değerlendiren Davut, endüstriye giriş koşullarının,

Bain'in daha önce ortaya koyduğu giriş engelleri çerçevesinde ele alıp incelemiş, endüstriye giriş engelleriyle karlılık arasında bir ilişkinin olup olmadığını ortaya koymaya çalışmıştır.

Rekabet Hukuku (2001) adlı çalışmasında Aslan, ilgili rekabet yasasındaki maddeye (4/d) işaret ederek, burada kullanılan ifadenin muğlak bir ifade olduğunu, bu ifadenin net olarak ortaya konması gerektiğini ifade etmiştir. Giriş engellerine değinilen bir başka maddeye (6/a) yönelik olarak da bu maddenin de 4/d maddesindeki gibi, eksik bir anlam ifade ettiğini, dolayısıyla giriş engellerine değinilen her iki maddenin de anlatılmak isteneni tam olarak ifade etmediğini belirtmiştir. Bu anlamıyla rekabet yasasındaki bazı maddelerin yeniden ele alınması gerektiğini ileri sürmektedir.

Giriş Engelleriyle ilgili diğer çalışmalar ise Rekabet Kurumu'nun uzmanlık tezleri ile lisansüstü tezlere dayanmaktadır.

Yukarıdaki çalışmaların çoğunda giriş engelleri sadece tek bir açıdan incelenmiştir. Bu tez çalışmasında giriş engelleri, yukarıda ele alınış tarzından farklı olarak, stratejik yönetim, iktisat okulları ve Rekabet Hukuku açısından bir arada değerlendirilecek ve iktisat okullarının giriş engelleri analizleriyle Rekabet Hukuku ve yine stratejik yönetimde önerilen giriş engelleri uygulamalarının Rekabet Hukuku'yla çatışma ve örtüşme noktaları ortaya konmaya çalışılacaktır.

Daha öncede ifade edildiği üzere, Rekabet Hukuku'nun uygulanması sürecinde Rekabet Hukuku'nun etkin rol almasını savunan görüşler ile, piyasalara Rekabet Hukuku vasıtasıyla fazla müdahale edilmemesi yönündeki görüşler sürekli bir tartışma içindedirler. Aynı tartışmalar Rekabet Hukuku'nda hangi davranışların giriş engeli yaratıp hangilerinin yaratmadığı noktasında da cereyan etmektedir. Doğal olarak, mahkeme hakimleri davaları değerlendirme sürecinde bu konudaki iktisatçıların görüşlerine itibar etmektedir. İktisatçıların farklı görüşleri, hakimler tarafından da kabul gördüğünde benzer davalarda farklı sonuçlar çıkması sonucunu doğurur. Bu da ülkelerin rekabet hukuk sistemlerini belirler.

Yukarıdaki çalışmalardan farklı olarak, stratejik yönetim yaklaşımında öne sürülen giriş engellerinin Rekabet Hukuku ile çatışma ve örtüşme noktaları da değerlendirilecektir.

Bu yönüyle bazı engellerin uygulanması firmalar için rekabet avantajı sağlıyor gözükse de diğer yandan rekabet yasalarıyla sorunlar yaşanmasına neden olabilir.

Bulgular

Bu tez çalışmasında giriş engelleri üç başlık altında incelenmiştir. Bu başlıklar Stratejik Yönetim Yaklaşımı, İktisat Okulları yaklaşımı ve Rekabet Hukuku yaklaşımıdır. Dolayısıyla bulguları da üç başlık altında değerlendirmek gerekmektedir.

Giriş engelleri Rekabet Hukuku açısından değerlendirildiğinde şu sonuçlara ulaşılmıştır. Bu bağlamda, Rekabet Kurumu'nun faaliyetine başladığı Kasım 1997 ile Haziran 2005 tarihleri arasında, 344 adet rekabet ihlali dosyası esas alınmıştır. Bunların 8 tanesinde ilgili piyasalara girişlerin engellendiği iddiasıyla Rekabet Kurulu'ndan ilgililer hakkında soruşturma açılması istenmiştir. Rekabet Kurulu 8 adet soruşturmadan 5 tanesinde girişlerin engellendiğini, diğer 3 tanesinde ise, girişlerin engellenmesi olgusuna rastlanmadığını veya ilgili yasa gereğince teşebbüs veya teşebbüslerin korunduğunu bu nedenle de haklarında işlem yapılamayacağını ifade etmiştir.

4. ve 6. madde ve her iki maddenin birlikte kullanılmasıyla ilgili olarak toplam 344 soruşturmadan 8 tanesi "girişlerin engellenmesiyle" ilgilidir. Toplam soruşturmalar içinde giriş engelleriyle ilgili soruşturma oranı % 2.32'dir. Toplam soruşturmalar içinde giriş engeli tespit edilen soruşturma oranı ise, % 1.45'dir. Bu sonuç, ülkemiz rekabet ihlallerine konu olan soruşturmalar içinde girişlerin engellenmesi suretiyle oluşturulan rekabet ihlallerinin önemli bir yer tutmadığını göstermektedir.

Diğer taraftan, piyasaya girişlerin engellendiği iddia edilen 8 başvurudan 5'inde Kurul'un giriş engeli tespit etmiş olması (% 62.5) da bir başka önemli noktadır. Her ne kadar toplam soruşturma içinde giriş engelleriyle ilgili soruşturma oranı düşük ise de, kendi içinde değerlendirildiğinde yapılan başvuruların önemli bir bölümünde girişlerin ilgili firmalarca engellendiği tespit edilmiştir.

Soruşturmaların sektörel dağılımına bakıldığında, 3 soruşturma ticaret, 2 soruşturma mobil iletişimle, 1 soruşturma basın yayınla, 1 soruşturma turizmle ve 1 soruşturma da ulaştırma sektörüyle ilgilidir.

Rekabet Kurulu'nun giriş engeli tespit ettiği 5 davada, girişlerin engellenme yöntemi olarak, 3 soruşturmada zorunlu unsurlara erişimin engellenmesi, 1 soruşturmada münhasır satıcılık ve 1 soruşturmada da aşırı fiyat uygulanması şeklinde gerçekleşmiştir.

Stratejik Yönetim Yaklaşımı açısından giriş engellerini değerlendirdiğimizde ise, kaynaklara dayalı yaklaşımının, karlılığın sürekliliğini sağlama yönünde öne sürdüğü ve firmaların kendi iç yetenekleriyle oluşturdukları ve taklit engelleri dolayısıyla, rakipleri tarafından kolaylıkla taklit edilemeyen firma stratejilerinin rekabet yasalarıyla çatışmadığı, hatta bu tür rekabet avantajı yaratmanın rekabet yasaların asıl amacı olduğu söylenebilir. Diğer taraftan, Porter'ın ileri sürdüğü piyasa kaynaklı pozisyon yaklaşımı ise, özellikle rekabet avantajı yaratmada firmaların kendi geliştirdikleri ve piyasaya girmek isteyen rakipleri kararlarından vazgeçirici bazı stratejilerin rekabet yasasıyla çatıştığı görülmüştür. Bu stratejilerin uygulanması rekabet yasasının çizdiği sınırların dışına taşmakta ve ilgili firma ve temsilcileri yasalarla karşı karşıya kalabilmektedirler.

Giriş engelleri konusundaki son değerlendirme ise, özellikle ABD'de Rekabet Hukuku'nun gelişimi ve daha sonraki rekabet yasalarının oluşturulmasında önemli katkıları olan Harvard ve Chicago Okullarının bu konudaki tutumlarının ülkemiz rekabet hukuk sisteminde belirleyici bir rol oynayıp oynamadığıyla ilgilidir. Çalışmanın ilgili bölümlerinde de ifade edildiği üzere, ABD rekabet hukuk sistemi diğer ülkelerdeki Rekabet Hukuku'nun oluşumu aşamasında bir alt yapı görevi görmüştür. Bu bağlamda, ABD Rekabet Hukuku'nun şekillenmesinde etkili olan iktisadi görüşlerin, diğer ülkeleri de etkilemesi kaçınılmazdır. Giriş engelleri incelemelerinde, Rekabet Kurulu'nun girişi engelleyici unsurlara daha fazla ağırlık verdiği tespit edilmiştir. Bu yönüyle kararlara yaklaşıldığında, Harvard Ekolünün ülkemiz Rekabet Hukuku uygulamalarında daha baskın olduğu söylenebilir. Bunu, Harvard Okulu'nun piyasaların işleyişi ve performansa etki eden hususları Chicago Okulu'yla kıyaslandığında daha ayrıntılı ve net açıklamasına bağlamak da mümkündür. Ancak, özellikle 1970'li yıllardan sonra, uluslar arası rekabette öne geçebilmek ve Japon baskısını azaltabilmek için ABD Rekabet Hukuku uygulamalarının daha liberal bir tutum sergilediği ve bu yönüyle Chicago Okulu yaklaşımlarının daha fazla kabul gördüğü söylenebilir.

Çalışma beş bölümden oluşmaktadır:

Rekabet kavramı ve Rekabet Hukuku'nun tarihi gelişimi adlı birinci bölümde; rekabetin farklı tanımlarına yer verilmiş olup, rekabet politikaları ve Rekabet Hukuku'nun gerekliliği üzerinde durulduktan sonra Rekabet Hukuku sistemleri ve Rekabet Hukuku'nun yararları açıklanmıştır. Bu bölümde ayrıca ABD, AB ve Türkiye'de Rekabet Hukuku gelişimi ele alınmıştır.

İkinci bölümde, öncelikle giriş engeli kavramının endüstri iktisadındaki önemi ortaya konmaya çalışılmıştır. Daha sonra, "piyasaların işleyiş sürecinde Rekabet Hukuku'nun görevi ne olmalıdır" sorusuna Harvard ve Chicago Okullarının bakış açılarıyla yanıt aranmaya çalışılmıştır. Bu bölümde son olarak Harvard ve Chicago Okullarının giriş engelleri yaklaşımlarındaki farklılıklar ele alınmıştır.

Üçüncü bölümde, stratejik yönetim açısından giriş engelleri kavramının önemi ortaya konmaya çalışılmıştır. Ancak giriş engeli kavramına geçmeden önce, konuyla ilgisi olması dolayısıyla önce, stratejik yönetim kavramı ve sorunsalı ele alınmıştır. Barca'nın da (2003) ifade ettiği üzere, stratejik yönetimde iki temel soru, stratejik yönetim açısından önem arz etmektedir. Bunlarda birincisi, aynı endüstride aynı şartlarda ve benzer teknoloji kullanan firmaların neden bazıları yüksek karlar elde ederken, bazıları daha düşük karlar elde etmektedir? Bir diğer soru ise, elde edilen karlılığın sürdürülebilir kılınmasına yönelik stratejiler nelerdir? Yani hem bazı firmalar sektör ortalamasının üzerinde karlar ediyorlar; hem de bu karlılığı uzun süre nasıl koruyabiliyorlar. Bu soruların yanıtlanmasıyla çalışmamızın konusunu oluşturan giriş engelleri gündeme gelmekte, bu konuda öne sürülen görüşler incelenmektedir.

Dördüncü bölümde ise, giriş engelleri düzenlemelerinin rekabet yasasında ne şekilde düzenlendiği açıklanmaktadır.

Beşinci bölümde, giriş engellerine konu olan soruşturmaların; stratejik yönetim, iktisat okulları ve Rekabet Hukuku açısından bir değerlendirilmesi yapılacaktır. Bu bölüm aynı zamanda stratejik yönetim yaklaşımındaki giriş engellerinin, Rekabet Hukuku ile çatışma noktalarını da ortaya koymaktadır. Yine bu bölümde, Rekabet Kurulu'nun verdiği kararların hangi iktisat okulunun görüşüne daha yakın olduğu da ortaya konmaya çalışılacaktır.

Sonuç bölümünde ise, çalışmanın genel bir değerlendirilmesi ve çalışmayı yönlendiren sorulara ne ölçüde yanıt verildiği tartışılmıştır.

Bu çalışma; Rekabet Hukuku, Endüstri İktisadı, Mikro İktisat ve Stratejik Yönetim dallarının bir karışımından oluşmaktadır. Bu yönüyle çalışma; ülkemiz rekabet politikasının bir parçası olan Rekabet Hukuku'nun, piyasaya girişlerin engellenmesine stratejik yönetim ve iktisat okulları yaklaşımını ortaya koyması bakımından, konuya ilgi duyan kişilere katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

BÖLÜM 1: REKABET KAVRAMI VE REKABET HUKUKU'NUN TARİHSEL GELİŞİMİ

Bu bölümde ilk olarak rekabet kavramının piyasalar ve farklı iktisat okulları tarafından nasıl yorumlandığı incelenecektir. Daha sonraki bölümlerde ayrıntılı olarak inceleneceği üzere ABD Rekabet Hukuku'nun gelişimine önemli iktisadi katkıları olan alternatif iktisat okullarının rekabet kavramına bakışları farklılık arz etmektedir. Bunun sonucunda da Rekabet Hukuku uygulamalarında da benzer olaylarda farklı sonuçlar ortaya çıkabilmektedir.

İkinci olarak Rekabet Hukuku ve Rekabet Hukuku'nun gerekliliği, Rekabet Hukuku'ndan beklenen faydalar ve ülke uygulamaları incelenecektir. İktisat biliminin babası kabul edilen A. Smith piyasaların devlet eliyle düzenlenmesinin gerekli olmadığını, piyasaların da tıpkı doğal hayattaki süreç gibi kendisini düzenleyebileceğini ifade etmiştir. Ancak piyasaların işleyişi Smith'in öngörüsü doğrultusunda gelişmemiştir. Özellikle ABD'de kendini hissettiren birleşmeler ve tekelleşmeler piyasaların düzenlenmesinde, rekabet yasalarının gerekliliğini ortaya koymuştur. 1890 yılında ABD'de kabul edilen Sherman Yasası, Avrupa kıtası ve diğer ülkeler için bir referans niteliği taşımıştır.

Bu bölümün amacı, rekabet kavramının farklı değerlendirilme nedenlerini ortaya koymak, rekabet politikası ve hukukunun gerekliliklerini sorgulamak ve başlıca rekabet hukuk sistemleri hakkında bilgi vermektir. Bu bölüm bu yönüyle diğer bölümler için bir temel teşkil etmektedir.

1.1. Rekabetin Tanımı ve Rekabet Piyasaları

Türkkan'a (2000:69) göre, rekabet kavramının tanımlanmasında dört hareket noktası gözlenmektedir. Bunlardan birisi, rekabetin yapısal veya davranışsal koşullarına ağırlık veren tanımdır. Burada tanımlanan aslında rekabet ortamını yaratan özellikler ve sınırlamalarla ifade edilen rekabet koşullarıdır. Bu yaklaşım, rekabetin nasıl ve hangi koşullarda oluşacağı veya rekabet ortamının nasıl oluşturulacağı ve rekabet baskısının nasıl sağlanacağı sorusu çerçevesinde anlam kazanır. Rekabet kavramının tanımlanmasında ikinci hareket noktası, rekabetin fonksiyonları veya işlevleridir. Burada rekabetin etkileri ve istenirliği ön plana çıkmaktadır. Bu yaklaşım, toplumsal

düzeyde rekabetin performansının değerlendirilmesi açısından önem kazanır. Rekabetin tanımlanmasında üçüncü yaklaşım ise, rekabetin niteliğini ve farklı şekillerini hareket noktası olarak ele alır. Bu yaklaşım da rekabet sürecine ilişkin sorunların tespitinde, yapılacak dış müdahalelerin ve rekabet stratejilerinin belirlenmesi ve teşhisinde ön plana çıkar. Nihayet rekabetin algılanmasında bir diğer hareket noktası, rekabet gücü kavramıdır. Rekabet gücü kavramı stratejik yaklaşım açısından önem kazanmaktadır. Yukarıda da ifade edildiği üzere, rekabet kavramının çok çeşitli alanlarda ve özellikle günlük hayatta yaygın olarak kullanılması, bu kavramın anlamında farklılaşmaya sebep olmuştur. Bu bağlamda inceleme konumuz iktisadi ve hukuki anlamdaki rekabet olduğundan, “sosyal”, “siyasal” veya “sporitif” anlamdaki rekabet konumuz dışıdır.

Günümüzde demokrasiyle idare edilen ülkelerin büyük bir bölümü, kaynak dağılımını piyasa mekanizması vasıtası ile gerçekleştirmektedirler. Temelini “rekabet” kavramının oluşturduğu piyasa mekanizmasının tercih edilme sebebi ve ilerleyen bölümlere bir altyapı hazırlamak için rekabet kavramının teorisinin bilinmesi önem arz etmektedir.

Aşağıda rekabetin iktisadi ve hukuki tanımlarına yer verilmiş; daha sonra ise, bu kavram iktisat okulları ve piyasalar açısından ele alınarak incelenmiştir.

1.1.1. Rekabet Nedir?

İktisat biliminde rekabet kavramı üzerinde pek durulmamış günlük hayattaki kullanımına paralel olarak; iktisadi amaçlar için mücadele eden birimler arasındaki karşılıklı veya rakiplik durumunu ifade etmek amacıyla kullanılmıştır (Lipsey ve diğ., 1989:213).

Seyidoğlu ise, rekabeti; “mal ve faktör piyasalarında çok sayıda alıcının ve çok sayıda satıcının kendi aralarında görülen yarışma, çekişme” şeklinde tanımlamıştır (Seyidoğlu, 2001a: 89).

Sözlük anlamında rekabet; “iki firmayı kapsayan, her firmanın, insanların rakip firmaların değil de kendi ürünlerini satın alması için çabalaması uğraşısı” olarak tanımlanmıştır.²

² Collins Cobuild, English Language Dictionary, The University of Birmingham,1990, s.283. Ayrıca rekabet kelimesi karşılığı olarak kullanılan İngilizce, Rivalry; hasım taraflar arasında pek de hoş olmayan kıyasıya mücadeleyi, Emulation kelimesi ise, biriyle aynı seviyeye gelmek veya ondan üstün olabilmek

Demsetz, (1989: 226) rekabetin, “önceden beri satıcılar arasında müşteri kazanmak için yapılan yarış; alıcılar açısından da satıcılar tarafından sunulan malları almak için yapılan mücadeleyi” karşıladığını ifade etmektedir.

Türkkan, rekabeti “nispeten adil bir yarışma ortamında, birden çok benzer konumdaki katılımcının, yarışma kurallarına bağlı kalarak, eş anlı olarak kıt bir şeyi veya istenilir bir konumu kazanma amacıyla, yaptıkları çabalar” olarak tanımlamaktadır (Türkkan, 2000: 69).

Hukuki anlamdaki rekabet kavramı da, iktisadi anlamda kullanılan rekabet kavramını destekler niteliktedir. Rekabet Kanunu’nun³ üçüncü maddesinde, rekabet; “mal ve hizmet piyasalarındaki teşebbüsler arasında özgürce kararlar verilmesini sağlayan yarış” şeklinde tanımlanmıştır.

1968 Yılında Alman Federal Mahkemesi’nin bir kararında rekabet, “bir işletmenin pazar gücünü genişletmek amacıyla, diğer işletmelere göre kaliteli ve daha hesaplı mal ve hizmet üretme gayret ve mücadelesi” şeklinde tanımlanmıştır (Oberdorfer ve diğ., 1971:14). Gerçekten rekabet; üreticileri, mal ve hizmetlerin maliyetini mümkün olduğunca düşük maliyetlerde tutmaya kamçılar. Bu anlamda üretimin daha seri hale getirilmesi, daha gelişmiş teknoloji kullanılması, masrafların azaltılması ya da yeni ürünlerin ortaya konulması rekabetin sonucudur (Smith, 1963:186). Rekabet anlayışı bunlarla da sınırlı kalmaz. Tercih edilmeyi uman, rağbet görmek isteyen rakip firmalar, üretimin kalitesini artırmak, çok daha çekici tarzda sunmak veya paketlemek aynı zamanda da servis hizmetleri yönünden farklılıklara sahip olmak için kıyasıya yarışır. Böylece rekabet, en kaliteli ve faydalanma kabiliyeti en yüksek mal ve hizmeti, yine en makul fiyatla tüketiciye arz etmek amaç ve gayretini formüle eder (Petersmann, 1997:9).

Yukarıda yapmış olduğumuz iktisadi ve hukuki rekabet tanımlarına yenilerini eklemek olasıdır. Ancak rekabet kavramını çalışmamızın konusunu da oluşturan iktisat okulları ve piyasa yapısına göre açıklamak daha yararlı olacaktır.

için imrenilecek derecedeki gayreti belirtir. Webster’s New World Dictionary, Third College Edition, Cleveland&New York, 1988

³ Rekabet Kanunu’yla ifade edilmek istenen 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’dur.

1.1.2. İktisat Okullarına Göre Rekabet

Rekabet kavramı, rekabet olgusuna farklı anlamlar yükledikleri için, iktisat okulları tarafından farklı şekillerde değerlendirilmiştir. Aşağıda genel kabul görmüş iktisat okullarının tanımlarına yer verilmiştir.

1.1.2.1. Klasik İktisatçılara Göre Rekabet

Klasik ekonomi teorisinde rekabet kavramı üzerinde durulmamış; ancak varlığı sezgi yolu ile algılanan bir kavram olarak kalmıştır (Stigler, 1987:234). Klasik iktisatçılar, Neo-klasikler gibi rekabeti bir piyasa yapısı olarak özdeşleştirmemiş olsalar da rekabetin sadece piyasa içinde yer aldığına inanmışlardır (DPT, 2000:34).

Klasik iktisatçılardan Adam Smith; rekabeti, üretilebilecek mal miktarının sınırlı olmasından dolayı hasımlar arasındaki yarışma gibi görmüştür. Dolayısıyla, Smith tarafından rekabet, firmaların piyasadaki değişikliklere uyum sağlarken, kazanç elde etmek için, rakiplerinin işlerini zorlaştırma olarak ifade edilmektedir (Vickers, 1995:5).

Klasik iktisatçılar rekabeti tam anlamıyla dinamik bir kavram olarak algılamaktan uzaktır. Klasikler, rekabeti sadece üretim faktörlerinin düşük getiri alanlarından yüksek getiri alanlarına yönelmesi durumunda dinamik bir süreç olarak algılamışlardır. Bunun dışında, Klasik yaklaşımda rekabet dar piyasa olgusu dışına çıkmamıştır. Bu anlayış, Klasiklerin rekabet kuramlarını geliştirmelerini engellemiştir.

Aktan ve Vural'a göre (2004:20), Klasik anlamda rekabet, alıcı ve satıcıların değişen tercihlerinin birbirlerine daima uyumlu olmasını sağlayan bir süreci içerir. Dışardan herhangi bir müdahale olmazsa ekonomi sürekli olarak dengeye kavuşan dinamik bir yapı olarak varlığını sürdürür. Otomatik olarak işleyen bu sistemin varlığı doğal olarak piyasaya giriş ve çıkışın bütün taraflar açısından serbest olmasını gerektirir. Bu anlamda monopol durumu olmuşsa bile bu geçicidir. Zira bir müddet sonra tekel karı, tekelin oluşturduğu piyasaya yeni girişimcileri çekeceğinden rekabet süreci işlemeye devam edecektir.

1.1.2.2. Neo-Klasik İktisatçılara Göre Rekabet

Klasikler tarafından “piyasa süreci” olarak algılanan rekabet, neo-klasikler tarafından “piyasa yapısı” olarak algılanmıştır (Çapoğlu, 1991:33). Piyasa yapısı olarak algılanan

rekabet, neo-klasikler tarafından “tam rekabet piyasası” şeklinde tanımlanmıştır.

Bilindiği üzere, tam rekabet piyasası, çok sayıda alıcının ve satıcının bulunduğu, ilgili herkesin piyasa hakkında bilgi sahibi olduğu, piyasaya giriş ve çıkışların serbestçe yapılabildiği, bölünebilen ve homojen bir malın yer aldığı piyasa olarak tanımlanmaktadır.

Neo-klasik anlayışta piyasadaki firma sayısı, rekabeti belirleyen bir unsur olarak görülür. Eğer mevcut piyasada tek bir firma varsa rekabetten söz edilemez. Bu durumda tekelci bir piyasa yapısı söz konusudur. Eğer piyasadaki firma sayısı sınırlı ise, aksak rekabetin dolayısıyla da oligopolistik bir yapının var olduğu kabul edilir. Ancak piyasa, üzerinde etkisi olmayacak kadar çok miktarda küçük firmadan oluşuyorsa, burada tam rekabetten söz edilebilir. Bu anlayışa göre, firmaların talep eğrilerinin esnekliği de piyasaların rekabet bakımından farklılığını gösteren bir unsurdur. Eğer firmalar sonsuz esneklikte bir talep eğrisi ile karşı karşıya iseler, tam rekabetin varlığı söz konusudur. Burada dikkat edilmesi gereken nokta, rekabetin analitik işlevinin fiyatları marjinal maliyetler düzeyine indirmesidir. Ancak, maliyetlerin düzeyi hiçbir zaman açıklanmamaktadır (Aktaş, 2003:6).

Rekabetin, klasik iktisattaki fiyatı belirleme işlevi, Neo-klasik iktisatta kaybolmuştur. Neo-klasikçi anlayışta firmalar piyasa fiyatını etkileyememekle birlikte, piyasa fiyatını veri olarak aldıklarından Neo-klasikçi tam rekabet piyasasında kuramsal olarak rekabetin bulunmadığı söylenebilir (Barca, 2003). Klasik ekonomide, en iyiyi belirleme ve fazla stoklardan kurtulmak için firmaların fiyat düşürme faaliyeti olarak kavranan rekabet, Neo-klasiklerin “Tam Rekabet” anlayışında ortadan kalkar. Klasiklere göre, rekabet sürecinin tek işlevi olan piyasa fiyatını belirleme, “tam rekabet” anlayışında açıklanmayan ve anlatılmayan bir kavram haline gelir (Auerbach, 1998:13).

Yatırım ve teknolojik değişme rekabetin en önemli unsurlarından biridir. Neo-klasiklerin üretim maliyetlerini veri olarak alması, bu unsurların gözardı edilmesine neden olmuştur. Ancak, firmaların sürekli olarak yaptıkları yatırımlarla teknolojilerini yenileme, verimliliklerini artırma ve maliyetlerini düşürme çabası içinde oldukları bilinmektedir. Önemli olan fiyat rekabeti değil, yatırım ve teknoloji rekabetinde başarılı olmaktır. Firmalar yatırım ve teknoloji rekabetinde başarılı olduğu sürece fiyatlarını düşürme olanağına sahip olacaklarından, piyasa paylarını artıracaklardır. Piyasada

firma sayısı azalsa bile rekabetin varlığı sürekli hissedilecektir. Ancak, bu açıklama Neo-klasik anlayışa ters gelmektedir. Firma sayısının azalması yoğunlaşma oranını artıracığından, Neo-klasik düşünce, rekabetin azaldığını kabul edecektir.

1.1.2.3. Avusturya Okuluna Göre Rekabet

Avusturya Okulu, Neo-klasiklerin rekabeti durağan bir piyasa yapısı gibi ele almalarına karşı çıkan yaklaşımlardan biri olarak ortaya çıkmaktadır. Bu yaklaşımı savunanlar arasında birtakım ayrılıklar olmasına rağmen, genelde bireycilik, insanların bilgilerinin tam olmayacağı, süreçlerin karmaşıklığı vurgulanmakta, ekonomide devlet müdahalesine karşı çıkararak serbest piyasanın üstünlüğü savunulmaktadır (Savaş, 2000a; Yay, 1993).

Avusturya Okulu'nun önde gelen isimlerinden biri olan Friedrich Hayek, piyasa hakkındaki bilgilenmenin rekabet süreci içinde olacağını belirterek, Neo-klasiklerin, herkesin piyasa hakkında tam bilgiye sahip olduğu varsayımını eleştirmektedir. Neo-klasikler, herkesin piyasa hakkında tam bilgiye sahip olduğunu varsayarken, bu bilgilenmenin nasıl olduğunu belirtmemektedir. Hayek, bu bilgilenmenin rekabet süreci içinde olacağını vurgulamaktadır (Cleg, 1990:59-60).

Rekabeti, bir piyasa yapısından ziyade, bir piyasa süreci olarak gören Avusturya Okulu, onu dinamik bir yaklaşımla ele almakta ve girişimcilere büyük önem vermektedir (Barca, 2003). Avusturya Okulu'nun önde gelen isimlerinden olan Joseph Schumpeter, rekabeti, yeni bir teknoloji, yeni bir süreç ya da yeni bir organizasyon tipi olarak algılamaktadır (Pickering, 1974:201). Rekabet, yenilik yapmak için bir süreçtir. Ve girişimcilik bunda önemli bir rol oynamaktadır. Girişimcilerin, bir icadı sonuna kadar kullanarak veya denenmemiş teknolojiler kullanarak ya da bir sanayii yeniden yapılandırarak üretim yöntemlerinde mevcut kalıpları kırıp, yeni çığır açma gibi işlemlere sahip oldukları belirtilmektedir (Ekelund ve Hebert, 1990:567-570; Schumpeter, 1942).

Avusturya Okulu'nun tekellere karşı tutumu da Neo-klasiklerle farklılık arz etmektedir. Neo-klasikler rekabeti yok ettiği ve tüketicuyu sömürdüğü düşüncesiyle tekele karşı çıkmaktadırlar. Ancak Avusturya Okulu, sistemin dinamiğinin kazanç güdüsü olduğunu ileri sürerek, yüksek kazançların teknolojik yeniliği teşvik ettiğini belirtmektedir.

Böylelikle piyasada tek bir firma olsa dahi rekabetin her zaman için tehdit edici bir unsur olacağını ileri sürmektedirler. Piyasanın yeterince karlı olduğunu gören diğer teşebbüslerse kısa bir süre içinde piyasaya girecekler ve tekelin aşırı karına son vereceklerdir. Piyasa bu şekilde kendi kendisini düzenleyecektir. Bu nedenle devletin piyasalara müdahalesini uygun bulmamaktadırlar (Hayek, 1997:111).

1.1.2.4. Post-Keynezyen Yaklaşım Göre Rekabet

Rekabet, Post-Keynezyen yaklaşımda, hayatta kalma süreci olarak görülmektedir. Firmaların kazanç amacıyla kuruldukları ve kazanç elde etme yeteneklerini kaybettikleri an piyasada yok olacakları vurgulanmaktadır. Bu nedenle firmaların hayatta kalmak için maliyetlerini düşürmek zorunda kaldığı belirtilmektedir.

Post-Keynezyen yaklaşım, rekabeti bir süreç olarak düşündüğünden onun sadece fiyat boyutunu değil, üretim, yatırım ve kurumsal boyutlarını da ele almaktadır. Maliyetlerin yatırım ve teknolojik yeniliklerle düşeceğini belirten bu yaklaşım, yatırımların gerçekleşmesinin mali kaynakların varlığına bağlı olduğunu öne sürmektedir.

Kurumsal yapılar ve özellikle de mali sistem; mali kaynakların varlığını ve koşullarını belirlediği için Post-Keynezyen yaklaşımda üzerinde önemle durulan konular olmaktadır. Mali sistemin, bankalarla sahiplik ilişkisi olan firmaları, diğerlerine nazaran kayırmasının diğer firmaların yatırım olanaklarını kısıtlayacağı belirtilmektedir. Bu da rekabet açısından olumsuzluk arz etmektedir (Parasız, 1996).

Bunun yanında rekabeti kısıtlayan kurumsal yapılardan biri de dış ticaret politikaları olabilmektedir. Örneğin, bazı sektörlerin gümrük vergileri ile korunmasının rekabeti sınırlandıracağı belirtilmektedir.

Post-Keynezyen yaklaşımda rekabet ölçütünün firmaların araştırma ve geliştirme harcamaları olduğu vurgulanmaktadır. Aynı zamanda, sürekli teknolojik yenilik içinde olan bir firma hakim durumundan dolayı fiyatlarını yükseltebilme imkanına sahip olsa bile, o piyasada rekabetin mevcut olduğu ileri sürülmektedir.

1.1.2.5. Chicago Okulu'na Göre Rekabet

Aktan ve Vural'a göre (2004:22), Neo-klasik iktisadın bir uzantısı olarak ele alınabilecek olan Chicago İktisat Okulu, günümüzde anti-tröst hukuku büyük ölçüde

etkileyen ve ölçek ekonomisinin topluma sağladığı verimlilik kazançları üzerinde önemle duran bir anlayışı yansıtır. George J. Stigler önderliğindeki Chicago Okulu, Clark tarafından ortaya konulan fonksiyonel rekabet yaklaşımını reddetmekle birlikte endüstriyel piyasaların yapısal özelliklerinden hareketle rekabet yoğunluğuna ilişkin sonuçlara ulaşılacağını savunmaktadır. Stigler (1968), rekabeti; her bir alıcının sonsuz miktarda talep ile karşılaştığı piyasa şeklinde tanımlamıştır. Bu okul, yasal sınırlamaların bulunmadığı endüstriyel piyasalarda rekabetin iyi işlediğini vurgulamaktadır. Piyasalarda farklı sınırlamaların ortaya çıkmasının nedeni maliyet yapısıdır. Dolayısıyla artan konsantrasyona uygun ve ölçek ekonomilerinden yararlanan büyük işletmeler kurulmaktadır (Alchian ve Demsetz, 1972:62). Bu yaklaşıma göre, piyasada tüketicinin istismar edilmesinden korkmamak gerekir. Çünkü endüstride artan maliyet ve kar sonucunda yeni işletmeler piyasaya girecektir. Yeni işletmelerin piyasaya girmesi ise, arzı arttırarak fiyatların düşmesine neden olacaktır. Chicago Okulu İktisatçıları tekelleşmenin ve bunun yol açtığı karların rekabet karşıtı fiyatlardan değil, etkin kaynak tahsisi yoluyla maliyetin azalmasından kaynaklandığını ileri sürmektedirler (Green, 1987:484; Brozen, 1975). Dolayısıyla Chicago Okulu temsilcilerine göre tekelleşme (ya da pazar gücü) tek başına suçlanamaz. Şirketlerin tekelleri nasıl geliştirdikleri de anlaşılmaya çalışılmalıdır. Bu çerçevede her tekelleşme kaynak ve gelir dağılımının bozulmasını değil, tam tersine gelişmesine yol açacaktır. Diğer yandan fiyat ile marjinal maliyet arasındaki fark belli değildir. Bu nedenle rekabet yasasını uygulayacak kuruluşların yapacakları müdahaleler faydalı olmayacaktır. Ayrıca kısa vadede firmalar aşırı kar elde edebilirler; ancak uzun vadede bu karlar ortadan kalktığı için aşırı karların varlığı önemli değildir. Bu nedenle piyasadaki konsantrasyonlara karşı çıkılmaması ve devletin piyasaya müdahale etmemesi gerektiğini ortaya koymaktadırlar. Bu yüzden tekelleşmeye karşı anti-tröst yönetmeliklerin yeniden ele alınması gerektiği gerçeğinin altını çizmektedirler. Burada piyasalarda yapay engeller yaratılmadığı sürece, piyasanın kendi düzenleyici gücünün rekabetin iyi işlemesini sağlayacağı belirtilmelidir. Yani rekabet sürecinin serbest bırakılarak kendi kendini düzenlemesi gerektiği ortaya konmaktadır.

Yukarıda rekabet kavramı iktisat okulları açısından incelendi. Klasikler, rekabeti piyasa yapısıyla özdeşleştirmemişler sadece piyasa içinde bir süreç olarak ele almışlardır. Neo-klasikler ise, rekabeti piyasa yapısı olarak algılamışlardır. Avusturya okulu da rekabeti

piyasa süreci olarak ele almakta ve rekabetin serbest bir piyasada işlerliği olacağını, devlet müdahalelerinin rekabet sürecini baltalayacağını ileri sürmektedirler. Post Keynezyen yaklaşımda rekabet, bir hayatta kalma sürecidir. Bu nedenle firmaların ayakta kalabilmesi için maliyetlerini düşürmeleri gerekmektedir. Son olarak Chicago Okulu ise, piyasaların işleyişinde Avusturya Okulu gibi devletin mümkün olduğunca piyasalara karışmamasını, rekabeti piyasaların kendi kendine sağlayacağına inanmaktadırlar. Piyasadaki tekellerden korkmamak gerektiğini, büyük birleşmelerin üretimde etkinlik sağlayacağını, bundan da en fazla tüketicilerin yararlanacağını ifade etmektedir. Özellikle Klasik yaklaşım ve serbest piyasa düzenini savunan Chicago Okulları, ikinci bölümde inceleyeceğimiz, piyasaya giriş engelleri konusunda da fikir ayrılığına düşmüşlerdir. Bu okullar aynı zamanda ABD antitröst hukukun gelişmesine önemli katkı sağladıkları için mahkemeler tarafından da görüşlerine önem verilmektedir.

1.1.3. Piyasalar Açısından Rekabet

Berberoğlu (2000:127) piyasayı; “bir mal veya hizmeti satmak arzusu ile arz edenlerle, sözü edilen mal veya hizmeti satın almak için talep edenlerin tümü veya kısaca bir malın veya hizmetin arz ve talebinin karşılaştığı ortamdır” şeklinde tanımlamaktadır. Dolayısıyla her ürünün ayrı bir piyasasının olduğunu söyleyebiliriz. Örneğin; ticari araç piyasası, çocuk maması piyasası, alkollü içecek piyasası gibi.

İktisatçılar rekabete açık olup olmamalarına göre piyasaları farklı şekillerde tanımlamaktadırlar. Bu ayırımlardan birincisi, piyasayı üçe ayıran tanımdır. Buna göre; bir uçta tam rekabet, öteki uçta ise, monopol vardır. Bu ikisinin arasında kalan piyasa ise, eksik rekabet piyasasıdır. Bu piyasa ise, oligopol ve monopollü rekabetten oluşmaktadır (Begg ve diğ., 1994).

Bir diğer ayırım ise, piyasaları ikiye ayıran tanımdır. Bunlardan biri, tam rekabet piyasası; ikincisi ise, eksik rekabet piyasalarıdır. Eksik rekabet piyasaları bu sınıflandırmada, monopollü rekabet ve oligopolün yanında monopolü de içine almaktadır (Türkay, 1997:140).

Bu ikinci sınıflandırma bir bakıma daha iyi bir sınıflandırmadır. Çünkü tam rekabet ile tam rekabet dışında kalan bütün piyasa tiplerinin firma açısından son derece önemli bir

farkını ayırma çizgisi olarak kullanılmaktadır. Tam rekabette firmanın piyasa üzerindeki etkisi ihmal edilebilecek kadar küçüktür. Dolayısıyla tam rekabet piyasasında firmaların stratejik davranma veya stratejik düşünmeye gereksinimleri yoktur (Barca, 2003).

Tablo 1. Rekabet Yapılarına Göre Piyasalar

Pazar Yapısı	Firma Sayısı	Ürün Şekli	Giriş	Bir Firmanın Fiyat Üzerindeki Etkisi	Örnek
A-Tam Rekabet	Çok sayıda küçük firma	Standart	Kolay	Hiç yok (Fiyatı Kabullenmiş)	Bazı tarımsal ürünler, Buğday gibi
B-Monopolcü Rekabet	Çok sayıda küçük firma	Farklılaştırılmış	Kolay	Çok az	Bazı perakende ticarethane ve hizmet end.
C-Oligopol	Birkaç küçük firma	Genellikle Farklılaştırılmış	Zor	Önemli derecede (Fiyatı Araştıran)	Otomobil, Bilgisayar, Standart olmuş Alüminyum
D-Duopol	İki	Genellikle Farklılaştırılmış	Zor	Önemli derecede (Fiyatı Araştıran)	Bazı şehirlerarası telefon hizmetleri
E-Monopol	Tek	-	Zor ya da İmkansız	Oldukça önemli	Yerel telefon hizmetleri

Kaynak: Wonnacott ve Wonnacott (1990:145)

Tek firma satışını artırdığı veya azalttığı için malın piyasa fiyatı değişmez. Ama tam rekabet dışındaki bütün piyasalarda firmaların her biri fiyat üzerinde bir ölçüde etkilidir. Tek firmanın satış miktarını artırıp azaltması malın fiyatının değişmesine yol açar (A.g.e., :141). Konumuzla da ilgisi olması sebebiyle bu piyasalar hakkında özet olarak bilgi vermeyi gerekli görüyoruz.

1.1.3.1. Tam Rekabet Piyasası

Tam rekabet piyasası; alıcı ve satıcıların çok sayıda olduğu, aynı tür malların üretildiği, piyasa hakkındaki bilgilendirmenin tam olduğu ve piyasaya giriş ve çıkışın engellenmediği bir piyasa yapısını ifade etmektedir (Lipsey ve diğ., 1990:224).

Tam rekabet piyasası; hem alıcıların, hem de satıcıların, kendi alış ve satış kararlarının pazarın fiyat yapısını etkilemeyeceklerini bildikleri bir piyasadır (Demirci, 1996:85). Tekel ise; o endüstride tek alıcı ya da potansiyel alıcısının kendisi olmasıdır, ya da o piyasadaki ürünün tek satıcı ya da potansiyel satıcısının kendisi olmasıdır (Üstünel, 1988:214).

Tam rekabet piyasasının şu karakteristiklere sahip olduğunu ileri sürülmektedir (Wonnacott ve Wonnacott, 1990:158; Demirci, 1996:85-86; Bocutoğlu ve diğ., 2000:123; Stigler, 1957:7):

1- Piyasaya giriş ve çıkışlar serbesttir (mobilité koşulu): Alıcı ve satıcıların piyasaya giriş ve çıkışları serbesttir, hiçbir engelle karşılaşmazlar.

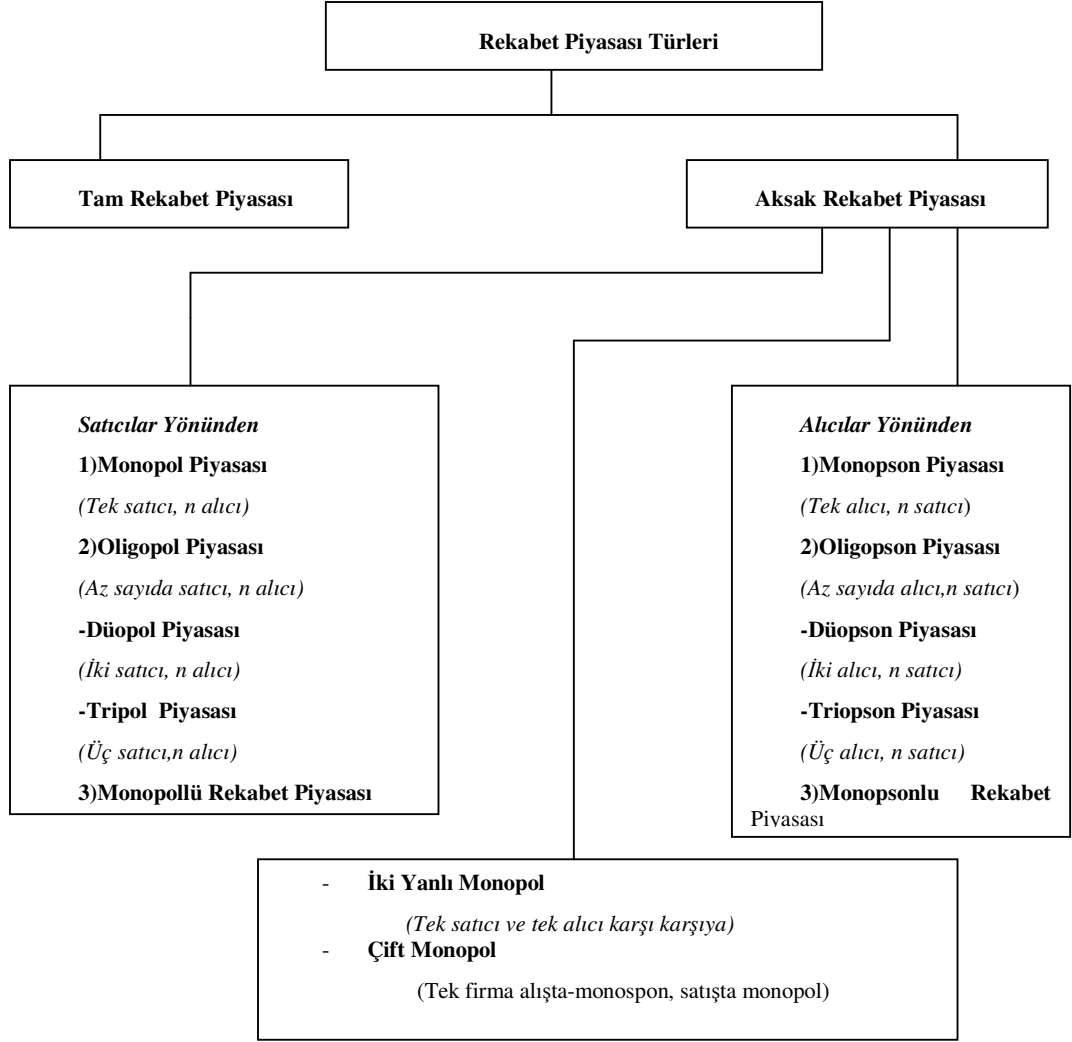
2-Ürünler standart ve homojendir (homojenlik koşulu): Piyasada satışa sunulan belli bir mal, kalite, renk, koku gibi tüm özellikleriyle diğer mallarla türdeştir.

3-Piyasa hakkında herkes tam bilgiye sahiptir(açıklık koşulu): Piyasada faaliyetlerin herkesin gözünün önünde cereyan etmesi ve alıcı ve satıcıların piyasa konusunda tam ve sürekli bilgiye sahip olması gerekir.

4- Çok sayıda alıcı ve satıcı vardır(atomisite koşulu): Tam rekabet koşulları çok sayıda alıcı ve satıcının karşılaştığı bir piyasada söz konusu olabilir. Aksi takdirde, tek ya da sınırlı sayıdaki alıcı ya da satıcı, bağımsız kararlarıyla piyasada oluşan fiyatları etkileyebilirler.

Gerçek ekonomik hayatta tam rekabet koşullarının geçerli olduğu bir piyasa yapısına rastlamak olası değildir. Çeşitli nedenlerle tam rekabet koşullarından uzaklaştıldığı görülmektedir. Tam rekabet koşullarından biri veya birkaçından uzaklaşılması aksak rekabet piyasalarının oluşmasına yol açar. Aksak rekabet piyasasına yol açan unsurlar şunlardır:

Şekil 1: Rekabet Piyasası Türleri



Kaynak: Dinler (2001:196)

Giriş-çıkış serbestisi ve atomisite koşullarından sapmalar: Piyasaya alıcı ve satıcıların istedikleri zaman girebileceklerini ifade eden giriş-çıkış serbestisi koşulu aksatıldığı zaman piyasada daha az sayıda firma olacağından atomisite koşulu da ortadan kalkmış olacaktır. Dolayısıyla giriş-çıkış serbestisi koşulunda sapmaya neden olan unsurlar aynı zamanda atomisite koşulundan da sapmaya neden olmaktadır. Bu nedenle burada giriş engel olan unsurlar önem kazanmaktadır. Bu nedenlerden birincisi, tam rekabet piyasasının birinci şartı olan giriş ve çıkışların engellenmesidir. Giriş ve çıkışların piyasadaki tek bir firma (hakim firma) veya piyasada faaliyet gösteren firmalar

tarafından engellenmesi demek, belli bir ürün veya hizmet piyasasına girişlerin engellenmesi demektir. Dolayısıyla girişi engelleyen firmalar talepten bağımsız olarak fiyatları veya ürün miktarını kontrol ederek karlarını maksimize etme imkanına sahip olabilirler. Tezimizin ana teması bu konu olduğu için sonraki bölümde özellikle tam rekabet piyasası özelliklerinden ayrılma nedenlerinden bir olan girişlerin engellenmesi konusunda daha ayrıntılı durulacaktır.

Homojenlik koşulundan sapmalar: Tam rekabetin koşullarından biri olan homojenlik koşulu; piyasadaki alıcı, satıcı ve malın aynı olması durumunu ifade etmektedir. Ancak gerçek hayatta en fazla bu koşuldaki sapılmaktadır. Genellikle alıcıların çeşitli nedenlerle bazı satıcıları diğerlerine tercih etmesi, bu koşulun ortadan kalkmasına neden olmaktadır. Bu nedenlerden biri, psikolojik faktörlerle açıklanabilir. Alıcılar için bazı satıcıların güler yüzlü, tatlı dilli olması bu satıcıları aynı malı üreten diğer satıcılardan üstün kılmaktadır. Diğer neden ise, mekansal faktöre bağlıdır. Alıcılar satın alacakları malın kıymetine göre kendilerine en yakın mekan içindeki satıcıları tercih etmektedirler. Diğer yandan satıcılarda bazı durumlarda alıcılar arasında ayırım yapmaktadırlar. Satıcıların bazı alıcıları diğerlerine tercih etmesinin nedenlerinden biri psikolojik faktördür. Diğer neden ise, satıcıların malı çok miktarda satın alanla, az miktarda satın alan ya da sürekli alana farklı davranmasıdır (Dinler, 1990:248).

Gerçek hayatta asıl homojenlikten uzaklaşmayı piyasadaki mallarda görmekteyiz. Satıcılar ürettikleri malı farklı tasarım, paketleme, koku ve reklamlarla farklı isim ve marka altında piyasaya sunarak mallarını homojenlikten uzaklaştırmaktadırlar. Bu şekilde marka çeşitlemesine gidilmesi ve alıcıların belli markalara olan bağımlılıklarının artırılması, yeni firmaların piyasaya girmesine açık bir engel teşkil etmektedir. Yeni giren firma, kendi ürününü tanıtmak ve yerleşik firmaların müşterilerinin bir kısmını kendisine çekmek zorunda olduğundan dezavantajlıdır. Bunun için yeni firma; ya malını yerleşik firmalara göre daha düşük bir fiyattan satmalı, ya yoğun bir reklam kampanyasına girmeli, ya da her ikisini birden yapmalıdır. Yeni firmanın bunları yapması ise, maliyetlerinin artmasına neden olacaktır. Diğer yandan yeni firmanın bütün bunları gerçekleştirilmesi ise, büyük bir finansmana sahip olmasını gerektirir. Dolayısıyla bu finansmanı her firma kolaylıkla karşılayamaz. Bain, yirmi imalat endüstrisini

kapsayan çalışmasında ürün farklılaştırmasının piyasaya girişin en önemli engeli olduğunu ortaya koymuştur (Bain, 1956).

Diğer yandan bir endüstride bulunan her firmanın ürün farklılaştırmasına giderek diğerlerinden farklı bir ürün ortaya çıkarması endüstrinin piyasasının bölünüp küçülmesine neden olmaktadır. Bu ise, bir çeşit giriş engeli oluşturmaktadır. Örneğin; otomobil endüstrisindeki firmalar pazar paylarını artırmak amacıyla bir kaç yılda bir farklı model otomobili piyasaya sürmektedirler. Firmanın her bir farklı modeli üretmesi için belli bir ölçüğe sahip olması gerekmektedir. Dolayısıyla firmanın piyasaya sürdüğü her farklı model, firmaya belli bir ölçek avantajı sağlamaktadır. Firmanın ölçek avantajı ve farklılaşmaya bağlı olarak piyasadaki değişik tip mallara olan talebi de karşılaması, yeni firmaların girişi için fiili engel teşkil etmiş etmektedir (Dinler, 1990:248).

Açıklık koşulundan sapmalar: Açıklık koşulu; piyasadaki alıcı ve satıcıların piyasada olup bitenler konusunda tam bilgiye sahip oldukları durumu ifade etmektedir (Berberoğlu, 2000:130). Ancak gerçek hayatta alıcı ve satıcılar birçok malın piyasasında ortaya çıkan değişimlerden anında haberdar olmamaktadırlar. Alıcı ve satıcılar borsası olan (altın ve değerli kağıtlar gibi) mallar dışındaki diğer malların piyasalarında ortaya çıkan değişimleri zaman ve mekan engellerinden dolayı tam olarak izleyememektedirler. Ancak bazı durumlarda da tüketicinin daha ucuza mal bulabileceğini bilmesine rağmen isteksiz davrandığı görülmektedir. Diğer yandan günümüzde tam bilgiye ulaşmak zor olmakla birlikte oldukça da maliyetlidir. Bu nedenle bir çok firma kendileri için gerekli olan bilgiye ulaşmamaktadır.

1.1.3.2. Eksik Rekabet Piyasaları

Türkey; eksik rekabet piyasalarını monopol, oligopol ve monopollü rekabet piyasaları şeklinde bir ayrıma tabi tutarak incelemenin daha doğru bir yaklaşım olduğunu ifade eder (Türkey, 2001:107).

Monopol piyasası: Monopol kelimesi Yunanca'dan gelir. Monos (tek) ve polein (satmak) kelimelerinin bileşiminden oluşur. Monopol piyasası, fiyatları tek başına etkileyemeyecek kadar çok sayıda alıcı ve bunların karşısında tek bir satıcının olduğu piyasadır (Lipsey ve diğ., 1990:246). Tekel piyasasında tek bir firmanın faaliyet göstermesi sebebi ile piyasadaki mal miktarını belirlemede tekeli firma tek başına

hareket eder (Mansfield, 1979:229-230). Bu durumda fiyatı belirleyen, tek firmanın arzı ile piyasa talebi ya da toplam taleptir.

Monopol piyasasında rakip olmadığından monopolcü, satış fiyatını belirlerken bağımsız hareket edebilir. Monopolcü firma için fiyat veri değildir (Bain, 1968:28). Ancak, firma malının fiyatını dilediği gibi saptayamaz. Çünkü, her malın zayıf bile olsa ikamesi vardır. Yurt içinden ve yurt dışından potansiyel bir rekabet vardır. Bir diğer neden ise, tüketicilerin satın alma güçleri sınırlıdır. Bir malın satıcısının tek olması ve hiçbir ikame malın olmaması yani ikame elastikiyetinin sıfır olması durumundaki monopollere 'salt monopol' veya 'mükemmel monopol' denir (Bocutoğlu ve diğ., 2000:141).

Uzun dönemde bile aşırı kar elde eden monopolcü, bu durumunu endüstriye giriş engellerine borçludur. Girişi tıkayan engeller veya monopolü yaratan sebepler çeşitlidir.

Monopolün Sebepleri:

1- Girdi ya da üretim tekniğinin kontrolü; bir malın üretimi için gerekli hammadde ve kaynakların tek bir firmanın elinde oluşudur. Bir zamanlar ABD'de görülmüş olduğu gibi, alüminyum üretimi için gerekli olan boksit yatakları tek bir firmanın elinde ise, o firma alüminyum üretiminde monopolcü duruma sahip olabilir. Bir diğer neden ise, patent sahipliğidir. Devlet belirli bir buluşu hayata geçiren kişi ya da kuruluşlara, belirli bir süre zarfında başkalarının bu buluşu kullanmasına izin vermeyerek, yeni buluşları teşvik etmek amacıyla, bu ürünün tek satıcısı olmasına izin vermektedir (Yao,? :328)⁴.

⁴ Örnek; 1945 yılında Milton Reynolds geleneksel sivri uçlu kalem yerine bilyalı uçla yazan yeni bir kalemin patentini aldı. 26.000 dolara Reynolds International Pen Company'yi kurdu ve 6 Ekim 1945'te üretime başladı. Reynolds kalemleri Gimbels'lerin gösterişli gösterileriyle piyasaya girdi. Kalemin iki yıl hiç doldurulmadan işlevini göreceği garanti ediliyordu. Fiyatı 12.50 dolardı (savaş sırasında fiyat komisyonunun izin verdiği maksimum fiyat) Kalemin satışı ilk çıktığı gün olan 29 Ekim 1945 de Gimbels 10.000 tükenmez kalem sattı. Üretimin ilk aşamalarında, üretim maliyetinin yaklaşık olarak tükenmez kalem başına 0.8 dolar civarında olacağı tahmin edilmişti. Reynolds International Pen Company hemen üretimini genişletti. 1946'nın başlarında fabrikada 800'den fazla işçi çalışıyor ve günde 30.000 kalem üretiliyordu. Mart 1946'da şirketin bankada 3 milyon doları birikmişti. Gimbels'in ezeli rakibi Macy, Güney Amerika'dan ithal ettiği tükenmez kalemin tanıtımını yaptı. Fiyatı 19.98 dolardı (üretim maliyeti bilinmiyor). Büyük satışlar hemen diğer tükenmez kalem imalatçıların tepkisine neden oldu. Eversharp ilk kalem modelini 15 dolardan piyasaya sürdü. Temmuz 1946'da Fortune dergisi Sheaffer firmasının piyasaya 15 dolardan kalem süreceğini duyurdu ve Eversharp firması 25 dolardan basmalı kalem modelini üretme planını açıkladı. Reynolds yeni bir tükenmez kalem üretti; fakat fiyatını yine 12.50 dolarda tuttu. Maliyetler tükenmez kalem başına 0.60 dolar olarak tahmin edildi. Sıkıntılı günlerin başlamasının ilk işaretleri ortaya çıktı. Hollywood'daki Ball Point Pen Company piyasaya 9.95 dolar

Bu hak bir monopolün ortaya çıkmasına sebep olabilir (Wannacott ve Wannacott, a.g.e., :192). Ne var ki, bu tip monopollerin ömrü kısa olmaktadır. Ufacık bir farklılıkla aynı malı piyasaya süren firmalar türemekte ve monopol sona ermektedir.

2- Yasal monopol; monopol bazen devlet tarafından yaratılır. Bir malın üretimi ya bir kamu firmasına verilir ve başkasının o alana girmesi yasaklanır. Ya da bir özel firmaya imtiyaz (ayrıcılık) tanınır. O firmadan başkasının o alana girmesi kanun dışı olur.

3- Doğal monopol; monopol yaratan sebeplerden bir başkası ise, piyasa şartlarıdır. Öyle durumlar vardır ki, bir alanda birden fazla firmanın üretim yapması imkansızdır. Eğer bir malın uzun dönem ortalama maliyeti üretim hacmi büyüdükçe devamlı olarak azalıyorsa o malı üreten firmaların sayısı başlangıçta birden fazla bile olsa, zaman içinde bire iner. Çünkü, başlangıçta bütün firmaların ortalama maliyetleri nispi olarak çok yüksektir. Üretimi artırmak maliyeti düşürecektir. Bütün firmalar bunu yapmaya kalktıklarında, ürünün fiyatı ortalama maliyetten daha büyük ölçüde düşer ve biri hariç bütün firmalar o malın üretiminden vazgeçer. Piyasanın özel şartlarından doğan bu tip monopollere tabii monopol denir (Lipsey ve diğ., 1989:250). Buradaki tabii sıfatı ile piyasanın tabiatına atıfta bulunmaktadır. Şehirlere su, elektrik, gaz dağıtım tabii monopollerin standart örnekleri arasındadır (Türkay, 2001:118).

4- Birleşme sonucunda olan monopoller; eğer yasalar izin veriyorsa, birkaç üretici fiyatlarını ve karlarını artırmak için birleşebilirler. Bu tip firmalara kartel denilmektedir. Kartelde firmalar tek bir çatı altında birleşerek, ürünün çıktı miktarını veya dağıtım alanlarını kendileri belirlemekte ve böylece karlarını maksimize etmeye çalışmaktadırlar. Bu özelliklere uygun en iyi örnek OPEC verilebilir (Lipsey ve diğ., 1989:252).

olan kalem sürdü ve David Khan adlı imalatçı 3 dolardan daha düşük fiyatlı kalem üretmeyi planladıklarını açıkladı. Fortune dergisi artan sayıdaki imalatçı ve düşük maliyetli üretim nedeniyle fiyat savaşının başlaması kaygısını dile getirdi. Ekim ayında Reynolds firması fiyatı 3.85 dolar ve maliyeti yaklaşık 0.30 dolar olan yeni bir modeli tanıttı. 1946 Noel'inde yaklaşık 100 imalatçı üretimdeydi ve bazıları kalemi 2.98 dolardan satıyordu. Şubat 1947'de Gimbels Continental Pen Company'nin 0.98 dolardan ürettiği tükenmez kalemleri satıyordu. Reynolds, 1.69 dolardan satacağı yeni bir modeli tanıttı. Artık bundan sonra tükenmez kalemler lüks olmaktan çıkıp ekonomik bir mal haline geldi; fakat tükenmez kalem hala karlı bir işti. 1948'in ortalarında tükenmez kalem 0.10 dolar maliyetle, 0.39 dolara satılıyordu. 1951 yılında her yerde 0.25 dolarlık fiyat geçerliydi. Tekelin gücü 6 yıl sürdü. Piyasa çeşitli modellerdeki tükenmezlerle doluydu ve tükenmez fiyatları 0.19 doların üzerinde düzenlendi. Kalem üretimi sadece sıradan bir kar bırakıyordu (Lipsey ve diğ., 1989:278).

Oligopol Piyasası: Oligopol, birbirlerini etkileyebilecek kadar az sayıda satıcının, sonsuz denebilecek kadar çok sayıda alıcıyla karşı karşıya geldiği piyasadır (Posner, 1976:39). Oligopol piyasası, az sayıda firmanın faaliyet gösterdiği piyasa olarak tanımlansa da daha doğru ve amaca uygun tanım, piyasayı kontrol gücünün az sayıda teşebbüsün elinde toplandığı piyasa şeklindedir. Örneğin; yüz teşebbüsün faaliyet gösterdiği bir piyasada, bunlardan dördünün piyasa paylarının yüzde doksanına eşit olması durumunda, rekabet piyasası yerine oligopol piyasasından söz etmek daha doğru olur. Çünkü, dört firmanın her biri piyasadaki fiyat ve arz miktarını etkileyebilecek güce sahiptir. Diğer yandan eşit büyüklükte elli firmadan oluşan bir piyasa, rekabet piyasası özelliklerini gösterir.

Tam rekabet ve tekel piyasalarının gerçek hayat modelleri olmaktan çok teorik modeller olması ve gerçek hayatta en yaygın piyasa tipinin oligopol olması sebebi ile oligopol piyasalarında firma davranışları, hukukçular kadar ekonomistlerin de ilgisini çekmiştir. Ancak, bu piyasadaki firma davranışlarını açıklamak tam rekabet ve tekel piyasalarında olduğu gibi kolay değildir ve belirli bir şekli yoktur (Mueller, 1997:8).

Bu çalışmanın da başlıca konularından biri eksik rekabet ortamında işletmelerin davranış tarzlarını incelemek olduğundan oligopol piyasası özellikle bu açıdan da önemlidir.

Oligopol piyasalarında az sayıda firma olduğu için, her firma özellikle fiyat belirleme gibi davranışlarında, diğer firmaları dikkatle izlemeli ve bir strateji geliştirmelidir. Bu yönüyle oligopol satranç veya briç oyununa benzetilebilir. Hamle yaparken bir strateji belirlemeli veya rakibin hamlesine ne yapmak istediğini tahmin ederek karşı hamle yapmak gerekmektedir.

Monopolü Rekabet Piyasası: Monopolü rekabet piyasası bir yandan tam rekabetin öte yandan da monopolün bazı özelliklerini taşır⁵ (Türkay, 1997:178). Monopolü rekabet piyasalarında farklılaştırılmış mal ve hizmet satan bir çok firma vardır. Bu piyasalar tam rekabet ile monopol piyasalarının bir karışımıdır. Piyasanın rekabet özelliği, çok sayıda firma ve piyasaya giriş kolaylığı olmasından kaynaklanır. Monopol özelliği ise, piyasaya arz edilen farklılaştırılmış mal ve hizmetlerin sonucudur. Mal farklılaştırma

⁵ Türkçe kaynakların bazılarında monopolü rekabet yerine monopolcü rekabet veya tekelci rekabet terimleri kullanılmaktadır.

genellikle reklamlar aracılığıyla yapılır. Bununla birlikte, mal ve hizmetlerin birbirleri ile yakın ikame edebilme özelliği, firmaların tekeli güçlerini sınırlandırır (Bocutoğlu ve diğ., 2000:159).

Monopollü rekabet piyasa yapısına baktığımızda bir birinden bir parça farklı mal satan bir çok küçük firmadan oluştuğunu görürüz. Monopollü rekabet ekonomimizde özellikle perakende ticaret sektöründe geçerlidir. Ayakkabıcılar, kuaförler, lokantalar ve benzin istasyonları vb. monopolcü rekabet piyasasının en güzel örnekleridir.

Uzun yıllar bir çok ekonomist tam rekabet ve monopol piyasaları üzerinde araştırmalarını sürdürmüşlerdir. Aradaki boşluğu Harvard Üniversitesi profesörlerinden Edward Chamberlin ve Cambridge Üniversitesi'nden Joan Robinson doldurmuşlardır. Böylece monopollü rekabet piyasası analizleri başlamıştır (Parasız, 1996:148).

Bir piyasanın monopollü rekabet piyasası olabilmesi için üçü tam rekabet piyasası koşullarını içeren dört koşulun bir araya gelmesi gerekir. Şöyle ki;

- Küçük boyutlu çok sayıda alıcı ve satıcı olmalıdır.
- Mallar heterojen olmalıdır. Satıcılar birbirinden biraz farklı mal satmalıdır.
- Piyasaya giriş ve çıkışlar serbest olmalıdır.
- Piyasalarda bilgilendirme tam olmalıdır.

Teorik açıdan monopollü ve tam rekabet arasındaki en büyük fark homojen ve farklılaştırılmış mal varsayımıdır. Monopolcü rekabette firmalar farklılaştırılmış mal satarlar. Pratik açıdan firmaların sattıkları mallar grubu bir ürün denecek kadar birbirine benzer; ancak her bir firmanın kendi fiyatı üzerinde belli bir güce sahip olması için yeterli bir farklılığı vardır.

Yukarıda açıklamaya çalıştığımız rekabet kavramları, iktisatçılar tarafından uzun zamandan beri kullanılan rekabet tanımları ve kavramlarıdır ve hemen hemen bütün mikro iktisat veya iktisada giriş kitaplarında mevcut olan tanımlardır.

İktisatçılar özellikle tam rekabet teorisinin bir varsayım olduğundan hareketle, bu kavramın yerine geçebilecek veya işletme davranışlarına bir açıklama getirebilecek yeni

rekabet kavramları geliştirme uğraşısı içinde olmuşlardır. Bunun neticesinde de bazı yeni rekabet kavramları geliştirmişlerdir. Aşağıda bu rekabet tanımlarını inceleyeceğiz.

1.1.4. Alternatif Rekabet Piyasası Tanımları

Yukarıdaki tanımlamalar piyasa yapısıyla ilgilidir. Ancak özellikle son yıllarda yeni sayılabilecek rekabet tanımları da kullanılmaktadır. Aşağıda kısaca bu tanımlara da yer verilmiştir.

1.1.4.1. Potansiyel Rekabet

Potansiyel rekabet, bir işletme için halihazırda bir piyasada ticari faaliyete girmemiş; fakat yakın gelecekte aynı ürün piyasasına veya coğrafi piyasaya girebilecek teşebbüslerin varlığını ifade eder (Ritter ve diğ., 1991:77). Prensip olarak bir piyasaya giriş ve çıkış engelleri yok ise, ve o piyasada karlılık oranları ortalama kar oranının üzerinde ise, mutlaka o piyasaya girmek isteyen girişimciler olacaktır. Bu tür piyasalara “contestable markets” (çekişmeli piyasalar) denilmektedir. Mevcut firma (monopol konumundaki firma) veya firmalar bu durumu göz önünde tutma zorunluluğu hissedeceklerdir. Bu çerçevede potansiyel rekabet, bazen fiili rekabetin yarattığı rekabet baskısını yaratabilecektir.

Potansiyel rekabette rakip, ne satıcı; ne de alıcı konumunda bulunmadığından, söz konusu piyasada herhangi bir paya da sahip değildir. Belirli bir mal veya hizmet piyasasına yeni yatırımlar yapılması ya da yeni girişler olması mevcut rakipler açısından rekabeti etkileyebilecek önemli bir başlangıç sayılır. Giriş engelleri bulunmayan piyasalarda potansiyel rekabet korkusu; hesaplı, kaliteli mal ve hizmet üretimi açısından tahrik edici bir unsurdur. (Massey, 1997:206-207).

1.1.4.2. İşleyebilir Rekabet

Tam rekabet sisteminin gerçek ekonomik sistemde uygulanabilirlik şansı yoktur. Bu nedenle daha gerçekçi ve uygulanabilme imkanı daha yüksek olan bir kavram olan “İşleyebilir Rekabet” (Workable Competition), sisteminin gelişmesine vesile olmuştur.

Böylece tam rekabet, sürekli tüketicinin beğenisini kazanmaya çabalayan işleyebilir rekabet modeliyle yer değiştirmiştir. Üreticilerin rakipler karşısında daha üstün bir konuma yükselebilmeleri tutkusuyla çalışmalarını ve zamanla bu üstünlüğü sağlayarak

tekel haline gelebilmeleri doğal bir durumdur. Piyasada kendi emek ve gayretiyle, mal ve hizmetlerinin kalitesini artırarak lider konuma yükselmek, iktisadi anlamda da arzulanan bir durumdur (Auerbach, 1998: 21-22).

İşleyebilir rekabet kavramı, rekabet olgusunun algılanmasında tam rekabet kavramının getirdiği sınırlamaları aşmak amacıyla ilk kez Clark tarafından ortaya atılmıştır (Türkkan, 2000: 126). Clark 1940'larda işleyebilir rekabeti, rekabetin gerçekleştirilebilirliği ve istenirliği olan şekilleri olarak tanımlamıştır (Davies, 1992: 304).

İşleyebilir rekabeti çeşitli açılardan irdelemek mümkündür. Birinci olarak işleyebilir rekabet; tüketici egemenliğinin sağlanmasını, kaynak tahsisinde etkinliğin sağlanmasını, seçme özgürlüğünün sağlanmasını, bireysel ve toplumsal çıkarların bağdaştırılmasını, yeniliklerin teşvik edilmesini, gelir dağılımının daha adil hale getirilmesini, ekonomide demokrasinin sağlanmasını, düzenlemelerin etkinleştirilmesini, başarılı olanların ödüllendirilmesini, başarısızların piyasadan elenmesini içermektedir. İkinci olarak işleyebilir rekabet; gerçekleştirilebilirliği ve istenirliği kanıtlanabilen yapısal ve davranışsal koşullar kümesi olarak tanımlanmaktadır. Bu bağlamda potansiyel rekabette, sağlayıcı giriş ve çıkışların olması, alıcı ve satıcı rakipler arasında anlaşmaların olmaması, mal farklılaştırması yoluyla kalite rekabetinin olması vb. koşullar ön plana çıkmaktadır (Parasız, 2001:2).

1.1.4.3. İkinci En İyi Teorisi

İşleyebilir rekabet teorisine yakın bir teori ise, Lipsey ve Lanchaster (1956:11-32) tarafından ortaya atılan "ikinci en iyi" teorisidir. Bu teoriye göre; şayet bazı piyasalarda rekabetten sapmalar çok yüksekse, ancak bu alanlarda bir iyileştirme yapılamıyorsa, rekabetten sapmaların nispeten düşük olduğu bazı alanlarda da ilave iyileştirmeler yapma imkanı varsa, bu iyileştirmelerin yapılması istenilir bir şey midir? Yani bazı sektörlerde rekabetten sapmalar çok yüksek iken, rekabetten sapmaların daha düşük olduğu alanlarda bu sapmaları azaltacak ek önlemler alınmasının toplumsal açıdan zararlı sonuçlar vermesi olasılığı vardır (Türkkan, 2001a:141). Bu çıkmazın aşılabilmesi için ikinci en iyi teorisinin önerileri şunlardır.

Bu önerilerden birincisi, rekabetten herhangi bir sapmayı düzeltmek yerine en büyük sapmaları düzeltmenin ikinci en iyiye ulaşma şansını artıracaktır. Bu çerçevede toplumsal düzeyde rekabetten en büyük sapmaların hangi alanlarda ve hangi firmalar için söz konusu olduğu önem kazanmaktadır.

İkinci öneri ise, bir toplumda rekabetten herhangi bir sapmayı düzeltmek veya önemli görülen sapmaları düzeltmek yerine “stratejik sapmaların” düzeltilmesine ağırlık verilmelidir. Burada da stratejik sapma ön plana çıkmaktadır. Stratejik sapma; kendi yarattığı sapmanın dışında başka sapmaların yaratılmasına neden olan, dolayısıyla düzeltilmesi halinde başka sapmaların da kendiliğinden ortadan kalkmasına yol açan sapmalar olarak tanımlanabilir.

İkinci en iyi teorisinin pratikte politika dizaynı açısından yol gösterici olabilecek üçüncü önerisi ise, “izole sapmaların” düzeltilmesinin bir sakınca yaratmayacağı şeklindedir. İzole sapma kavramı, başka sektörler üzerinde yansımaları veya etkisi olmayan sapmalar olarak tanımlanabilir (Türkkan, 2001b:95).

1.1.4.4. Yarışmacı Rekabet

Bu tür piyasalara, giriş/çıkışı kolay piyasalar da denilmektedir. Bir piyasada mal ya da hizmetler tekel tarafından sağlanıyor olsa dahi piyasaya girme potansiyeli olan diğer firmaların tehdidi ile belli şartlarda rekabetçi çözümler sağlanabileceği savunulmaktadır (Çakal, 1996:34). Bu teori, Princeton Üniversitesi’nden Profesör William Baumol ve Robert Willig ve Northwestern Üniversitesi’nden John Panzer, tarafından geliştirilmiştir (Baumol ve diğ., 1982). Yarışmacı rekabet sistemi, kaynakların en verimli tahsisinin yarışmacı piyasalarda faaliyet gösteren firmalarca sağlanabileceğini iddia eder. Yarışmacı piyasayı karakterize eden özellik, giriş ve çıkış özgürlüğünün varlığıdır. Bir piyasaya yeni firmalar, giriş engeline maruz kalmadan girip çıkabiliyorsa, bu piyasaya yarışmacı piyasa denir (Davies, 1989:308).

Yarışmacı piyasanın temeli, giriş maliyetlerinin bulunmayışı değil, aksine yeni teşebbüsler açısından piyasanın serbest veya hareketli olmasıdır (Douglas, 1989:105). Giriş ve çıkışlar serbest olduğundan, piyasada tek teşebbüs dahi olsa, potansiyel rekabet baskısı altındaki teşebbüslerin fiyatları maliyetlerden koparma gücü yoktur. Çünkü fiyat-maliyet ilişkisinden uzak, aşırı derecede yüksek tespit edilen fiyatlar, giriş ve çıkış

serbestisinin doğal bir sonucu olarak piyasaya yeni teşebbüsler çekecek ve dolayısıyla aşırı fiyatlar törpülenecektir (Wish, 1993:12). Ancak yarışmacı piyasa, tam rekabet piyasası olarak algılanmamalıdır. Yarışmacı rekabet sistemi önemli bir model olmasına karşılık, bünyesinde devlet müdahalesini barındıran piyasalarda gelişme ve yerleşebilmesi zor bir model olarak görülmektedir. Zira, yarışması piyasa modelinin dayanağını teşkil eden giriş ve çıkışların, düzenlemeler yoluyla engellenmesi; yahut denetim altında tutulması, firmaları disipline eden potansiyel rekabet baskısını ortadan kaldıracaktır .

Rekabetin tanımıyla ilgili bu genel açıklamaları yaptıktan sonra, Rekabet Hukuku’nu da içine alan rekabet politikalarının oluşturulmasının önemine değinmekte fayda görmektedir. Çünkü genellikle rekabet politikasından anlaşılan ‘Rekabet Hukuku’ kavramıdır. Ancak bir ülkenin rekabet politikası sadece Rekabet Hukuku’ndan oluşmamaktadır. Fakat burada konumuzu, Rekabet Hukuku’nun neden gerekli olduğunu açıklamakla sınırlandıracağız. Rekabet Hukuku’nun dışındaki diğer rekabet politikaları, farklı çalışmaların konusunu oluşturacak kadar geniştir.

1.2. Rekabet Politikası ve Rekabet Hukukunun Gerekliği

Rekabet politikası ve Rekabet Hukuku’nun gerekliliğini sorgulayacağımız bu başlık altında öncelikle rekabet politikası nedir ve neleri kapsamaktadır sorularına cevap aranacak daha sonra ise, Rekabet Hukuku’nun gerekli olup olmadığı sorgulanacaktır.

1.2.1. Rekabet Politikası ve Rekabet Politikasının Kapsamı

Piyasa ekonomisinde fonksiyonel işlerliğin merkezi unsuru olarak etkin bir rekabet sürecinin varlığı ön koşul olarak görülmektedir. Ancak rekabet sürecinin çeşitli nedenlerle bozulması, engellenmesi ve sınırlanması söz konusu ekonomide kaynak dağılımının, gelir dağılımının ve bunlara bağlı olarak politik güç dağılımının bozulmasına neden olmaktadır. İşte böyle bir durumda ekonomideki rekabet sürecini yeniden oluşturmak için ekonomik politikadan sorumlu hükümetlerin yasal ve ekonomik olmak üzere bir takım önlemler almaları gerekmektedir. Bu alınan önlemler bütünü ülkenin rekabet politikasını oluşturmaktadır.

Sözlük anlamıyla politika, “bugünkü ve gelecekteki kararlara bir yön verebilmek için bir çok alternatif arasından seçilen belirli bir yol veya davranış tarzı” veya “genel

amaçlar veya kabul edilebilir yöntemleri kapsayan uzun süreli genel bir plan” şeklinde tanımlanmaktadır (Dinçer, 1998:20). Kamu yönetimi anlamında ise, politika; “halka ait bir işi gözeterek, belirli yol ve usule göre yürütme anlamında kullanılmaktadır” (Doğan, 1982:700).

Ulusal rekabet politikası ise; hükümetler tarafından oluşturulan ve uygulanan, firmaların kendi aralarında yaptıkları rekabeti sınırlayan veya hakim gücün kötüye kullanımını amaçlayan anlaşmalarla ilgili kurallar ve disiplinler olarak tanımlanmaktadır. Rekabet politikasının temel amacı; açık ve rekabetçi bir yapı sağlanması yoluyla mevcut kaynakların dengeli ve etkin bir şekilde dağıtımını ve kullanımını sağlamak ve bu şekilde ulusal refahı en üst düzeye çıkarmaktır (Demir,1998:1).

Rekabet politikalarının genel hatlarıyla amacı; rekabetçi bir piyasa yapısına ulaşmak, bunu da sağlamak için rekabetin olduğu piyasaları korumak; rekabetin olmadığı piyasalarda da rekabet koşullarını yaratmaktır. Rekabetçi piyasalar, belirli koşullar altında kaynakların etkin biçimde dağıtımını sağlar. Etkin kaynak dağılımı, bir başka deyişle kıt/sınırlı olan kaynakların maksimum etkinlikte kullanılması ise, toplumsal refahı maksimize edecektir (Ege, 2000:67; Atiyas, 2000:42-43; Esen, 2003:44).

Ancak rekabetçi piyasaların oluşumu kendiliğinden olmamaktadır. Örneğin; daha gelişmenin başlangıç aşamalarında olan ekonomilerde piyasaların etkin çalışması bir tarafa bazı piyasalar henüz tam anlamıyla oluşmamaktadır. Ekonomik gelişmenin daha ileri bir devresinde olsa bile çeşitli nedenlerden ötürü piyasalar kendi iç dinamikleriyle baş başa bırakıldıklarında etkin bir biçimde çalışmamaktadır.

Bu durumda, hükümetlerin rekabetçi olmayan dolayısıyla da etkin çalışmayan piyasalara müdahale ettiklerini görüyoruz. Bu müdahaleler, kural koymaktan devletleştirmeye kadar uzanabilmektedir. Bazen de rekabetçi bir piyasa yapısını sağlamanın ötesinde, başka iktisadi nedenlerle ya da iktisat politikası dışı nedenlerle de bu tür müdahalelerin yapıldığını görmekteyiz. Bu nedenlerin en sık öne çıkanlarından bazılarını şöyle sıralayabiliriz: Ulusal güvenlik, halkın tasarruflarını korumak, yeni sanayileri korumak, belirli hizmetlerin herkese ulaşmasını sağlamak.

Bu tür müdahalelerin hepsi kamu çıkarını gözetmeyi, toplumsal refahı artırmayı amaçlamaktadır. Bu amaçla geçmişte bazı ekonomilerde müdahalenin en uç noktaya

gittiğini ve bazı sanayi kolları ile hizmet sektörlerinin devletleştiğini görüyoruz. Bunun en tipik örneği 1945-1950 yıllarında İngiltere’de İşçi Partisi hükümetinin yaptığı devletleştirmelerdir. Söz konusu dönemde elektrik, gaz, kömür, demir ve çelik sanayilerinin yanı sıra sivil havacılık, yurt içi taşımacılık sektörleri devletleştirilmiştir.

Bugün ise, İngiltere’de yine yönetimde bulunan İşçi Partisi, aynı gerekçe ile yani toplumsal refahı artırmak amacıyla özelleştirmeler yapıyor. Bugün dünyanın önemli bir bölümünde toplumsal refahı artırmanın yolunun geçmiştekinin tam tersi bir istikametten geçtiğine inanılmaktadır (Ege, 2000:68).

Aktan ve Vural (2004:103) rekabet politikasını, globalleşme ve teknolojik gelişmeler sonucunda artan global rekabet ortamında kamunun piyasa ekonomisine müdahalede bulunmasını temin için bir gerekçe veya piyasa aksaklıklarının düzeltilmesinde bir araç olarak görmektedir. Dolayısıyla rekabet politikası sadece rekabeti bozan piyasa kaynaklı zarar verici eylemleri engelleyen bir rekabet ortamının sürdürülmesini sağlayan bir araç değil, aynı zamanda ekonomiyi gelişen koşullara yeniden uyarlama ve firma ve ulusal ekonominin rekabet güçlerini teşvik etmeyi sağlama yollarından birisidir. Rekabet politikası, Rekabet Hukuku’nun uygulanmasını ve rekabetin desteklenmesini içerir.

Rekabet politikası, genellikle antitröst politikası ile eşanlı kullanılmakla birlikte, dünyadaki antitröst rejimindeki farklılıklar nedeniyle bu yaklaşım yeterince net değildir. Ayrıca antitröst yasalarında yer almamakla birlikte rekabet alanı içinde düşünülebilecek firma, hükümet ve özel davranış dizisi bulunmaktadır.

Rekabet politikasının rolüyle ilgili olarak Medalla (2002:8), gerçek hayatta tam rekabet modelinin bir çok endüstride gerçekleşmesinin olanaksızlığı nedeniyle, rekabet politikasının amacın tam rekabeti gerçekleştirme yerine etkin rekabet gerçekleştirmek olması gerektiğini belirtir. Buna göre, rekabet politikasının iki amacı olmalıdır: (1) Herhangi bir işletmenin istismar edebileceği büyüklük ve koşullarda bir piyasa gücüne sahip olmamasını sağlamak ve (2) rekabet sürecinin etkin bir şekilde işlenmesini ve rekabetin, kendisinden beklenen olumlu fonksiyonları yerine getirilebilmesini sağlayacak, piyasa başarısızlıklarını asgariye indirebilme yeteneğine sahip rekabet kurallarını oluşturup uygulamak. Rekabet politikası, potansiyel/yeni firmaların piyasaya girişi önündeki doğal olmayan engelleri ortadan kaldırmak suretiyle piyasaları daha

fazla yarışabilir bir hale getiren bir enstrümandır. Firmaların rakipleri karşısında haksız rekabet oluşturarak mevcut koşullardan ve sahip oldukları olanaklardan daha fazla yararlanmalarına yol açan ticari kısıtlama ve engeller söz konusu ise, bu engelleri ortadan kaldırmak ve firmaların hakim durumlarını istismar etmelerini önlemek yoluyla onları disipline etmek de rekabet politikalarının bir diğer rolüdür. Nihayet rekabet politikası, piyasada yer alan bazı yapısal sorunlar nedeniyle bazı firmaların sahip oldukları gücü istismar etmeleri söz konusu ise, rekabeti bozan firma davranışlarını cezalandıracak ve piyasaya yön verecek rekabet kurallarını oluşturmak suretiyle rekabetten elde edilecek azami yararın açığa çıkmasına imkan sağlar.

Rekabet politikası, yukarıdaki açıklamalardan da anlaşıldığı üzere genellikle Rekabet Hukuku'yla ilişkilendirilerek açıklanmaktadır. Oysa Rekabet Hukuku rekabet politikasının sadece hukuki yönünü oluşturmaktadır. Rekabet politikasını geniş anlamda düşündüğümüzde, rekabet ortamının korunması ve geliştirilmesine yönelik tedbirleri (Rekabet Hukuku, kamu iktisadi teşebbüsleri ve özelleştirme, ticarete teknik engeller anlaşmaları, makro ekonomik istikrar ve yabancı sermaye gibi), haksız rekabetin önlenmesine yönelik tedbirleri (tüketicinin korunması yasası, fikri ve sınai mülkiyet haklarının korunması yasası, anti-damping anti-sübvansiyon anlaşmalar, haksız rekabet yaratıcı teşviklerle ilgili düzenlemeler, gümrük mevzuatı, çevre mevzuatı, kalite ve standardizasyon ve vergi politikaları) ve uluslararası rekabet gücünün artırılmasına yönelik tedbirleri (eğitim ve insan sermayesi, teknoloji politikası, rekabet gücünü artırıcı teşvikler) kapsadığını söylemek mümkündür (Sarica, 1998:231).

1.2.2. Rekabet Hukuku'nun Gerekliliği

Rekabet Politikalarına (hukukuna) gerek olup olmadığıyla ilgili iki yaklaşım ağırlık kazanmıştır. Birincisi, rekabet politikalarının gerekli olduğu, çünkü piyasaların kendiliğinden rekabeti tesis edemeyeceği varsayımına dayanmaktadır (Samuelson ve Nordhaus, 1992:340). Bu görüşü savunanların temel tezleri şunlardır:

- a. Rekabet ortamının kendiliğinden yaratılamayacağı ve rekabetin kendi kendisini yıkıcı bir etkisi olduğu tezidir. Dolayısıyla devlet müdahalesi gereklidir.
- b. Büyük firmaların egemen olduğu monopolistik ve oligopolistik piyasalarda yüksek performansın elde edilmesi, monopolcü gücün kötüye kullanımı sonucu elde

edilmiştir. Dolayısıyla büyük firmaların daha etkin olduğu iddiası yerleşiktir ve müdahale edilmelidir. Birleşmeler ve anlaşmalar münhasıran monopolcü gücün oluşturulmasına yöneliktir.

c. Tam rekabetçi olmayan piyasalarda monopolcü ve oligopolcü piyasalarda kaynak tahsisinin etkin bir şekilde oluşması mümkün değildir. Ayrıca bu piyasaların egemen olduğu ülkelerde de gelir dağılımında ciddi bozulmalar olacaktır.

Yukarıdaki teze göre rekabet, kendiliğinden oluşmayan mekanizmalara bağlanmakta, bir anlamda yapıcı rasyonalist ve işlevsel yaklaşım çerçevesinde ele alınmaktadır. Yapısalcı rasyonalistler doğal dinamikten yoksun yani rasyonel bir takım temel değer yargılarından ortaya çıkan durumu ifade etmektedir. İşlevsel yaklaşımda ise, ekonomideki yapıların ortaya çıkması belli fonksiyonlara bağlanmıştır. Dolayısıyla bu fonksiyonların varlığı yapıyı oluşturacaktır.

Rekabet politikalarının gerekli olmadığını savunanların temel tezleri ise, şunlardır (Bork, 1978):

- a. Belli koşullar yerine getirildiğinde rekabet ortamı kendiliğinden oluşur.
- b. Büyük firmaların egemen olduğu piyasalardaki yüksek performans, monopolcü gücün kötüye kullanılması değil, etkin bir firma yapısı oluşturulmasından kaynaklanmaktadır.
- c. Tam rekabet modeli, esasen uygulanabilirliği olan bir model değildir. Monopolcü piyasalarda dahi belli koşullar altında etkin kaynak tahsisinin sağlanması mümkündür. Ayrıca eksik rekabet piyasalarının olduğu piyasalar da tüketicinin lehine sonuçlar verebilir.

İkinci görüşte rekabet spontane (kendiliğinden oluşan) bir yaklaşım çerçevesinde ele alınmaktadır. Bu aynı zamanda genetik görüş olarak da ifade edilmektedir (Türkkan, 1996).

Yukarıda yer verdiğimiz iki farklı görüşe Endüstriyel Organizasyon açısından baktığımızda birinci görüşün Harvard Okulu, ikinci görüşün de Chicago Okulu yaklaşımlarına daha uygun olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz.

Her ne kadar Chicago Okulu, piyasaların kendi kendini regüle edebileceğini (düzenleyebileceğini) öne sürmekte ise de bunun pratikte mümkün olmadığı görülmüştür. Bugün demokratik ülkelerin nerdeyse tümünde rekabet kurumları ve hukuku uygulanmaktadır. Çalışmamızın konusunu da Rekabet Hukuku oluşturduğu için sonraki alt başlıklarda Rekabet Hukuku sistemleri ve farklı ülkelerdeki uygulamalarıyla ilgili daha ayrıntılı bilgilerin verilmesi, diğer bölümlerin de bu bölümde verilen bilgiler doğrultusunda işleneceği göz önüne alındığında bir gerekliliktir.

1.3. Rekabet Hukuk Sistemleri, Diğer Disiplinlerle İlişkisi ve Rekabet Hukuku'ndan Beklenen Faydalar

Yukarıda ifade edildiği üzere piyasaların Rekabet Hukuku vasıtasıyla düzenlenmesi bir gereklilik olarak görülmektedir. Serbest piyasa ve demokrasinin hakim olduğu ülkelerde hükümetler, kamu aleyhine olan bu sosyal refah kayıplarını en aza indirebilmek için çeşitli düzenlemeler yapmaktadırlar. Düzenlemeyi, hükümetlerin kanunlarla, fiyatları, satıcıları ve firmaların üretim kararlarını kontrol etmesi şeklinde tanımlayabiliriz (Samuelson ve Nordhaus, 1992:3399). Bu düzenlemeler de ekonomik ve sosyal düzenlemeler olmak üzere ikiye ayrılabilir. Ekonomik düzenlemelerden amaç, fiyatların kontrol edilmesi, ürün standartları ve çeşitliliği, giriş ve çıkış koşulları ve her bir endüstrideki hizmetlerin standartlarını içerir. Sosyal düzenlemelerden amaç ise, çalışanların ve tüketicilerin sağlıklarının korunması ve geliştirilmesini içerir. Rekabet Hukuku veya antitröst yasası, ekonomik düzenlemeler içinde yer alır. Ancak yukarıda antitröst yasalarının serbest piyasa sistemine sahip ve demokratik ülkelerde uygulanabileceğinden bahsedildi. Bu durum bir çelişki gibi görünmekle beraber bu, yasaların oyuna bir müdahale değil, oyunun kurallarının belirlenmesi şeklinde algılanması gerekir. Bu başlık altında, Rekabet Hukuku sistemleri, Rekabet Hukuku'nun diğer disiplinlerle ilişkisi, Rekabet Hukuku'ndan beklenen faydalar ve son olarak da Rekabet Hukuku ile Haksız Rekabet (Hukuku) hükümlerinin karşılaştırmasına yer verilecektir.

1.3.1. Rekabet Hukuku ve Rekabet Hukuk Sistemleri

Rekabetin sağlıklı bir şekilde oluşmasının en temel koşulu, bozulmayacak bir rekabet düzenini sağlayacak olan hukuki alt yapıyı oluşturmaktır. Ancak Rekabet Hukuku

devletin rekabet politikasının tamamını ifade etmez. Rekabet Hukuku yanında patent yasası, tüketicinin korunması, teşvikler gibi diğer bazı unsurları da kapsamaktadır. Kısacası Rekabet Hukuku, genel ekonomi politikasının ve rekabet politikasının sadece bir parçasını oluşturmaktadır (Ersin, 1994 : 26).

Piyasada faaliyet gösteren teşebbüsler arası anlaşmaları, pazardaki hakim durumun kötüye kullanılmasını ve tekelleşmeye neden olacak yoğunlaşmaları önleyecek olan yasaklayıcı ve düzenleyici hukuki düzenlemelerin bütününe “kartel hukuku” veya “rekabet sınırlamaları hukuku” ya da kısaca “Rekabet Hukuku” denilmektedir (İSO, 1993:193).

Rekabet Hukuku'nun konusunu, rekabet koşullarının gerçekleştirilmesi için gerekli tedbirlerin alınması ile bu koşulların gerçekleşmediği piyasalarda faaliyet gösteren teşebbüslerin, rekabet piyasasında faaliyet gösteriyormuş gibi davranmalarını sağlamak oluşturmaktadır. Bu sebepten teşebbüslerin rekabet şartlarını bozmaya yönelik faaliyetleri kadar rekabet şartlarının gerçekleşmediği piyasalarda, teşebbüslerin piyasayı kontrole yönelik faaliyetleri de Rekabet Hukuku'nun kapsamına girer. Rekabet kanunları, piyasaların kendi iç mekanizmaları ile gelişmesini sağlamaya ve piyasaları her türlü müdahaleye (özel kişilerin ve devletin müdahalesi) karşı korumaya yönelik hükümleri içerir. Bu nedenle Rekabet Hukuku, piyasalara müdahale etmeye ve tüketiciyi korumaya yönelik bir hukuk değildir. Ancak sonuçta Rekabet Hukuku kurallarının uygulanmasından en çok tüketiciler yararlanmakta iseler de Rekabet Hukuku seçilmiş olan liberal sistemin temelini ve oyunun kurallarını belirleyen hukuktur. Bu da sadece ve sadece demokratik toplumlarda devamlılık kazanabilir. Batı toplumlarının tümünde rekabet kanunları kabul edilmiş ise de bu kanunların uygulanmasındaki başarı, demokrasi geleneğinin o ülkedeki yerleşikliği ile doğru orantılıdır.

Rekabet Hukuku ile piyasaların kendi iç mekanizmaları vasıtasıyla gelişmesini sağlamak amaçlanmaktadır. Bu ise, devletin piyasalar üzerindeki kontrolünü sona erdirmesi ve devlet yönetimini elinde bulunduranların ekonomik hayatı etkilemeye yönelik yetkisinden vazgeçmeleriyle gerçekleşir (Akıncı, 1993:60).

Rekabet Hukuku ile kabul edilen esas amaçlar; “rekabet sürecinin veya serbest rekabetin korunması” ya da “etkin rekabetin korunması” olarak ifade edilmektedir.

Böylelikle rekabeti korumak suretiyle herkesin serbestçe ticaret yapması ve piyasaya serbestçe girmesi sağlanmış olacaktır. Fransa ve Almanya'da bireysel hareket edebilme özgürlüğü sağlanmıştır ve bu da demokratik anayasal sistemin en önemli unsuru ve ayrılmaz bir parçası olarak kabul edilmektedir (Ersin, 1994:26). Diğer yandan Rekabet Hukuku ile ilgili düzenlemeler, ekonomik birimlerin rekabet özgürlüğü alanlarının tespit edilerek, herkese eşit ve serbest bir rekabet edebilme fırsatı vermeyi de amaçlamaktadır.

Rekabet Hukuku'nun diğer bir amacı da önceden kestirilebilen ve daha rekabetçi olan bir iş çevresi oluşturmak ve sürdürmektir. Rekabet yasası, piyasa ile ilgili oyunun kurallarını belirler ve işadamlarına nelere uymaları, nelere uymamaları gerektiği konusunu da aydınlatır. Rekabet yasası, kamu çıkarına zararlı olan ve istenmeyen faaliyet ve alışveriş şekillerini tanımlamaktadır. Diğer yandan yasa cezaları tespit etmekte ve kanunu uygulayacak olan örgütsel yapının oluşmasını sağlamaktadır. Rekabet kanunları, esas olarak piyasa güçlerini daha da kuvvetlendirmeye yöneliktir. Piyasaya karışmak ve müdahale etmek gibi bir amacı yoktur. Bu amaca yönelik olarak hazırlanacak olan Rekabet Hukuku, ekonomik etkinliği en üst düzeye çıkaracaktır (Dutz 1993a:66). Kısacası rekabet yasası ile ekonomik etkinlik ve tüketici refahını artırmak için, rekabeti bir araç olarak uygulamak ve özendirmek amaçlanmaktadır (Dutz 1993b:22).

Rekabet Kanunu ile amaçlanan diğer bir husus ise, ülkedeki girişimci ruhunu canlandırmaktır. Rekabet kanunlarının bulunmadığı piyasalarda, piyasaya giriş engelleri yaratılarak, yeni gireceklerin engellenmesi oldukça yaygın bir durumdur. Bu tür uygulamalar ise, piyasada başarısız olma riskinin artmasına ve piyasaya yeni girecek olanlardan başarı şansı yüksek olan kişilerin piyasadan uzaklaşmasına neden olmaktadır. Bu da serbest piyasa sisteminin gerçekleşmesini ve bundan beklenen toplumsal yararların elde edilmesini zorlaştırmaktadır. Hazırlanan Rekabet Kanunu ile piyasalara yeni girişler, mevcut giriş engellerinin kaldırılması suretiyle kolaylaştırılmaktadır. Diğer yandan başarısızlık riski hesaplanabilir hale getirilmekte ve halkın bundan azami yarar sağlaması amaçlanmaktadır .

Bir ülkenin uluslararası rekabette söz sahibi olabilmesi için o ülkenin serbest piyasa ekonomisinin kurallarını tam olarak uygulaması gerekmektedir. Bu çerçevede firmalar

arası anlaşmalar, piyasa gücünü kötüye kullanma gibi etkin rekabet sürecinin bozulmasına neden olmaktadır. İşte rekabet kanunları, firmaların bu gibi faaliyetlerini yasaklamak suretiyle etkin rekabeti önlemeye yönelik davranışları disiplin altına almaktadır (İşveren, 1994:27-28).

Rekabet kanunlarının birbirini tamamlayan iki yönü vardır. Şöyle ki, Rekabet Kanunu'nun yasallaşması ile birlikte bu kanun bir yandan özel kesimin; diğer yandan kamu kesiminin rekabeti engelleyen ve bozan davranışlarını yasaklamaktadır. Diğer yandan Rekabet Kanunu'nun kabulü, rekabetin olmamasının sonucu ortaya çıkmış keyfiliği sona erdirerek toplumu oluşturan bireylerin arzu ve isteklerini ön plana çıkaracaktır. Toplumun ekonomik hayata etkin katılımını sağlayacak olan rekabet kanunları, devletin ekonomik hayattaki rolünü asgariye indirmektedir .

Rekabet yasalarının çıkarılması ve rekabet yarışını düzenleyici kurumsal örgütlenmelerinin oluşturulması devletin görevidir. Diğer yandan rekabet yasasında rekabetin işleyişini denetlemekle görevli bir organ vardır. Devlet, Rekabet Hukuku alanındaki yürütme görevini bu organ aracılığı ile yerine getirmektedir. Rekabet süreci dinamik bir yapıya sahiptir. Bu dinamik süreç zaman içinde yeni yapılanmaları gerektirmektedir. İşte Rekabet Hukuku ile ilgili yasal ve örgütsel düzenlemeler, devletin değişen koşullara uyum sağlamayı kolaylaştırıcı yönde, yönlendirici ve düzenleyici işlevini yerine getirmesini gerektirmektedir.

Genel olarak dünya da rekabeti koruyucu hukuk sistemlerini (antitröst hukuku) üç başlık altında incelemek mümkündür. Bu sistemler; yasaklayıcı, kötüye kullanmayı yasaklayıcı ve karma sistemden oluşmaktadır (Topçuoğlu, 2001:94).

1.3.1.1. Yasaklama Sistemi

Bu sisteme göre gerek tekel durumu yaratacak birleşme ve devralmalar gerekse firmalar arası rekabeti sınırlayıcı ortak uygulamalar kural olarak yasaklanırlar. Çünkü bu uygulamalar serbest rekabetçi sistemi bozan ve bu sistemle bağdaşmayan uygulamalar olarak kabul edilmektedir (Özsunay, 1985:8).

Bu sistemin en tipik örneği Amerikan Antitrust hukukudur. Ancak, kural olarak yasak olma durumu gittikçe yumuşamaktadır. Genel olarak pazar gücünü artıran her anlaşma ve kombinasyonu yararlı etkileri olup olmadığına bakmadan a priori (ön yargılı, deneye

dayanmayan) mahkum eden Amerikan geleneği ile Avrupa Topluluğu'nun iyi ve kötüyü birbirinden ayırmaya çalışan yaklaşımı gittikçe birbirine yaklaşmaktadır. Amerikan Milli Komitesi, tekellerin ve sınırlayıcı uygulamaların, kabul edilebilir sosyal hizmetleri gördüklerinin ve hatta kamu tüketimine faydalı iyi bir tekel olduğunun ispat edilmesiyle, mazur görülemeyeceğini ifade etmiş ve bu yaklaşım Birleşik Devletler Yüksek Mahkemesince de kabul edilmiştir. Ancak artık ABD'de etkinlik uğruna bir kısım rekabetin feda edilmesi tartışılmaya başlanmıştır. Yeni Bankalar Birleşme Yasasının ilk uygulamaları Amerikan ve AET yaklaşımlarının birbirine yaklaşmakta olduğunu göstermektedir (Jacquemin, 1987:206).

1.3.1.2. Kötüye Kullanmayı Yasaklama Sistemi

Bu sistemde karteller ve rekabeti sınırlayıcı uygulamalar ya da pazara hakim işletmelerin varlığı ilke olarak yasaklanmamaktadır (Aslan, 2001:11). Ancak bunların rekabeti sınırlayacak biçimde kötüye kullanılmaları yasaklanır. Bu anlamda kötüye kullanma her somut olayın koşullarına göre belirlenecektir. Örneğin; yüksek kar elde etmek için fahiş fiyat belirlemek kötüye kullanma sayılabileceği gibi, rakip firmaların piyasaya girişlerini zorlaştıracak şekilde çok düşük fiyatla veya sabit fiyatla ve çok uzun vade ile satış yapmak da kötüye kullanma teşkil etmektedir (Efem, 1993:28). Bu amaçla bu davranışların sıkı kontrol altında tutulması gerekmektedir. İngiltere'de bu doğrultuda 1973 yılında "Fair Trading Act" (Adil Ticaret Kanunu) ve 1976 yılında da "Restrictive Trade Practices Act" (Ticaret Kısıtlayıcı Uygulamalar Kanunu) çıkarılmıştır (Özsunay, 1982:60-61). İngiltere'deki İngiliz Kartel Hukuku bu sisteme dayanmaktadır. Bu ilkeye dayanan kartel hukuklarında, genel olarak karteller, sınırlayıcı uygulamalar ve tekeller üzerinde kötüye kullanmanın tespit edilebilmesi için sıkı bir denetim sistemi öngörülmektedir (Özsunay, 1985:9).

1.3.1.3. Karma Sistem

Bu sistem "yasaklama sistemi" ile "kötüye kullanmayı yasaklama sistemini" bağdaştırmaya çalışmakta ve bu iki sisteme de yer vermektedir. Bu sistem bir yandan kartelleri ve rekabeti sınırlayıcı uygulamaları yasaklarken diğer yandan da çeşitli kartellerin kurulmasına ve devamına izin vermektedir. Ancak ortaya çıkan bu karteller mevcut durumu kötüye kullanmaları durumunda yasaklanmaktadır (Özsunay, a.g.e.,:9). Bu sistem AB'de ve Federal Almanya'da uygulanmaktadır.

Rekabeti sınırlayıcı anlaşma ve kartelleşmeyi per se (koşulsuz, şartsız) yasaklayan sistemlerin çeşitli sakıncaları vardır. Rekabeti sınırlayıcı etkiye sahip bir anlaşmanın aynı zamanda olumlu yönleri de olabilir. Hatta olumlu yönleri daha ağır basıyor olabilir. Böyle bir olumlu etkinin istenilir olduğu durumlarda bir kısım rekabetin feda edilmesi daha “ekonomik” bir davranış olabilir. Oysa ki, yasaklama sistemi buna izin vermez. Her türlü tekelleşmenin yasaklanması özellikle sermaye birikiminin tam olmadığı ülkeler için doğru bir yol olmayabilir. Bu gibi ülkelerin özellikle uluslararası ticarete rakipleri karşısında güçlü işletmelere ihtiyacı vardır. Kötüye kullanmayı yasaklayan sistemlerde, kartellerin ve tekellerin varlığına ses çıkarılmaz. Oysa ki, ekonomik gücü elinde tutan rakipler bir kez bir araya geldi mi daima tüketici zararına gizli anlaşmalar yaparlar. Bunların davranışlarını denetlemek her zaman istenilen nitelikte olmayabilir. Ekonomik devler bir kez yaratıldıktan sonra onları kontrole çalışmak çok zor bir çabadır (Aslan, 2001:12).

Karma sistemler bu iki sistemin zayıf taraflarını kapatmak amacıyla ikisini bir arada uygulamaya çalışır. AET ve Alman rekabet hukukları bu iki sistemi de içerir, karma sistemi benimsemişlerdir (Özsunay, 1985:9). Türk Rekabet Kanunu’nun bu sistemi benimsediğini söyleyebiliriz.

1.3.2. Rekabet Hukukunun Diğer Disiplinlerle İlişkisi

Rekabet Hukuku uygulayıcıları, rekabet ihlallerini tespit ve karar aşamalarında pek çok disiplinle iç içedirler. Aşağıda bu disiplinlerden ekonomi, işletme ve stratejik yönetim yaklaşımıyla Rekabet Hukuku’nun ilişkisi incelenecektir.

1.3.2.1. Rekabet Hukuku ve Ekonomi Bilimi İlişkisi

Rekabet Hukuku’nun konusu, ekonomik faaliyetler; amacı ise, serbest rekabetin ve piyasa ekonomisine işlerlik kazandırılması olunca, Rekabet Hukuku’nun ekonomi bilimiyle sıkı bir ilişki içinde olması olağan ve aynı zamanda zorunludur (Sanlı, 2000:13).

Rekabetin, ekonomik sistemin temel taşlarından birisi olması ve teşebbüslerin faaliyetlerinin tüketiciler üzerindeki etkilerinin belirlenmesinde ekonomik verilerin önemi sebebi ile Rekabet Hukuku ile ekonomi bilimi arasında sıkı bir ilişki mevcuttur. Teşebbüslerin davranışlarının değerlendirilmesinde olduğu gibi, Rekabet Hukuku ile

elde edilmek istenenin belirlenmesi bazı temel ekonomi teorilerinin gözden geçirilmesini gerektirir (Bork, 1978:90; Posner, 1976:4). Bununla beraber Rekabet Hukuku'nu ilgilendiren bu teorilerin temel nitelikte olduğunu da belirtmek gerekir (Akıncı, 2001:21).

Rekabet Hukuku ile ekonomi bilimi arasındaki bağ iki nedenden kaynaklanır. Bunlardan ilki, Rekabet Hukuku ile rekabetin ekonomik sonuçlarının da elde edilmesinin amaçlanmış olması; ikincisi ise, piyasada faaliyet gösteren teşebbüslerin davranışlarının değerlendirilmesinde ekonomik bilgilerin gerekli olmasıdır. Örnek vermek gerekirse, monopol, oligopol ve tam rekabet piyasası gibi belirli piyasa yapıları ve bunlar hakkında fiyatın oluşumu, teşebbüs davranışı gibi temel bilgilere sahip olmaksızın, Rekabet Hukuku'nu sağlıklı bir şekilde uygulamak oldukça güçtür.

Aynı şekilde, Rekabet Hukuku kurallarının tatbikinde, rekabetin kısıtlanıp kısıtlanmadığı, sadece ihlale konu olan bir anlaşmanın yorumlanması ile tespit edilemez. Bunun için hukuka aykırılığın belirlenmesinde genellikle karmaşık ekonomik analizlere başvurmak ve ekonomik verileri kullanmak gerekir.

Bu açıdan rekabet kurallarının sağlıklı bir şekilde tatbik edilmesi sadece hukuk ve iktisat bilimlerinin bir arada uygulanması ile mümkün olabilir.

1.3.2.2. Rekabet Hukuku ve İşletme Bilimiyle İlişkisi

İş hayatı, ya ahlaki değer ölçülerine göre veya örgütlenmiş çıkar gruplarının ve meslek kuruluşlarının koyduğu kurallara ya da devlet yetkisini temsil edenlerce belirlenen kanun, tüzük ve yönetmeliklerle ve son olarak da uluslararası kuruluşların kabul ettiği yöntemlerle düzenlenir (Alpugan, 1998:44). Hemen hemen tüm ülkelerde ekonomik ve ticari yaşamı düzenleyen yasalar bulunur. Bu yasalar, çalışmalarını sırasında işletmelerin uymaları gereken kurallar ile yaptıkları ekonomik ve ticari eylemlerin karşılığında sorumluluklarını belirler. Hatta, yasalar ve yönetmeliklerle belirlenen koşulları yerine getirmeyen bir işletmenin kurulması bile düşünülemez.

Genel olarak söylemek gerekirse, işletmelerin kurulmadan önce, kuruluş aşamasında, faaliyetini sürdürürken ve faaliyetine son verirken, hukukun çeşitli dallarıyla ilişkileri vardır (Vergi Hukuku, İş ve sosyal güvenlik hukuku, borçlar hukuku, icra iflas hukuku

gibi). İşletmelerin faaliyetlerine devam ederken ilişki içinde oldukları hukuk dallarından biri de Rekabet Hukuku'dur.

Rekabet Hukuku'nun konusu teşebbüslerin faaliyetleridir. Rekabet Kanunu'nda teşebbüs, "piyasada mal ve hizmet üreten, pazarlayan, satan gerçek ve tüzel kişilerle bağımsız karar verebilen ve ekonomik bakımdan bir bütün teşkil eden birimler" şeklinde tanımlanmaktadır.

İktisadi hayatın içerisinde küçük bir şahıs işletmesinden holdinglere kadar irili ufaklı işletmeler yer alır. Bu doğrultuda "teşebbüs", iktisadi hayatı kontrol eden bütün iktisadi varlıkları kapsayabilecek genişliğe sahip bir kavramdır (Topçuoğlu, 2001:103). İktisadi faaliyetlerle meşgul olan sujeleri, bunların gerçek veya tüzel kişi oluşuna, statusüne; yahut idare şekline bakmaksızın "teşebbüs" olarak nitelendirmek gerekecektir (Anderman, 1998:41). Geniş anlamda teşebbüsten söz edildiğinde esnaf, tacir, adi şirket, ticaret şirketleri (kollektif, komandit, limited, anonim), ticaret birlikleri, kooperatifler ve devlet işletmeleri bu kavram içerisinde değerlendirilebilir (Cunningham, 1993:2-003; Aslan, 1999:14).

Yukarıda verilen tanımlar ışığında genelde teşebbüsler; özelde ise, bağımsız ticari kuruluşlar olan işletmelerin faaliyetleri çeşitli şekillerde (birleşmeler, fiyat anlaşmaları, hakim durumu kötüye kullanmak gibi) Rekabet Hukuku ile iç içedir. Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı üzere, özellikle işletme yöneticilerinin ve tüm işletme çalışanlarının yaptıkları faaliyetleri esnasında rekabeti kısıtlayıcı bu hususlara dikkat etmesi kendileri ve işletmeleri adına hayati önem taşımaktadır⁶. Özellikle ABD'de anti-tröst yasalarına uymamanın bedeli, maddi tazminatlarla beraber hapis cezasını da içermektedir. Bu nedenle pek çok Amerikan şirketi çalışanlarını bu konuda eğitmektedir. Çalışanların, gerek diğer satıcılarla ve gerekse kendi aralarında dahi konuşurken herhangi bir şekilde diğer bir firmayla işbirliği yaptığını ima eder nitelikte

⁶ Örnek olarak;United Technologies Corporation, çalışanları için hazırladığı el kitapçığında çalışanlarına şu tavsiyelerde bulunmaktadır. "En küçük bir işlem sırasında bile anti-tröst yasalarının ihlali, bireyler için hapis de dahil olmak üzere ağır sonuçlar doğurabileceği gibi, UTC için de büyük maddi ve utanç ile sonuçlanabilir. Yasaya ve UTC'nin politikasına uymayan elemanlar, işe son verme de dahil disiplin cezasına tabidir. Bu kılavuzu dikkatle okumanızı, tavsiyelerini izlemenizi ve sorularınız olduğunda hukuk bölümünü aramanızı..." şeklinde devam ettiği giriş bölümünden sonra, kaçınılması gereken davranışları ayrıntılı bir şekilde belirtmiştir.

konusması dahi, mahkemelerde delil olarak kullanılmaktadır. Bu nedenlerle işletme ve Rekabet Hukuku arasındaki ilişki, hayati bir önem arz etmektedir.

1.3.2.3. Rekabet Hukuku ve Stratejik Yönetim İlişkisi

Dinçer (1998: 35), stratejik yönetim sürecinin veya yaklaşımının genel yönetim sürecinden ayrı düşünülmemesi gerektiğini ifade etmektedir. Genel anlamda işletme yönetimi, faaliyetlerin planlanması, örgütlenmesi, koordinasyonu, uygulanması ve kontrol süreçlerinden oluşmaktadır. Stratejik yönetim ise, genel yönetim süreçlerinin bir parçasıdır. Ancak stratejik yönetim daha ziyade işletmenin dış çevresiyle ilgili teşhis ve çözümlerini kapsamaktadır. Bu anlamda stratejik yönetimi; işletmenin dış çevresiyle olan ilişkilerin düzenlenmesi ve istikametinin belirlenmesi için yapılacak faaliyetlerin planlanması, örgütlenmesi, uygulanması, koordinasyonu ve kontrol edilmesi süreci olarak tanımlayabiliriz.

Bir diğer tanıma göre stratejik yönetim; stratejilerin planlanması için gerekli araştırma, inceleme, değerlendirme ve seçim çabalarını planlama, bu stratejilerin uygulanabilmesi için örgüt içi her türlü yapısal ve motivasyonel tedbirlerin alınarak yürürlüğe konulmasını daha sonra da stratejilerin uygulanmadan önce ve uygulandıktan sonra amaçlara uygunluğu açısından kontrol edilmesini kapsayan ve işletmenin üst düzey kadrolarının faaliyetlerini ilgilendiren süreçler toplamıdır (Eren, 2002: 18).

1960 sonrasında etkin bir disiplin olma yolunda yoğun çabalar harcayan stratejik yönetim düşüncesinin köklerinin Harvard Business School'da 1920'lerde yapılan örnek olay (case-study) çalışmalarına kadar dayandığını belirtmektedir (Barca, 2003:23). Stratejik yönetim ve Rekabet Hukuku ilişkisine değindiğimizde ise, stratejik yönetim düşüncesinde, rekabet avantajı yaratma ve sürdürmede noktasında bu iki disiplinin çatışma halinde olduğu söylenebilir. Üçüncü bölümde daha ayrıntılı olarak inceleneceği üzere, stratejik yönetim yaklaşımında ortaya konan bazı rekabetçi stratejiler rekabet yasalarıyla yasaklanmıştır. Örneğin, piyasalara giriş noktasında, rekabet yasaları piyasalara girişte engellerin tamamen ortadan kaldırılması için çaba harcarken, stratejik yönetim açısından piyasaya giriş engellerinin düşük olması istenmeyen bir durumdur. Bu nedenle stratejik yönetim açısından, ideal piyasa giriş engellerin yüksek olduğu piyasalardır.

Rekabet Hukuku'nun iktisat, işletme ve stratejik bilim dallarıyla ilişkisi kısaca bu şekilde özetlendikten sonra Rekabet Hukuku'ndan beklenen faydalara da aşağıda kısaca değinilecektir.

1.3.3. Rekabet Hukukundan Beklenen Faydalar

Rekabet Hukuku'ndan beklenen faydalar, iktisadi anlamda rekabetten beklenen faydalardan pek farklı değildir (Sanlı, 2000:8). Ekonomik hayatın düzenlenmesinde rekabetin önemli bir yeri vardır. Rekabeti ihlal eden davranışları yasaklayıcı düzenlemelere tarihin her devrinde rastlanmıştır. Rekabetin ekonomik bir olay olması nedeniyle, Rekabet Hukuku öncelikle rekabetin ekonomik sonuçlarını düzenli bir şekilde elde etmeye yöneliktir. Ancak Rekabet Hukuku ile elde edilmek istenen yarar rekabetin ekonomik sonuçlarıyla sınırlı değildir (Agrew, 1985:25). Piyasalarda serbest rekabetin gerçekleştirilmesinden öncelikli olarak ekonomik faydalar umulmakta ve dolayısıyla, Rekabet Hukuku'nun öncelikli amacını ekonomik yaşamın serbest piyasa ekonomisi kurallarına göre şekillendirilmesi teşkil etmektedir. Doğal olarak bu ekonomik amaca ulaşılırken, bunun sosyal ve siyasal alandaki sonuçları kendiliğinden gerçekleşir. Bununla birlikte, hukuki açıdan rekabetin düzenlenmesi ve devletin iktisadi hayata rekabet yasaları eliyle müdahale etmesinin ardında sadece ekonomik nedenlerin bulunmadığını da belirtmek gerekir⁷. Rekabet Hukuku ekonomik politikanın bir parçası olarak kabul edilince, bu kuralların öngörülmesinde iktisadi kaygılar kadar sosyal ve siyasal kaygıların bulunduğu da kabul edilmelidir. Genel olarak rekabet hukuklarıyla izlenen amaçları üç grupta toplamak mümkündür (Aslan, 1998:3).

1.3.3.1. Rekabet Hukuku'ndan Beklenen Ekonomik Faydalar

İktisadi özgürlüklerin yasalar eliyle düzenlenmesiyle hedeflenen, öncelikli olarak serbest piyasa ekonomisine işlerlik kazandırılması ve bu sayede ekonomik verimliliğin sağlanmasıdır (Ersin, 1994:24; D.P.T., 1994:8). Serbest piyasa ekonomisine işlerlik kazandırılması, başlı başına bir ekonomik amacı yansıtır. Rekabet kuralları ile amaçlanan sosyo-politik faydalar ise, ancak rekabetin iktisadi fonksiyonunun

⁷ Örnek vermek gerekirse, Avrupa Birliği Hukuku'nun temel metnini teşkil eden Roma Antlaşması'nda öngörülen rekabet kurallarının altında yatan en önemli nedenlerden biri, "tek pazar" hedefinin gerçekleşmesidir. Rekabet Hukuku kuralları, bu pazarın oluşturulması bakımından önemli bir araç olarak görülmekte ve bu durum Komisyon ve Adalet Divanı'nın verdiği kararlarda açık şekilde ifade edilmektedir (Aslan, 1998.,s.12; Tekinalp ve Tekinalp, 1997:328).

gerçekleşmesi ile ortaya çıkabilecek dolaylı sonuçlardır. Genel olarak Rekabet Hukuku'ndan beklenen ekonomik faydalar üç grupta toplanmaktadır . Bunlar: Üretimde verimlilik, kaynak dağılımında verimlilik ve yenilikte verimliliğidir.

Üretimde verimlilik; ekonomik faaliyette bulunan teşebbüsler, varlıklarını korumak ve pazar a paylarını artırabilmek için kar etmek durumundadırlar. Serbest rekabetin hakim olduğu piyasalarda faaliyet gösteren teşebbüslerin daha fazla kar edebilmesinin yolu ise, üretim maliyetlerinin düşürülmesinden geçer. Buna bağlı olarak teşebbüsler maliyetleri düşürmek amacıyla daha ucuza mal bulmak ve mevcut kaynakları daha etkin kullanmak zorunda kalırlar. Bunun doğal sonucu ise, üretimde verimliliğin sağlanmasıdır. Maliyeti gerektiği ölçüde düşüremeyen teşebbüsler ise, rakiplerin baskıları sonucu pazarlarını kaybederler (Sanlı, 2000:8).

Rekabet piyasasında, fiyatın toplam arz ve talebe göre belirlenmesi ve bu piyasada faaliyet gösteren firmaların piyasada oluşan fiyatı etkileme gücünden yoksun olması sebebi ile teşebbüslerin faaliyetlerini sürdürebilmeleri ya da daha fazla kazanç elde edebilmeleri, daha düşük ortalama maliyete sahip olmalarına bağlıdır (Scherer, 1980:13). Ekonomik verimliliğin elde edilmesinde, rekabet tekeller piyasalarına göre üstünlük arz eder. Teşebbüslerin daha az kaynak tüketimine yönelmeleri, rekabetin sonucudur.

Rekabetin bulunduğu bir pazarda teşebbüsleri daha rasyonel üretim yapmaya iten temel neden, rakipler karşısında üstün olabilmek için maliyet avantajı sağlama gereğidir. Rekabetin ve rekabet baskısının bulunmadığı tekeller piyasalarında ise, kar ve pazar payı diğer teşebbüslerin ekonomik faaliyetlerinden etkilenmediğinden, tekeller olan teşebbüs maliyetlerini düşürmek için çaba sarf etmeyecek ve üretimde verimliliği önemsemeyecektir (Akıncı, 2001: 99).

Aktüel veya potansiyel rakibi olmayan bir teşebbüsün daha rasyonel çalışmak için böyle bir baskıyı (rekabet baskısı) duymayacağı açıktır. Dolayısıyla tekeller piyasalarında kaynakların verimli kullanılması tekeller firma için zorunlu ve hatta rasyonel bir davranış biçimi değildir.

Üretimde verimlilik ilkesi, Rekabet Hukuku ile patent hukuku çatışmasında daha da önem kazanır ve belirleyici rol oynar. Patent hakkı sahibi ve lisans alanın, aynı buluştan

ayrı ayrı yararlandığı durumlarda, üretim verimliliğini gerçekleştiren lisans alanın ekonomiye olumlu katkısı özellikle korunmuştur.

Kaynak dağılımında verimlilik; kaynak dağılımında verimlilik belirli bir malın ne kadar üretileceği, toplumsal değerlerin ne şekilde tahsis edileceği ile ilgilidir (Akıncı, 2001:13). Toplumdaki ekonomik kaynaklar sınırlıdır. Örneğin; toplumda bütün kaynaklar kullanıldığı zaman her bir maldan ancak belirli bir miktar üretilir. Herhangi bir malın üretimi artırıldığı zaman başka bir malın üretiminin düşürülmesi gerekir. Çünkü hammadde, işgücü, sermaye gibi toplumsal kaynaklar sonsuz miktarda değildirler (Stigler, 1966:14-15). Rekabet, kaynak dağılımında verimliliğin temininde en etkili yöntemdir ve kaynakların, tüketicilerin her bir malı elde etmek arzusu ve o mala verdiği ekonomik değere göre dağılımını sağlayarak, genel mutluluk ve refahın artmasını gerçekleştirir (Wish, 1993:12-13; Bork, 1978:7). Kaynak dağılımında verimlilik, bütün piyasalarda fiyatı marjinal gidere eşit olmasıyla gerçekleşir. Her bir firmanın üretim miktarı, piyasanın tümünü etkileyemeyecek kadar küçüktür ve her bir firma üretim miktarını piyasa fiyatıyla son ürettiği malın marjinal gidere eşit olacak şekilde belirler (Mansfield, 1979:202-203). Bu, rekabet piyasasında faaliyet gösteren firmaların marjinal gelirlerinin fiyata eşit olmasının sonucudur. Oysa tekeli firma bakımından durum farklıdır. Tekeli firmanın bir fazla mal satması halinde elde edeceği marjinal gelir, satış fiyatına eşit değildir. Çünkü fazladan arz edilen her bir mal, fiyatın düşmesine yol açar. Tekeli firma; üretim miktarını talebe göre değil, marjinal giderini marjinal gelirine eşit olacak şekilde belirler ki, bu da üretim miktarının azalmasına ve toplumsal kaynakların tahsisinde tüketicilerin etkilerinin ortadan kalkmasına yol açar (Reynold, 1982: 137; Scherer, 1980:14).

Rekabet piyasalarında toplumsal talebin iktisadi teşebbüsler tarafından dikkate alınması zorunluluğu, toplumsal kaynakların tahsisinde tüketicilerin etkin hale gelmesini ve ekonomik verimliliği sağlar (Goyder, 1988:9; Stockman, 1992:20-21). Ayrıca kaynakların tüketicilerin malı elde etmek arzusu ve mala verdikleri ekonomik değere göre dağılması toplumsal tatminin gerçekleştirilmesinde büyük öneme sahiptir.

Yenilikte etkinlik (teknolojik ilerleme); iktisadi faaliyette bulunan teşebbüslerin maliyetlerini düşürmelerinde etkili olan bir diğer yol ise, malın üretiminde kullanılan yöntemlerde maliyetlerin düşmesini sağlayacak teknolojiler kullanılmasıdır. Daha fazla

kar elde etmek amacıyla olan teşebbüsler, teknolojilerini yenileyip rekabet güçlerini artırabilmek için araştırma ve geliştirme (ar-ge) faaliyetlerine girişecekler; bu da teknolojik ilerlemeyi geliştirecektir (Goyder, 1988:9; Aslan, 1998:3). Teknolojik ilerleme sadece yeni bir üretim tekniği biçiminde değil, aynı zamanda yeni bir ürün, örgütlenme veya hizmet şeklinde de gerçekleşebilir. Bu açıdan rekabetin teknolojik ilerlemeye ve dolayısıyla toplumsal refaha katkısı çok büyüktür.

1.3.3.2. Rekabet Hukukundan Beklenen Sosyal Faydalar

Ekonomi, toplumun tüm kesimlerini ilgilendiren ve sosyal alandan soyutlanması mümkün olmayan bir alandır. Dolayısıyla rekabete dayalı bir piyasa ekonomisinin kurulması amacına yönelik olarak öngörülen rekabet kurallarının, ekonomik amaçlarına ulaşması ile birlikte sosyal hayata doğrudan veya dolaylı olarak etki yapması kaçınılmaz bir sonuçtur. Bu çerçevede Rekabet Hukuku'nun sosyal yararlarını; tüketicilerin korunması ve küçük ve orta ölçekli teşebbüslerin korunması olmak üzere iki başlık altında toplamak mümkündür (Aslan, 1998:5).

Tüketicinin korunması; rekabetçi piyasa, iktisadi etkinliği gerçekleştirerek düşük maliyet-yüksek üretim miktarı-düşük fiyat sayesinde refah etkisi yaratacak; aşırı karlılığı engelleyerek, tüketicilerin korunmasını sağlayacaktır (DPT, 2000:3).

Rekabet Hukuku mevzuatları, doğrudan doğruya tüketicilerin menfaatlerini gözetmek için öngörülmediyse de serbest rekabetin ekonomik sonuçlarından faydalanacak asıl kesim tüketicilerdir. Fiyatların düşmesi, ürün çeşitliliği, teknolojik gelişme, mal ve hizmetlerin dağıtım ve pazarlamasında meydana gelen ilerlemeler gibi rekabetin dolaylı etkilerinin tümü, tüketicilerin menfaatine gerçekleşmektedir. Bunun yanı sıra rekabet, teşebbüsleri, tüketicilerin beklentileri doğrultusunda davranmaya zorlamakta ve bu sayede toplumsal tatmin sağlanabilmektedirler. Ayrıca, rekabetin genel refahı artırıcı fonksiyonu sebebiyle, herhangi bir malın doğrudan veya dolaylı olarak tüketicisi konumunda olmayan kimseler de rekabetin olumlu etkilerinden yararlanabilmektedir. Dolayısıyla rekabetin sosyal faydası, salt ilgili ürün mal veya hizmetin tüketicileri üzerinde gerçekleşmemekte, daha kısıtlı olmakla birlikte toplumun tamamı, rekabetin olumlu etkilerinden pay alma imkanına sahip olmaktadır.

Yukarıda kısaca ifade edilen rekabetin toplumsal faydalarından ötürü, Rekabet Hukuku'nun temelinde yatan düşüncelerden biri de tüketicilerin korunmasıdır⁸. Nitekim Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'da yer alan hükümlerde de bunun izlerini görmek mümkündür. Örnek vermek gerekirse, 4. madde de rekabeti sınırlayıcı ve dolayısıyla hukuka aykırı olması gereken bir anlaşma, 5. maddede belirtilen diğer koşullarla birlikte tüketiciler açısından yarar sağlıyorsa, bu anlaşma 4. madde yasağından kurtulabilecektir (md.5/b).

Yine benzer olarak, kanunda öngörülen yasaklayıcı hükümlerden dört ve altıncı maddelerin ihlali neticesinde fiyatlarda bir artış meydana gelmişse, tüketicilerin bu artış nedeniyle uğradıkları zararlarını telafi edebilmesi imkanı getirilmiştir (md.57-59). Haksız fiil esaslarına dayalı bu imkan sayesinde, tüketiciler sadece zararın karşılanmasını değil, rekabeti ihlal eden teşebbüs veya teşebbüslerin kusurunun ağırlığına göre, oluşan zarar veya elde edilen menfaatin üç katına kadar tazminat talep edebilmekte (md.58) ve şüphesiz bu durum tüketiciler (davacılar) için elverişli bir koruma vasıtası olarak karşımıza çıkmaktadır.

Küçük ve orta ölçekli işletmelerin korunması; Rekabet Hukuku'nun asli amacı, küçük ve orta ölçekli işletmelerin (*kobilerin*) korunması olmadığı gibi Rekabet Hukuku mevzuatlarında kobilerin korunmasına ilişkin açık hükümlere yer verilmez. Bununla birlikte Rekabet Hukuku'nun amacı göz önünde tutulduğunda, kobilerin bu amacın gerçekleştirilmesinde önemli bir yere sahip olduğunu söylemek gerekir. Zira Rekabet Hukuku'nun amaçladığı "*çalışabilir rekabet piyasası*" olarak adlandırılan ideal model, ancak piyasadaki rekabet koşullarına etkiye bulunamayacak güçteki çok sayıda teşebbüs varlığı halinde bir anlam ifade edeceğine göre, bu tip piyasaların doğal aktörleri, küçük ve orta ölçekli teşebbüsler olacaktır.

Gerçekten de Rekabet Hukuku'nun iktisadi yoğunlaşmayı ve kartelleşmeyi önleyici fonksiyonu, büyük teşebbüslerin ortaya çıkışını önlediği gibi mevcut olanların piyasa davranışlarını da kontrol altına almaktadır. Rekabet kurallarının güvence altına aldığı girişim özgürlüğü ve fırsat eşitliği, küçük ve orta ölçekli teşebbüslerin korunması ve

⁸ Nitekim 1982 Anayasa'sının tüketicilerin korunmasıyla ilgili 172. maddesinin gerekçesinde bu husus dolaylı olarak ifade edilmektedir. Gerekçeye göre, "Tüketicinin korunması ancak serbest piyasa ekonomisinde mümkün olabileceğinden, bu piyasanın gereklerine uygun olarak serbest rekabet şartlarının sağlanması ve tekel ve kartellerin önlenmesi gerekmektedir".

gelişmesini sağlar. Bu sayede piyasalar küçük ve orta büyüklükteki işletmelerin ağırlıklı ve etkin konumda oldukları sağlıklı yapıya sahip olabilirler (Aslan, 2001:6).

Yukarıda belirtilen görüşler doğrultusunda, Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'da öngörülen 6 ve 7.madde hükümlerinin, "kobilerin" korunması ve geliştirilmesinde etkin birer vasıta olarak kullanılabileceğini söylemek yanlış olmaz. Özellikle 6. maddenin amacı göz önünde tutulduğunda, söz konusu hükmün uygulama alanı bulacağı hallerin önemli bir kısmı, pratikte kobilerin korunması amacına hizmet edecektir. Bunun yanı sıra, 7. maddeye dayanılarak çıkarılan " *Rekabet Kurulu'ndan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkındaki Tebliğde*" öngörülen yüksek ciro ve piyasa payı eşikleri, pratik olarak kobilerin korunması ve onların büyük teşebbüsler karşısında rekabet avantajı elde etmesine olanak sağlamaktadır.

1.3.3.3. Rekabet Hukukundan Beklenen Siyasal Faydalar

Kanun koyucular rekabet yasaları ile doğrudan siyasal bir fayda amaçlamazlar. Fakat rekabet kuralları ve bu kuralların sağladığı iktisadi özgürlükler, siyasal hayatın ve özellikle demokrasilerin önemli güvenceleri sayılabilir (Willimsky, 1997:54; Aslan, 2001:7; Fikentschek, 1980:728-729). Rekabetçi yapının kurulmadığı veya korunmadığı piyasalarda önemli oranda yoğunlaşma meydana gelir. Bu yoğunlaşmalar neticesinde meydana gelen ekonomik güç, piyasada faaliyet gösteren bir ya da bir kaç teşebbüs tarafından kontrol edilir ve bu durum iktisadi çok sesliliğin ve özgürlüklerin kısıtlanmasına yol açar⁹.

Bir teşebbüs herhangi bir yoldan piyasaya egemen konuma geldiği zaman, bu konumunu iyi niyetli amaçlar için kullanabileceği gibi kötü amaçlar için de kullanabilir. Serbest rekabetin korunmadığı düzenlerde, hakim durumda olan bir teşebbüsün ekonomik hayattaki davranışları tamamen kendi takdirine bırakılmıştır. Hakim teşebbüs, ekonomik gücünü kolaylıkla siyasi nüfuz elde etmek amacıyla kullanabilir ve bu siyasi nüfuz vasıtasıyla iktisadi düzenin işleyişini kendi lehine bozar. Hatta bundan da önemlisi, siyasi karar alma sürecini kendi menfaatleri doğrultusunda etkileyebilir ve bu durum siyasal yaşamın geleceğini tehlikeye sokar .

⁹ Özellikle Amerikan Rekabet Hukuku'nun ortaya çıkışındaki temel neden, kişi özgürlükleri ve haklarının korunmasına bağlı olarak özel sektördeki ekonomik gücün dağılması ve bu yolla demokrasinin güvence altına alınmasıdır. Bu felsefe kapsamında tekeller ve karteller politik gücü elde edebilecek, dolayısıyla demokrasi için tehlike oluşturabileceklerdir.

İşte rekabet kuralları, teorik olarak bu tip olumsuz sonuçların ortaya çıkmasını, iki farklı aşamada önleyebilme imkanına sahiptir. Her şeyden önce rekabet kuralları, ekonomik yoğunlaşma olgusuna sıcak bakmazlar ve gerek birleşme şeklindeki yapısal yoğunlaşmaları, gerekse kartel ve tröst benzeri işbirliği modellerini, rekabet kurallarına aykırı oldukları sürece yasaklarlar. Bundan başka, rekabet kurallarına aykırılık teşkil etmeyen, kendi iç dinamikleri vasıtasıyla piyasada hakim duruma gelmiş olan bir teşebbüsün de hakim durumunu kötüye kullanmasını önlemek amacıyla iktisadi faaliyetleri kontrol altında tutulur ve teşebbüslerin rekabet kurallarına uygun davranması sağlanır.

1.3.4. Rekabet Hukuku ile Haksız Rekabet Hükümlerinin Karşılaştırılması

Haksız rekabet hükümleri ile Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun'un hükümleri bazı yazarlarca (Schricker, 1995; Karayalçın, 1968) birbirini tamamlayan iki kavram olarak gösterilirken, bazı yazarlar tarafından da (Esin, 1998) Rekabetin Korunması Hakkında Kanun hükümleriyle, haksız rekabet arasında herhangi bir ilişkinin olmadığı, bu iki kanun hükmünün tamamen birbirinden ayrı kavramlar ve amaçlar güttüğü ileri sürülmektedir. Kanaatimizce, ikinci yaklaşım daha doğru bir yaklaşımdır.

Şöyle ki: Kılıç'ın da belirttiği gibi Rekabet Hukuku ve haksız rekabet hükümleri, ticari hayattaki faaliyetleri düzenlemekle beraber amaç bakımından birbirinden ayrılırlar. Haksız rekabet hükümleri, ticari hayatta faaliyet gösteren tacirlerin hangi davranışlarının rekabet hakkının kötüye kullanma oluşturacağını göstererek rekabet hakkının sınırlarını belirler. Aldatıcı ve hüsnüniyet (iyi niyet) kaidelerine aykırı davranarak, rekabet hakkının kötüye kullanması şeklinde tanımlanabilen haksız rekabetin temelini, rekabet hakkının sınırlarının aşılaraq, rakiplere zarar vermek görüşü oluşturur (Kılıç, 1999).

Kendi ya da rakipleri hakkında yanıltıcı bilgilerle üçüncü kişilerin aldatılması veya hüsnüniyet kaidelerine aykırı davranışlarla çıkar temini hukuka aykırı kabul edilmiştir. Haksız rekabet hükümleri ile genel olarak, rakip teşebbüslerin çıkarları korunmaktadır. Bu da haksız rekabet kurallarının Adam Smith'in klasik kapitalist ekonomik görüşü ile Spencer'in Sosyal Darwinizm görüşlerinin sentezi olmasından kaynaklanmaktadır (Spencer, 1969:316). Haksız rekabetin temelinde, bazı tacirlerin kazançlarını artırırken, diğerlerinin bundan zarar göreceği düşüncesi yatmaktadır. Haksız rekabet kurallarına

esas teşkil eden rekabet kavramı, Smith'in rekabet kavramından farksızdır (Smith, 1963:56). Haksız rekabet kuralları ile de kendi çıkarları uğruna hareket eden tacirlerin, korunmaya değer görülmeyen davranışlarına sınırlamalar getirilmiştir (Bork, 1978:134-135).

Rekabet Hukuku ile haksız rekabet kuralları arasındaki esaslı fark ise, her iki düzenlemeye temel teşkil eden farklı ekonomik görüşlerden kaynaklanmaktadır. Rekabet Hukuku, piyasada faaliyet gösteren teşebbüsleri rekabete teşvik ederken, hatta rekabet etmeye zorlarken, haksız rekabet kuralları böyle bir amaç taşımamakta, sadece teşebbüslerin, rekabet etmeleri halinde, bunun ne şekilde gerçekleştirileceğini düzenlemektedir. Rekabet Hukuku'nun amacı ise, rakipler değil; ekonomik verimliliği temin için rekabeti korumaktır (Bork, 1978 :90).

Haksız rekabet kavramına hemen hemen tüm hukuk sistemlerinde yer verilmiştir. Örneğin; Amerikan hukukunda haksız rekabet; "kamu veya herhangi bir alıcıyı kandırabilecek veya bu kimselerde haksız bir kanı uyandırabilecek şekilde pazarda isim yapmış, genel bir satış performansı sergilemiş bir işletmenin veya pazara sunulmuş bir mal veya hizmetin isim, unvan, ürünün ebadı, şekli gibi belirleyici özelliklerini veya ürünün ambalajının şekli, rengi, etiketi gibi genel görünümüne ilişkin özelliklerini taklit etmek veya benzeri faaliyetlerde bulunmak" şeklinde tanımlanmıştır.

Türk hukuku'nda haksız rekabete ilişkin düzenlemeler temel olarak Türk Ticaret Kanunu'nda yer almakla beraber, Borçlar Kanunu, Fikir ve Sanat Eserleri Kanunu (FSEK) ve İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesine İlişkin Kanun gibi başkaca kanunlarda da haksız rekabeti düzenleyen çeşitli hükümler bulunmaktadır (Sanlı, 2000:23).

Türk Ticaret Kanunu'ndaki haksız rekabete ilişkin hükümler, 56 ve 65. maddeler arasında düzenlenmiştir. Kanuna göre haksız rekabet; 'aldatıcı hareket veya hüsnüniyet kaidelerine aykırı sair suretle rekabetin her türlü suiistimalidir' (İmregün, 1998:42-43). Tanımdan anlaşılacağı gibi haksız rekabetin varlığı için kusurun varlığı aranmamaktadır. Kusur olmasa dahi iktisadi rekabetin kötüye kullanılması, haksız rekabetin varlığı için yeterlidir. Türk Ticaret Kanunu'nun 57. maddesinde hangi hallerin haksız rekabet sayılacağı 10 bent halinde, örnek teşkil edecek şekilde sıralanmıştır.

Bunlar: “Başkalarının faaliyetlerini yanlış ve lüzumsuz yere kötölemek, başkalarının ahlaki ve mali iktidarı hakkında gerçeğe aykırı malumat vermek; kendi faaliyetleri, iş mahsulleri hakkında yanlış veya yanıltıcı malumat vermek; yahut, üçüncü şahıslar hakkında aynı şekilde hareket etmek suretiyle rakiplerine nazaran onları daha üstün duruma getirmek; paye, şahadetname ve mükafat olmadığı halde, bunlara sahipmişçesine hareket ederek, müstesna kabiliyete sahip olduğu zannını uyandırmak; başkasının emtiası, iş mahsulleri veya işletmesi ile iltibas meydana getirmeye çalışmak veya buna müsait tedbirlere baş vurmak; özellikle başkasının haklı olarak kullandığı ad, unvan, marka, işaret gibi tanıtma araçlarını kullanmak; üçüncü şahısların çalışanlarına, vekillerine veya diğer yardımcılara, onlara görevlerine ihlale sevk etmek suretiyle kendisine veya başkalarına çıkar sağlamak; müstahdemleri, vekilleri veya diğer yardımcı kimseleri kandırmak suretiyle istihdam edenin veya müvekkillerinin imalat veya ticaret sırlarını ifşa etmek veya ele geçirmek; iyi niyet kurallarına aykırı biçimde elde ettiği imalat veya ticaret sırlarını haksız yere faydalanmak veya onları başkalarına yaymak; iyi niyet sahibi kimseleri iğfal edebilecek surette gerçeğe aykırı, iyi hal ve iktidar şahadetnameleri vermek ve son olarak, rakipleri hakkında uygulanan kanun, tüzük, sözleşme yahut mesleki veya mahalli adetlerle tayin edilmiş bulunan iş hayatı şartlarına uymama”dır.

Bu sayılan iyi niyet karşıtı hareketler sonucu ortaya çıkan hukuki durumlar, “haksız rekabet” olarak adlandırılır ve haksız rekabet dolayısıyla uğranılan zararın giderilmesi için müracaat yeri, Rekabet Kurumu değil, adli yargı olan Ticaret Mahkemeleri’dir (Cantürk, 2001:4).

Tekinalp, haksız rekabetle ilgili maddelerin yetersiz olduğunu, İsviçre Hukuku’ndaki gelişmelerin Türk Ticaret Hukuku’na yansıtılmadığını; haksız satış yöntemleri, yanıltıcı fiyat açıklamaları, sözleşmeleri ihlal yönlendirmeleri, başkasının emeğinin sömürülmesi, iş şartlarına uyulmaması, dürüst olmayan genel işlem şartlarının haksız rekabet cephesinde düzenlenmesi gerektiğini; Türk Haksız Rekabet Kanunu’nun yeniden düzenlenerek “Rekabetin Korunması Kanunu”, “Tüketicinin Korunması Kanunu”, İthalatta Haksız Rekabetin Önlenmesi Kanunu” ile uyumunun sağlanması gerektiğini ileri sürmüştür (Poroy ve Yasaman, 2001:244).

Her ne kadar haksız rekabet hükümleri yukarıdaki şekilde tanımlanmışsa da günlük hayatta karşılaştığımız pek çok olay durum karşısında, haksız rekabet teriminin kullanıldığını görüyoruz. Dolayısıyla TTK.md.57’de zikredilen durumlarla bir ilgisi olmayan olaylar da günlük kullanımda haksız rekabet olarak algılanmaktadır. Bilinmesi gereken, bu iki kavramın tamamen birbirinden ayrı kavramlar olduğudur.

Hatta, Rekabet Hukuku ve haksız rekabet tamamen birbirine ters kavramlardır. Örneğin; amaçları bakımından, Rekabet Hukuku rekabetin sağlanmasını amaçlarken, haksız rekabet hükümlerinin amacı, haksız yapılan rekabetin engellenmesidir. Rekabet Hukuku, doğrudan rekabetin kendisini korurken; haksız rekabette, haksız rekabete uğrayan rakip korunmaktadır. Ayrıca haksız rekabet Türk Ticaret Kanunu’na tabi iken; Rekabet Hukuku, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’a tabidir.

1.4. Rekabet Hukuku’nun Tarihi Gelişimi

Rekabet Hukuku’nun tarihsel gelişimini çok eski tarihlere kadar götürmek mümkündür. Ancak modern anlamda ilk rekabet yasasının 1890 yılında ABD’de kabul edildiğini düşündüğümüzde, Rekabet Hukuku’nun gelişimini bu tarihten itibaren incelemekte bir sakınca yoktur. Bu başlık altında Rekabet Hukuku ABD, AB ve Türkiye’deki gelişimiyle incelenecektir.

1.4.1. Amerika Birleşik Devletlerinde Rekabet Hukuku

Piyasalarda rekabetçi düzenin hakim kılınmasına yönelik düzenlemeler çoğu ülkelerde ancak yirminci yüzyılın ilk yarısından sonra başlamışken, ABD’de bu çalışmaların başlangıç tarihi on dokuzuncu yüzyıla kadar uzanmaktadır (Agrew, 1995:11).

19. Yüzyılın ikinci yarısından sonra, daha önce birbirleriyle rekabet halinde olan işletmeler, tröst şeklinde örgütlenmek suretiyle aralarındaki rekabeti ortadan kaldırmışlardır. Rekabete ilişkin hukuki düzenlemelerin başlıca kaynağını ve Rekabet Hukuku’nun temel kavramlarını oluşturan “kartel” ve “tröst” kavramları bu dönemde ortaya çıkmıştır. Akaryakıt, şeker, pamuk gibi ürünlerde tekelleşme, demiryolu taşımacılığında demiryolu şirketlerinin teşvikler ve imtiyazlarla elde ettiği güçlü durum ve bu işletmelerin gizli anlaşmalarla hakimiyetlerini daha da güçlendirmeleri, küçük ölçekli işletme sahiplerini ve çiftçileri harekete geçirmiştir. Bunlar, öncelikle demiryolu

ulaşımı alanında olmak üzere, genel olarak tüm tekellerin denetlenmesi ve kontrol altına alınmasını sağlamak amacıyla baskı grupları oluşturmuşlardır (DPT, 2000: 6).

Bu baskı gruplarının etkisiyle, Rekabet Hukuku konusunda ilk federal yasal düzenleme olan “Sherman Yasası” 1890 yılında yürürlüğe girmiştir. Bu yasa teknik anlamda ilk antitröst yasası olması sebebiyle önemlidir (Aslan, 1998:669). (Amerika’da Rekabet Hukuku, tröstlerin hakimiyetlerine son vermek için ilk önce “Antitröst Hukuku” olarak adlandırılmış ancak; zaman içinde bu yaklaşım yerini etkin rekabetin sağlanması ve korunması şeklinde daha geniş bir amaca bırakmıştır)¹⁰.

Aşağıda bu yasalar kronolojik olarak kısaca incelenmiştir.

1.4.1.1. Sherman Yasası (Sherman Act)

Dönemin sorunlarına acil ve etkin çözüm getirmesi amaçlanan Sherman Yasası’nın gerek AT (Avrupa Topluluğu) Rekabet Hukuku, gerek ulusal Rekabet Hukuku kuralları üzerinde önemli etkileri olmuştur .

Yasa tasarısını hazırlayan komisyonda yer alan Senatör Sherman’ın, “Nasıl ki bizler, siyasi otorite olarak, bir kralın bizi yönetmesini kabul etmedik; üretim, ulaşım ve yaşamın gereği olan her alanda ekonomik açıdan bir kral oluşmasını hoş görmemeliyiz, zira ekonomik güç er ya da geç siyasi güce dönüşür” sözleriyle, Kongreye sunulan Sherman Antitröst Yasası, o günden bu yana ekonomik yaşamın Magna Carta’sı olarak nitelendirilmekte olup, temel olarak iki maddeden oluşmaktadır.

Bu maddeler;

1 -Federe devletler arası ya da ABD ile başka devletler arası ticaret ve rekabeti sınırlar nitelikte olan, her türlü sözleşme, gizli anlaşma, tröst veya benzeri şekilde örgütlenme hukuka aykırıdır.

2- Federe devletler arası ya da ABD ile başka devletler arası ticaretin bir alanında tekelleşen, tekelleşmeye teşebbüs eden ya da tekelleşmek için başkalarıyla sözleşme ya da gizli antlaşma yapan herkes suç işlemiş sayılır.

¹⁰ Amerikan Rekabet Hukuk Sistemiyle ilgili daha detaylı bilgi için bkz. Yılmaz İ.Aslan, Rekabet Kurumu, Perşembe Konferansları, Amerikan Rekabet Hukuk Sistemi, s.; 65-79.

Bu düzenlemelerle daha önceleri sadece sözleşmenin taraflarının ileri sürebilecekleri rekabet sınırlamaları genel olarak denetim altına alınmış ve suç sayılmıştır. Yorumu açık ve esnek ifadelerle kaleme alınmış olan Sherman Yasası, hangi kısıtlamaların rekabete aykırı bulunup yasaklanacağı ve hangilerinin hoş görülebileceği konusunda kararı mahkemelere bırakmıştır. Yasada belirtilmemiş olmasına rağmen, mahkemelerin yukarıda belirtilen bu soruyu yanıtlarken yorum faaliyetleri sonucunda içtihat hukukundan doğmuş olan iki önemli ilke, hem AB Rekabet Hukuku'nu; hem de ulusal rekabet hukuklarını etkileyerek Rekabet Hukuku'nun terminolojisinde önemli bir yere sahip olmuştur.

Bunlardan ilki, “per se” (koşulsuz) rekabete aykırılık halleridir. Bu ilke gereğince, bazı eylem ve işlemlerin rekabeti bozacağı öylesine açık ve tartışmasızdır ki, söz konusu eylemin rekabet üzerindeki etkilerini incelemeye gerek yoktur. Örneğin; rakipleriyle pazar paylaşmak, ortak fiyat belirlemek per se rekabete aykırılık halleridir (DPT, 2000:7).

“Rule of Reason” (Makul olma sebebi) ilkesi ise, per se rekabete aykırılıktan farklı olarak, söz konusu anlaşma veya fiilin rekabet üzerindeki etkilerinin araştırılmasını ve dolayısıyla bir ekonomik analizi gerektirmektedir. Aksi takdirde, Sherman Yasası'nın katı bir şekilde uygulanması her türlü sözleşmenin yasaklanması sonucunu doğurabilir. Rekabet kısıtlamalarından bir kısmı önemli boyutta olmayabilir ya da bunların olumlu etkileri olabilir. Bir başka deyişle, bu ilke çerçevesinde per se rekabete aykırı olmayan davranışların etkinlik üzerindeki olumlu ve olumsuz etkileri birlikte değerlendirilmekte; varılan sonuca göre söz konusu sınırlamaların hoş görülüp görülemeyeceğine ilişkin sınır çizilmektedir (A.g.e.,:8).

1.4.1.2. Clayton Yasası

Yukarıda da ifade edildiği üzere, Sherman Yasası oldukça genel bir üslupla ele alınmış olduğundan Clayton Yasası, Sherman Yasası'nı daha netleştirmek ve güçlendirmek için kabul edilmiştir (Samuelson, 1992:345). Clayton Kanunu ile rekabeti kısıtlayıcı etkiye sahip belirli uygulamalar, bunların işbirliği, danışıklı işlemler ya da tekel kurma veya tekel kurmaya teşebbüs olup olmadıklarına bakılmaksızın, özellikle tasrih edilerek yasaklanmıştır. Zira bu konuda ortak payda, yasaklanan davranışın rekabeti önemli derecede engellemesi veya engelleyebilecek olması ya da tekel uygulamalarına yol

açacak nitelikte olmasıdır. Böylece bağlayıcı sözleşmeler¹¹, ayrımcı fiyat uygulamaları¹², rakip firmaların yönetim kurullarının aynı üyelerden oluşması yasaklanmıştır. Bu anlamda bir şirketin diğer bir rakip şirketin pay senetlerini tamamen veya kısmen iktisap ederek, rekabetin ortadan kaldırılması hukuka aykırıdır (Topçuoğlu, 2000:73).

Bu kanunun asıl amacı, olası bir rekabet kısıtlamasına karşılık bugünden önlem almaktır. Yani ilerde sınırlanması muhtemel olan rekabeti bugünden yasaklamaktır (Sherefield ve Stelzer, 1996 :20).

1.4.1.3. Federal Ticaret Komisyonu Yasası

Beş üyeli Federal Ticaret Komisyonu; Federal Ticaret Yasası'nı ve Clayton Yasası'nın işleyişini daha da kolaylaştırmak ve güçlendirmek için oluşturmuştur (Connel ve Brue, 1996:348). Komisyon, kanuna aykırı bir rekabet uygulamasının varlığını öğrendiğinde resen harekete geçer ve ilgilileri soruşturma kapsamına alır. Komisyonun esas görevi, ticari faaliyetlerde rekabet kurallarına aykırı uygulamaların önlenmesi olduğundan, geniş yetkilerle donatılmıştır. Evvela Komisyon kişilerin, kişi ortaklıklarının ve şirketlerin rekabet kurallarına aykırı uygulamalarına son vermelerini istemeye yetkilidir. Gerek hükümet yetkilileri; gerekse ilgili kimseler, Komisyona istediği tüm bilgileri ve belgeleri vermekle yükümlüdürler. Komisyonun görevlendirdiği kimseler , soruşturma kapsamındaki yerlere girmeye, her türlü belgeyi incelemeye, tanık dinlemeye yetkili kılındığından bu isteklere uymayan kimseler para veya hapis yahut hem hapis hem de para cezası ile cezalandırılırlar (Connel ve Brue, 1996:642-643).

Komisyon tarafından verilen emirlere ilgililer uymak zorundadırlar. Aksi halde komisyon, verilen emrin yerine getirilmesini sağlamak üzere mahkemeye müracaat edecektir. Mahkemenin vereceği kararın temyizi mümkündür .

1.4.1.4. Diğer Yasal Düzenlemeler

¹¹ Bağlayıcı sözleşmeler, satıcının mamullerini satın alan alıcının üçüncü kişilerden (satıcının rakiplerinden) aynı veya belirli mamulleri satın almaması kaydıyla yaptığı sözleşmelerdir.

¹² Fiyat ayrımcılığı, üreticinin veya satıcının aynı malı satın alan kimselere farklı fiyatlarla satış yapmasıdır.

Clayton Yasası'ndan sonra bu yasanın bazı bölümlerini değiştiren yasalar yürürlüğe girmiştir. Bunlardan birincisi, 1936 yılında yürürlüğe giren ve Clayton Yasası'nın fiyat ayrımcılığı ile ilgili bölümlerinde değişiklik yapan Robinson-Patman Yasası'dır (Kinter, 1973:59). Bu kanun, bir müteşebbisin aynı malı daha düşük bir fiyatla değişik bir isimle satmasına engel olmakta ve bir çok başka halde rekabeti sınırlamaktadır. Bir diğeri ise, 1950 tarihinde yürürlüğe giren Celler-Kefauver Yasası'dır. Bu yasa da yine Clayton Yasası'nın devralmalara ilişkin hükümlerinde değişiklik yapmıştır (Waldman, 1998:463).

1.4.2. Avrupa Birliği'nde Rekabet Hukuku

AB Rekabet Hukuku'na geçmeden önce, kısaca AB'nin oluşumu hakkında bilgi vermeyi gerekli görüyoruz.

1.4.2.1. Avrupa Birliği

Avrupa birliği birden bire ortaya çıkmış bir kuruluş değildir. Tersine oldukça uzun bir geçmişe sahiptir ve buna öncülük eden bazı gelişmeler vardır. Denilebilir ki, Avrupa birliğinin temel taşı 9 Mayıs 1950 tarihinde zamanın Fransa Dışişleri Bakanı Robert Schuman'ın yayınladığı ve Jean Monnet ile birlikte hazırladığı bir bildiri ile atılmıştır (Seyidoğlu, 2001b:221).

9 Mayıs 1950 tarihinde, dönemin Fransa Dışişleri Bakanı Robert Schuman bir deklarasyon yayınlayarak, Ruhr Bölgesindeki zengin kömür ve çelik madenlerini, II. Dünya Savaşı'ndaki düşmanı Almanya ile birlikte işleteceklerini, bunun için "uluslarüstü" nitelikte bir örgüt kurulacağını ve isteyen "demokratik" Avrupa devletlerinin bu örgüte üye olabileceklerini ilan etmiştir. Böylece, ileride Avrupa Birliği'ne doğru gelişecek yolda ilk adım atılmıştır.

Schuman Deklarasyonu'na İtalya, Belçika, Hollanda ve Lüksemburg'un da olumlu yanıt vermeleri üzerine altı ülke, 18 Nisan 1951 tarihinde Paris'te imzalanan ve bu kentin adını taşıyan anlaşmayla, Avrupa Kömür ve Çelik Topluluğunu (AKÇT) kurmuşlar ve bu anlaşma 23 Temmuz 1953 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Daha sonra, 25 Mart 1957 tarihinde imzalanan Roma Antlaşmaları'yla Avrupa Ekonomik Topluluğu (AET) ve Avrupa Atom Enerjisi Topluluğu (AAET) kurulmuştur. Bu iki örgütün temelini atan Roma Antlaşmaları, 1 Ocak 1958'de yürürlüğe girmiştir.

Avrupa bütünleşmesi çerçevesinde varlığını sürdüren AKÇT, AET ve AAET'nin daha sonra yönetim organları birleştirilmiş, bu üç örgüt hukuksal varlıklarını kaybetmeksizin “Avrupa Toplulukları” adını almıştır.

22 Ocak 1972 tarihinde İrlanda, Danimarka ve İngiltere'nin katılma anlaşmasını imza etmeleri ve bu anlaşmanın 1 Ocak 1973'ten itibaren yürürlüğe girmesiyle, Topluluk “Kuzey”e doğru genişlemiş, üye sayısı da dokuza yükselmiştir. Süreç içerisinde Yunanistan, İspanya ve Portekiz'in katılımıyla Topluluk “Güney”e genişlemiş ve üye sayısı 12 olmuştur. Daha sonra, Avusturya, İsveç ve Finlandiya'nın katılımıyla 1 Ocak 1995 tarihi itibarıyla Topluluk 15 üyeli hale gelmiştir (Günoğur, 1989:16). 2004 yılında birliğe 10 yeni üye daha katılarak bu sayı 25'i bulmuştur. 4 aday ülke ise, müzakereler için sırada beklemektedir.¹³

Başlangıçta bir ekonomik entegrasyon hareketi olarak gelişen Avrupa Toplulukları, zamanla sosyal politikaları da kapsayan bir bütünleşme hareketine yönelmiş; 1985 yılında imzalanan Avrupa Tek Senedi ile Avrupa Toplulukları'nı kuran Paris ve Roma Antlaşmalarında önemli değişiklikler yapılarak, entegrasyon hareketine ekonomik boyut yanında sosyal boyut eklenmiştir .

1.4.2.2. Avrupa Birliği Rekabet Hukuku

Avrupa Topluluğu Rekabet Hukuku, Topluluğun kuruluş anlaşması olan Roma Antlaşması'nın 85-90. maddelerinde düzenlenmiştir (Akıncı, 2001:35).

Avrupa Topluluğu'nu kuran Roma Antlaşması'nın 85, 86 ve 90. maddeleri Üye Devletler arasında mal ve hizmet ticaretinin serbestliğini sağlamak ve Ortak Pazar'a yoğun bir rekabet ortamı oluşturmak amacıyla rekabet kurallarını tanımlamaktadır¹⁴. Kurucu Antlaşma'nın 85, 86 ve 90. maddeleri kapsamında Konsey ve Komisyonun tüzük, yönerge, görüş, duyuru ve Avrupa Toplulukları Adalet Divanı (ATAD) ve

¹³ AB'ye üye ülkelerin kronolojik sıralaması: 1957 Belçika, Fransa, Almanya, İtalya, Lüksemburg ve Hollanda (Kurucu Üyeler); 1973 Danimarka, İrlanda ve İngiltere;1981 Yunanistan; 1986 Portekiz ve İspanya;1995 Avusturya, Finlandiya ve İsveç; 2004 Estonya, Litvanya, Letonya, Çek Cumhuriyeti, Polonya, GKRY, Slovakya, Slovenya, Malta ve Macaristan. Sırada bekleyen ülkeler ise,; Bulgaristan, Romanya, Hırvatistan ve Türkiye (<http://www.euturkey.org.tr/abportal/defaultcontent.asp>. Er.Tar.03.12.2005

¹⁴ Bunlar sırasıyla,1987 Tek Avrupa Senedi, 1992 Maastricht ve 1997 Amsterdam Antlaşmaları'dır. Amsterdam Antlaşması ile Roma Antlaşması'nın 85 ve 86. maddeleri, 81 ve 82 olarak değiştirilmiştir. Bu çalışmada yararlanılan kaynaklarda eski usulden yararlanılmıştır.

Bidayet Mahkemesi içtihatları, Topluluk Rekabet Hukuku'nun müktesebatını (içeriğini) oluşturmaktadır (Karluk, 2005:393-412; Esin, 1998:1).

1.4.2.3. Avrupa Birliği Rekabet Hukuku'nun Kaynakları

Topluluk hukuk kaynakları; birincil kaynaklar, ikincil kaynaklar ve diğer kaynaklar şeklinde bir ayırıma tabi tutulmaktadır

Birincil Kaynaklar; Avrupa Toplulukları'nı ve birliğini kuran antlaşmalar, planlar, ekler, protokoller ve bunları değiştiren veya ekleme yapan antlaşmalar anlaşılır. Bunlara "Kurucu Antlaşmalar" da denilmektedir. Bazı yazarlarca, "Avrupa Topluluklarının Anayasası" olarak da adlandırılan Kurucu Antlaşmalar, devletler hukuku anlamında, uluslararası bir antlaşma hüviyetinde yani bir devletler arası tasarruf niteliğindedir. Oysa ikincil kaynakların topluluk içi tasarruflar olarak, Kurucu Antlaşmaların öngördüğü hedef ve yenilikler çerçevesinde ve belirlenmiş usule göre topluluk organlarınca çıkartıldığını görüyoruz. Bu bakımdan, Kurucu Antlaşmaların anayasaya benzetilmesi, bu antlaşmaların esas teşkilatı düzenleyen kurallar taşıyor olmasına bağlamak gerekir (Tekinalp, 1997:53).

İkincil Kaynaklar; üye devletlerce imzalanıp yürürlüğe konulmuş Kurucu Antlaşmalarla oluşturulmuş toplulukların yetkili organları tarafından kabul edilmiş hukuk kurallarıdır.

Avrupa Ekonomik Topluluğu'nu kuran AET (daha sonra AT), Antlaşmasının 189 uncu maddesine göre " ikincil hukuk" olarak adlandırılan hukuki tasarruflar niteliklerine ve hukuki etkilerine göre tüzükler, direktifler, kararlar, tavsiye ve görüşler olarak sayılmıştır (Erol, 2000:58).

Diğer Kaynaklar; kurucu antlaşmalarda yazılı olan kaynakların dışında kabul edilen başlıca kaynaklar da vardır.

Bu kaynaklar; Hukukun Genel İlkesi, Avrupa Topluluğu Adalet Divanı Kararı (ATAD), üye olmayan ülkelerle yapılan antlaşmalar ve Topluluk hukuku üzerine yazılan kitaplar, makaleler, karar incelemeleri ve her türlü araştırma ve mütalaalar doktrini oluşturmakta ve topluluk hukukuna yardımcı kaynaklık etmektedirler (A.g.e.,:60-61).

1.4.2.4. Avrupa Birliği Hukuku'nun Amacı

ATA'nın (Avrupa Topluluğu Antlaşması) yöneldiği hedeflerin başında, mal ve hizmetlerin serbest dolaşımı ilkesi çerçevesinde, üye devletlerin ekonomi politikalarını tedricen birbirine yaklaştırarak hem üye devletlerin birleşmelerini temin etmek; hem de ortak pazar kurmaktır (Wesseling, 1997:38). İşte rekabet politikası bu amacı gerçekleştirmeye yönelik belli başlı vasıtaların en önemlilerinden biridir (Massey, 1997:100). Topluluk Rekabet Hukuku'nun amaçları şu şekilde özetlenebilir (İKV, 2002:3);

- Şirketler arasında yapılan ve iç pazardaki rekabeti sınırlayan ya da önleyen uyumlu eylemlerin yasaklanması,
- Rekabeti sınırlayıcı anlaşmaların ve teşebbüs birliklerinin yasaklanması,
- Hakim durumun kötüye kullanılmasının yasaklanması,
- Üye devletler tarafından verilen ve belirli şirketlere ya da malların üretimine avantaj sağlayarak rekabeti sınırlandırma ihtimali olan yardımların denetlenmesi,
- Topluluk boyutu olan birleşmelerin denetlenmesi,
- Telekomünikasyon, ulaştırma, enerji gibi sektörlerin serbestleştirilmesidir.

Bununla birlikte birliğin rekabet politikasını uygulamada bazı güçlükler doğmaktadır. Bu güçlüklerin başında birbiri ile çelişkili amaçlar arasında bir denge yakalanması zorunluluğu gelmektedir.

1.4.2.5. AB Rekabet Hukukunun Kapsamı

Üye devletlerin ulusal rekabet kuralları ve rekabet otoriteleri ile AB rekabet kuralları ve Komisyon arasında yetki paylaşımının sınırlarını “üye devletler arası ticaretin etkilenmesi”, kavramı çizmektedir. Üye devletler arası ticaret etkileniyorsa, AB rekabet kuralları; etkilenmiyorsa, ilgili üye devletin ulusal rekabet düzenlemeleri uygulanacaktır¹⁵ (Karluk, 1999:2).

¹⁵ Örneğin, belli bir kasabada fırıncılar arasında imzalanan bir fiyat tespit anlaşmasının Topluluk pazarı üzerinde herhangi bir etkisi olmayacağı için Avrupa Hukuku bu durumlarda uygulanmaz. Böyle bir

Tablo 2. Avrupa Topluluğu Rekabet Politikası

Rekabetle İlgili Kurumlar	Komisyon ve Parlamentoyla İlişkilerden ve rekabetten sorumlu komiser Rekabet Genel Müdürlüğü (DG4)		
Rekabetle İlgili Yasalar	Roma Anlaşmasının 85.maddesi	Roma Anlaşmasının 86. maddesi	21/12/89 tarihli yoğunlaşmalarla ilgili Avrupa Tüzüğü
Konu	Anlaşmalar	Hakim Durumun Kötüye kullanımı	Birleşmeler ve Devralmalar
Firmaların İzleyebileceği Yollar	İhtiyari bildirim		Zorunlu bildirim alt sınırı:-dünya daki yıllık ciroso 5 milyar ECU'dan (1993'de bu rakam 2 milyara indirilmiştir) fazla olanlar - bu firmalardan birinin Avrupa ciroso 250 milyon ECU'dan fazla olan ve - en azından bir teşebbüsün cirosunun üçte birinden fazlası tek bir üye devletin dışında gerçekleşmesi
Piyasaların analizi	DG4		DG4
Görevlendirme	Komisyon:şikayet ve kendiliğinden harekete geçme	Komisyon: bir üye devletin talebi ve kendiliğinden harekete geçme	
Yetkiler ve Soruşturma araçları	Soruşturma ve yaptırım yetkileri. Soruşturma izni		
Karar Makamları	Komisyon Rekabetsel bir bilanço ve ekonomik gelişme	Komisyon Rekabetsel bir bilanço ve ekonomik gelişme temelinde Kamu yararı kriterleri göz önüne alınabilir.	
Kararlar	Bireysel veya grup muafiyetleri (yalnızca 85.madde açısından). Para cezaları veya cezasız yasaklar	İzin verme, yasaklama,yoğunluğu azaltma	
İtiraz	Birinci Derece Mahkemesi (Lüksemburg) Avrupa Adalet Divanı (Lüksemburg)		
Kararları Uygulayıcı Makamlar	DG4 (Roma Anlaşması hükümlerinin ulusal makamlarca uygulanması)		

Kaynak: Dumez (1999:253)

anlaşma muhtemelen ulusal hukuk kapsamında olacaktır. Bknz. Karluk, Rıdvan, Avrupa Birliğindeki Rekabet Politikası, <http://www.eso-es.net/kurumsal/yazi.asp?14/15.05.2002>

AB rekabet kuralları, ilke olarak, ekonominin tüm sektörlerine ve özel-kamu sektörü ayrımı yapılmaksızın ekonomik faaliyette bulunan bütün teşebbüslere uygulanmaktadır. Ancak malların üretimi veya dağıtımının geliştirilmesi veya teknik ve ekonomik ilerlemenin hızlandırılmasına katkıda bulunan ve tüketici refahına katkıda bulunan anlaşma ve kararlara; rekabeti önemli ölçüde bozmamak kaydıyla bireysel veya grup muafiyeti tanınabilmektedir.

AB Rekabet Hukuku'nda "de minimis" ilkesi temel ilkelerden biridir. Bu ilkeye göre bir anlaşma, karar ya da davranış Rekabet Hukuku kurallarını ihlal eder nitelikte olsa bile, ortak pazardaki rekabet üzerinde hissedilir ölçüde etkisi yoksa AB rekabet kuralları uygulanmamaktadır. Bu ilkenin benimsenmesinin amacı, pazarı hissedilir şekilde etkileme gücüne sahip olmayan küçük ve orta büyüklükteki işletmeleri Rekabet Hukuku kapsamı dışında bırakmak suretiyle bu işletmeler arasındaki işbirliğini kolaylaştırmak ve AB rekabet otoritelerini gereksiz iş yükünden kurtarmaktır .

1.4.2.6. AB Rekabet Hukuku'nda Yasaklanan Faaliyetler

AB Rekabet Hukuku temel olarak Roma Antlaşması'nın yasal çerçevesine dayanmaktadır. Roma Antlaşması'nın 85 ve 86. maddelerindeki yasaklar temel yasak niteliğindedir.

Bu maddeler Türk Rekabet Kanunu ile paralellikler gösterdiği için, burada ayrıca ele alınmayacak, ancak yeri geldiğinde değinilecektir.

AB'de rekabet kurallarının uygulanması; AB'de rekabet kurallarını uygulayan organ, birliğin yürütme organı niteliğindeki Komisyon'dur. Komisyon üyeleri bağımsızdır ve temsil ettikleri ülkeyi değil, birliğin menfaatlerini gözetir (DPT, 2000:10-11).

1.4.3. Türkiye'de Rekabet Hukuku

Tüm dünyada olduğu gibi Türkiye'de de 1980'li yıllar "rekabet", "serbest piyasa", "özelleştirme", "yeniden yapılanma" gibi kavramların sıkça kullanıldığı yıllar olmuştur. Bu yıllarda dünya da yaşanan değişiklikler, daha rekabetçi ekonomilerin oluşmasına yol açmıştır. Özellikle ülkemizde ciddi sorunlara yol açmaya başlayan KİT'ler ve devlet himayesinde gelişen özel sektör, değişen dünya koşullarından etkilendikleri ölçüde uyum zorlukları içine girmişlerdir. Yaşanan uyum sorunlarının aşılmasında

rekabet düzeninin, ithalat politikalarının, korumacı devlet tutumunun ve özelleştirme konularının önemi büyüktür (Topçuoğlu, 2001:80).

Dünya da Rekabet Hukuku'nun tarihi, yüzyılı aşkın bir süreyi aşmasına karşılık, Türkiye'de Rekabet Hukuku, hem kavramsal olarak ve hem de yasal düzenleme olarak oldukça yenidir. 1970'li yıllardan bu yana, bu konuda çalışmalar yapılmış ve bu çalışmalara paralel olarak, rekabetin korunması alanında çeşitli kanun tasarıları hazırlanmış olmakla beraber¹⁶, bu tasarılarından hiçbiri 1994 yılına kadar yasalaşmamıştır (Öz, 2000:33). Aşağıda Türkiye'de Rekabet Hukuku'nun gerekliliğiyle ilgili açıklamalara yer verilmiştir.

1.4.3.1.Rekabet Hukukunun Gerekliliği

Ülkemizde Rekabet Hukuku'yla ilgili çalışmaların tarihi çok eskiye dayanmamaktadır. Bu konudaki ilk çalışma 1978 tarihinde “İç ve Dış Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun” adı ile Ticaret Bakanlığı tarafından hazırlanmıştır. Bunu aynı bakanlığın hazırladığı “Ticarette Dürüstlüğün Korunması Kanunu” ve “Ticaretin Düzenlenmesi ve Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun” adlı iki tasarı izlemiştir. Sanayi ve Ticaret Bakanlığının birleştirilmesinden sonra da, bu yeni bakanlık bünyesi içinde, 1984 yılında iki yeni tasarı hazırlanmıştır. Ancak her iki tasarı da, Rekabet Hukuku'nun gerçek amaçları değil, devlet korumacılığı ve müdahalesini geliştirme amacı öne çıkmıştır (D.P.T., 2000:11).

Anayasanın piyasaların düzenlenmesiyle ilgili maddesi ve Avrupa Birliği ile olan ilişkiler, bir rekabet yasasını zorunlu kılmaktaydı.

Anayasal Zorunluluk; 1982 Türkiye Cumhuriyeti Anayasası'nın (Ekonomik Hükümler alt başlığındaki Piyasaların Denetimi ve Dış ticaretin Değerlendirilmesi bölümünün) 167. maddesi devlete piyasaların düzenlenmesiyle ilgili olarak;

“Devlet; para,kredi,sermaye, mal ve hizmet piyasalarının sağlıklı ve düzenli işlemlerini sağlayıcı ve geliştirici tedbirleri alır; piyasalarda fiili veya anlaşma sonucu doğacak

¹⁶Konuyla ilgili ilk tasarı, 1978 tarihinde “İç ve Dış Ticaretin Düzenlenmesi Hakkında Kanun” adı ile Ticaret Bakanlığı zamanında hazırlanmıştır. Bunu aynı bakanlığın hazırladığı “Ticarette Dürüstlüğün Korunması Kanunu” ve “Ticaretin Düzenlenmesi ve Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun” adlı iki tasarı izlemiştir. Sanayi ve Ticaret Bakanlıklarının birleştirilmesinden sonra da bu yeni bakanlık bünyesi içinde, 1984 yılında iki yeni tasarı hazırlanmıştır. Ancak her iki tasarıda da Rekabet Hukukunun gerçek amaçları değil, devlet korumacılığı ve müdahalesini geliştirme amacı öne çıkmıştır (DPT,2000:11)

tekelleşme ve kartelleşmeyi önler...” hükmünü koymuştur. Bu hüküm devlete bir görev hükmü olarak kabul edilmektedir.

Erol, 1961 Anayasası’nda bulunmayan bu hükmün 1982 Anayasası’na girmesinin sebebini, Türkiye’deki ekonomik değişimin habercisi olan 24 Ocak 1980 tarihinde o günün hükümeti tarafından alınmış olan liberalleşme ve devleti ekonomiden çekme kararlarına bağlamaktadır (Erol, 2000:144).

Avrupa Birliği ile olan ilişkiler açısından Türkiye’nin 14 Nisan 1987 tarihinde Avrupa Topluluğu’na (1.11.1993’den bu yana Maastrich Anlaşması’nın yürürlüğe girmesinden sonra Avrupa Topluluğu, Avrupa Birliği olarak anılmaktadır) tam üyelik başvurusunda bulunması, 31 Temmuz 1959’da yapılan ortak üyelik başvurusu ile başlayan Türkiye-Avrupa Topluluğu ilişkilerinde bir dönüm noktası oluşturmuştur (Karluk, 1999:577). Türkiye’nin AT ülkeleri ile ekonomik bütünleşme süreci 12 Eylül 1963 tarihli Ankara Antlaşması ile başlamış ve 22 Temmuz 1970 tarihli Katma Protokol ile pekiştirilmiştir¹⁷ (Şahin, 2000:359). Son olarak ise, 1995 yılında imzalanan Gümrük Birliği’nin son döneminin uygulanmasına ilişkin kuralları belirleyen 1/95 tarihli Ortaklık Konseyi Kararlarının uygulanmasıdır (Sanlı, 2000:20).

Bu belgelerin tümünde rekabet mevzuatlarının uyumlu hale getirilmesi, daha doğru bir deyimle, Türkiye’nin Avrupa Birliği normlarına uygun bir rekabet mevzuatı benimseyeceğine dair taahhütler bulunmaktadır.

Nitekim, bu durum AB Müktesebatının Üstlenilmesine İlişkin Türkiye Ulusal Programı’nda da “Türk Rekabet Hukuku, AB Rekabet Hukuku ile büyük ölçüde paraleldir”, şeklinde açıkça ifade edilmiştir.

Esin’de Rekabet Hukuku adlı eserinin giriş bölümünde Türk Rekabet Hukuku’nun hazırlanmasındaki amaçlardan birini AT-Türkiye ilişkilerine bağlamakta ve “Türkiye Cumhuriyeti , 6 Mart 1995 tarihli 1/95 sayılı 36. Dönem Ortaklık Konseyi Kararı’nın 33 ve 39. maddeleri ile tüm rekabet mevzuatını aynı ilkeler doğrultusunda kabul etmiştir. Böylelikle AT İçtihat Hukuku ve muafiyet rejimi Türkiye’de uygulama alanı bulmuştur” demektedir (Esin, 2001:1).

¹⁷ Katma Protokol; gümrük vergilerinin indirilmesini, bunun niteliklerini ve zamanlamasını, malların serbest dolaşımını, işçilerin serbest dolaşımını ve ekonomi politikalarının yaklaşımını düzenlemektedir (Kepenek ve Yentürk, 2000:277).

4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun, AB Rekabet Politikalarıyla çok büyük benzerlik göstermektedir. Karakelle'ye göre; "4054 sayılı Türk Rekabet Kanunu'nun rekabet sınırlayan anlaşma, uyumlu eylem ve kararların yasaklandığı 4. ve muafiyetin düzenlendiği 5. maddeleri Roma Antlaşması'nın 85.; hakim durumun kötüye kullanımının yasaklandığı 6. maddesi Roma Antlaşması'nın 86. maddesinin küçük değişikliklerle Türk hukukuna kazandırılmasından ibarettir. Keza birleşme ve devralmaların kontrolüne ilişkin Kanunun 7. maddesi ve bu maddeye dayanılarak çıkarılan 97/1 sayılı Birleşme ve Devralma Tebliği' de, Avrupa Birliğinin 4064 sayılı "Merger Control" tüzüğüne büyük ölçüde benzeridir" (Karakelle, 2000:131).

Tablo 3. Avrupa Birliği ve Türkiye Rekabet Mevzuatının Karşılaştırılması

	ROMA ANTLAŞMASI (MADDE)	1/95 OKK (MADDE)	4054 SAYILI RKHK (MADDE)
Rekabeti Kısıtlayıcı Uyumlu Eylem Karar Ve Anlaşmalara Getirilen Kısıtlamalar	85/1	32/2	4
Mevzuata Uyumlu Olmayan Sözleşmelerin Hükümsüzlüğü	85/2	32/2	56
Muafiyet Muafiyet Yönetmelikleri	85/3	32/3 39/2-a	5 1997/2,3,4;...
Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Yasağı	86	33	6
Rekabeti Kısıtlayıcı Birleşme ve Devralmaların Yasaklanması			7 1997/1
Kit'lerin Kanun Kapsamında Yer Aldığına İlişkin Madde	90	41	2

Kaynak: TÜSİAD (1998:14)

Mevcut ekonomik durum açısından; yukarıda ifade edilen hukuki gereklerin yanı sıra, Türk ekonomisinde özellikle 1980 yılından bu yana uygulanan serbest piyasa sisteminin yarattığı fiili durum, rekabetin düzenlenmesi ve hatta yeniden tesisini gerekli kılmıştır. Bu gereklilik kendini, aynı zamanda karma ekonominin özelliklerini gösteren piyasa yapıları açısından da hissettirmektedir. Bilindiği üzere 1980'li yıllara kadar Türk ekonomisi, serbest rekabet şartlarının olmadığı, rekabet kültürünün bulunmadığı ve

devletin veya devlet tarafından himaye edilen teşebbüslerin piyasaya hakim olduğu bir yapıda bulunmaktaydı. 1980’li yıllardan itibaren ithalat, para, teşvik ve rekabet gibi ekonomik politikalarda uygulanan liberalleşme süreci, Türk ekonomisinin anti rekabetçi, bozuk yapısını düzeltmede yeterli olmamıştır. Bilhassa ekonomik yoğunlaşma konusunda yapılan iktisadi analizleri, Türk ekonomisinde izlenen liberal politikaların piyasalardaki tekelci yapıyı fazla değiştirmedeğini ve rekabetçi yapının istenilen ölçüde yerleşmediğini ortaya koymaktadır¹⁸. Ekonomik yapıda ağırlıklarını koruyan kamu iktisadi teşebbüsleri ve rekabet düzenine alışık olmayan yerli sanayi, halen imtiyazlı durumlarını korumaktadırlar. Bu durum genel olarak ülke kaynaklarının savurgan kullanımına ve zaten var olan enflasyonist baskının daha da artmasına sebep olmaktadır (Sanlı, 2000:21).

Bu bozuk fiili durumun düzelebilmesi ve piyasaların rekabet yoluyla ıslah edilebilmesi ihtiyacı, serbest rekabetin yasal bir düzenleme yoluyla etkin şekilde korunmasını zorunlu kılmıştır. Bu amaçla öngörülen 4054 sayılı yasa, ekonomik düzendeki kartel anlaşmalarına ve ekonomik yoğunlaşmalara karşı etkin önlemlerle donatılmıştır. Fakat önemle ifade edilmelidir ki, salt rekabet hukuku düzenlemeleriyle rekabetin istenilen ölçüde korunması ve serbest rekabet ortamının gerçekleştirilmesi mümkün değildir. Yukarıda da değinildiği üzere, rekabet yasalarından beklenen faydalar, ancak siyasal iktidarlar tarafından tutarlı bir rekabet politikasının ve buna uyumlu ekonomi politikalarının izlenmesi ile gerçekleştirilebilir (A.g.e., :21).

¹⁸ Türk ekonomisindeki pazar yapılarıyla ilgili olarak 1980 öncesi verileri dayanak alınarak iki çalışma yapılmıştır (Sanlı,2000:53). Bunlarda Orta Doğu Teknik Üniversitesi’nin yaptığı çalışmaya göre; tüm imalat sektörünün %65’inde yoğunlaşma derecesi kritik düzeyin üzerinde seyretmektedir (Katırcıoğlu, Görüşler, sh.86). Bağrıaçık tarafından yapılan bir çalışmaya göre ise, rekabet koşullarında üretilen toplam mal sayısının tüm mal sayısına oranı %11,68, mutlak monopol oranı %16,32, kısmi monopol oranı %17,47, mutlak oligopol oranı %25,37 ve kısmi oligopol oranı da %29,16 olarak tespit edilmiştir. Sonuç olarak eksik rekabetin bulunduğu piyasaların tümüne oranı %72, kısmi oligopol piyasasının rekabete yakın bir piyasa biçimi olarak kabulü halinde ise, bu oran %60 olmaktadır (Bağrıaçık,1993:132-133). 1980, 1985 ve 1990 yıllarında ise, iktisadi yoğunlaşma açısından kritik düzeyi aşan sektör oranı %58 düzeyindedir. Bu veriler, Türk imalat sanayiinde rekabetin niteliği ile ilgili iki önemli bulguyu ortaya koymaktadır. Bunlardan birincisi, Türk imalat sanayiinin yarıdan fazlasında, rekabet süreci iyi çalışmamakta ve piyasalar oligopolistik firmaların egemenliği altındadır. İkincisi ise, durum kronik bir hal almıştır (DPT, 2000:22).

1.4.3.2. Rekabet Hukukunun Amacı

Genel olarak rekabet düzenlemelerinin amacı, piyasaların kendi doğal oluşumları içerisinde gelişimini temin ve piyasaları her türlü müdahalelerden (özel veya devlet) korumaktır (Philips, 1997:5).

4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun'un (RKHK) amacını birinci maddede, “*mal ve hizmet piyasalarındaki rekabeti engelleyici, bozucu ve kısıtlayıcı anlaşma, karar ve uygulamaları ve piyasaya hakim olan teşebbüslerin¹⁹ bu hakimiyetlerini kötüye kullanmalarını önlemek, bunun için gerekli düzenleme ve denetlemeleri yaparak rekabetin korunmasını sağlamaktır*” şeklinde açıklamıştır.

Bu amacın gerçekleştirilmesine yönelik olarak kanun kapsamındaki işlemleri üç ana başlık altında toplamak mümkündür:

1. Türkiye Cumhuriyeti sınırları içinde mal ve hizmet piyasalarında faaliyet gösteren ya da bu piyasaları etkileyen her türlü teşebbüsün aralarında yaptığı rekabeti önleyici, bozucu ve kısıtlayıcı anlaşma, uygulama ve kararlar,
2. Piyasada hakim durumda olan teşebbüslerin bu hakimiyetlerini kötüye kullanması,
3. Hakim durum yaratmaya veya var olan hakim durumu güçlendirmeye yönelik ve bunun sonucu olarak rekabeti önemli ölçüde azaltacak birleşme ve devralma niteliğindeki her türlü hukuki işlemler.

Her ne kadar, Rekabet Hukuku'nun amacı yukarıda sayılan olumsuzlukları gidermek olarak belirtilse de Gürkaynak (2003), Rekabet Hukuku'nun amaç kargaşası içinde olduğunu, Rekabet Hukuku'nun sadece belli bir amacının olması gerektiğini, bu amacın da “iktisadi etkinliğin sağlanması” olması gerektiğini belirtmektedir.

1.4.3.3. Rekabet Hukukunun Kapsamı

¹⁹ 4054 Sayılı kanunda teşebbüs; “piyasada mal ve hizmet üreten, pazarlayan,satan gerçek ve tüzel kişilerle, bağımsız karar verebilen ve ekonomik bakımdan bir bütün teşkil eden birimler” olarak tanımlanmış olup (md.3), 4054 sayılı kanunla ilgili açıklamada teşebbüs bu anlamda kullanılmıştır (Ege, 1997:242)

Bir kanunun kapsamından söz edildiğinde, onun uygulama alanı anlaşılır. Rekabet Kurumu'nun uygulama alanı toprak²⁰ bakımından ve sektör²¹ bakımından ayrı ayrı düşünülmelidir (Topçuoğlu, 2001:83). Geniş anlamda Rekabet Hukuku, işletmelerin davranışları sonucu rekabetin bozulmasından başka, piyasalarda rekabetin bozulması sonucunu doğuran, örneğin; devlet yardımları, kamu alımları gibi hususlarla uluslararası ticaret söz konusu olduğu hallerde ortaya çıkabilecek anti-damping uygulamalarını kapsamaktadır (Öz, 2000:18).

Dar anlamda Rekabet Hukuku ve politikalarının konusunu ise, işletmeler arası anlaşmalar, uyumlu davranışlar ve işletme birliği kararları ile hakim durumun kötüye kullanılmasının yasaklanması ve birleşme ve devralmaların kontrolü oluşturmaktadır.

4054 sayılı RKHK'nın ikinci maddesi, kanunun kapsamını şu şekilde çizmektedir: *“Türkiye sınırları dahilinde mal ve hizmet piyasalarında faaliyet gösteren ya da bu piyasaları etkileyen her türlü teşebbüsün aralarında yaptığı rekabeti engelleyici, bozucu ve kısıtlayıcı anlaşma, uygulama ve kararlar ile piyasaya hakim durumda bulunan teşebbüslerin bu hakimiyetlerini kötüye kullanmaları ve rekabeti önemli ölçüde azaltacak birleşme ve devralma niteliğindeki her türlü hukuki işlem ve davranışlar, rekabetin korunmasına yönelik tedbir, tespit, düzenleme ve denetlemeye ilişkin işlemler bu kanun kapsamına girer”* (Sanlı, 2000:28).

1.4.3.4. Rekabet Hukuku Gereğince Yasaklanan Faaliyetler

Rekabet Kanunu birinci kısım, birinci bölümde , kanunun özünü oluşturan yasaklama hükümlerini sıralamıştır. Ancak kanunda aşağıda da açıklanacağı üzere, yasaklama hükümleri tek tek sayılmamış ve örnek mahallinden durumlar sayılmış ve “bu ve benzeri haller” diyerek yasaklama hükümlerini sınırlandırmamıştır. Yasaklanan faaliyetler şunlardır:

Teşebbüsler arasında rekabeti sınırlayıcı uyumlu eylem, anlaşma ve kararlar; Bu husus, 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun tarafından yasaklanan üç temel

²⁰ “Toprak bakımından” ibaresinden anlaşılması gereken, Türkiye sınırları dahilidir.

²¹ Sektör: Yaptıkları işin niteliğindeki benzerliklerden ötürü aynı grup altında toplanabilen; ancak ürettikleri mal veya hizmetin birbirini kolaylıkla ikame etmemesi nedeniyle, aynı pazara veya alıcı grubuna hitap etmeyen, bu nedenle de aralarında doğrudan rekabet bulunmayan işkollarının oluşturduğu gruba sektör denir. Örneğin; üretim sektörü içerisinde tekstil, gıda, otomotiv, elektronik vb. birçok işkolu (endüstri) yer alır(Alpugan,1998:105).

fiilden ilkidir. Temel amacı, yatay ve dikey anlaşmalar ve uyumlu eylemler²² marifetiyle belirli bir mal veya hizmet piyasasında rekabetin sınırlandırılmasının engellenmesidir (Tüsiad, 1998:26).

Rekabet Kanunu'nun 4.maddesinde, teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin²³ belirli bir mal veya hizmet piyasasında rekabeti doğrudan veya dolaylı olarak engellemeleri ile rekabeti bozma ve kısıtlama amacını taşıyan eylemlerin yasak olduğu belirtilmektedir.

İlgili madde kapsamında hukuka aykırı olarak tanımlanan uyumlu eylem ve kararlar özellikle;

- a) *Mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet, kar gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi,*
- b) *Mal veya hizmet piyasalarının bölüşülmesi ile her türlü piyasa kaynaklarının veya unsurlarının paylaşılması ya da kontrolü,*
- c) *Mal veya hizmetlerin arz ya da talep miktarının kontrolü veya bunların piyasa dışında belirlenmesi,*
- d) *Rakip teşebbüslerin faaliyetlerinin zorlaştırılması, kısıtlanması veya piyasada faaliyet gösteren teşebbüslerin boykot ya da diğer davranışlarla piyasa dışına çıkartılması; yahut piyasaya yeni gireceklerin engellenmesi,*
- e) *Münhasır bayilik hariç olmak üzere, eşit hak, yükümlülük ve edinimler için eşit durumdaki kişilere farklı şartların uygulanması,*
- f) *Anlaşmanın niteliği veya ticari teamüllere aykırı olarak, bir mal veya hizmet ile birlikte diğer bir mal veya hizmetin satın alınmasının zorunlu kılınması veya aracı*

²² Uyumlu Eylem: İki veya daha fazla işletmenin, ekonomik ve rasyonel gerçeklerle açıklanamayan ve bir anlaşmaya dayanmayan fakat bilinçli olarak birbirine paralel hale getirilmiş rekabeti sınırlayıcı davranışlarıdır (Aslan,1997:53).

²³ Teşebbüs birliği, Kanun'un (RKHK) Tanımlar bölümünde(md.3); "*Teşebbüslerin belli amaçlara ulaşmak için oluşturduğu tüzel kişiliği haiz ya da tüzel kişiliği olmayan her türlü birlik*" şeklinde tanımlanmıştır. Teşebbüs birlikleri, üyeleri arasındaki rekabetin kısıtlanmasına çeşitli şekillerde zemin hazırlamaktadırlar. Örneklenmek gerekirse, bu birlikler, mesleki dayanışma ve benzer amaçlar altında, çok sayıda teşebbüsün bir araya gelmesine imkan vermekte ve bu suretle kartel anlaşmalarının önemli bir zaafını telafi etmektedirler. Teşebbüsler bir araya gelerek bilgi değişimini maksimum düzeye çıkarmakta ve bu da aralarında, farklı menfaatleri temin edebilecek nitelikte oldukça kompleks nitelikli anlaşma ve kararların oluşabilmesine imkan vermektedir (Sanlı, 2000:156)

teşebbüs durumundaki alıcıların talep ettiği bir malın ya da arz edilen hizmetin diğer bir mal veya hizmetin de alıcı tarafından teşhiri şartına bağlanması ya da arz edilen bir mal veya hizmetin tekrar arzına ilişkin şartların ileri sürülmesi, olarak tanımlanmaktadır (DPT, 2000 :12).

Maddede uyumlu eylem olarak kabul edilecek haller de belirtilmiştir. Buna göre bir anlaşmanın varlığının kanıtlanamadığı durumlarda, piyasadaki fiyat değişmelerinin veya arz ve talep dengesinin ya da teşebbüslerin faaliyet bölgelerinin;

- Rekabetin engellendiği,
- Bozulduğu-veya-
- Kısıtlandığı

Piyasalardakine benzerlik göstermesinin, teşebbüslerin uyumlu eylem içinde olduklarına karine teşkil ettiği öngörülmüş; bununla birlikte taraflardan her birine, haklı ve gerektirici nedenlere dayanmak koşuluyla uyumlu eylem içinde bulunmadığını kanıtlayarak sorumluluktan kurtulma imkanı vermiştir (Ege, 2000:242).

Muafiyet; 4054 sayılı RKHK'nın muafiyet rejimi, yalnızca temel yasak alan olarak ele alınan, "Anlaşma,karar ve uyumlu eylemlerle teşebbüslerin rekabeti sınırlayıcı nitelikte faaliyet göstermeleri" yasağına bazı muafiyetler getirmektedir. Diğer bir deyişle, hakim durumun kötüye kullanılması ya da rekabeti sınırlayıcı nitelikte birleşme ve devralmalara ilişkin herhangi bir muafiyet bulunmamaktadır (Tüsiad, 1998:41).

Söz konusu muafiyet rejimi; tüketici yararını gözeten, mal ve hizmetlerin sunumunda gelişme ve iyileşme sağlayan, ekonomik ve teknik gelişme doğuran, ilgili piyasada rekabeti önemli ölçüde ortadan kaldırmayan ve gereğinden fazla bir sınırlama ortaya koymayan anlaşma, uyumlu eylem ve kararları kapsamaktadır.

Muafiyetle ilgili 5. maddede; "kurul, aşağıda belirtilen şartların tamamının varlığı halinde ilgililerin talebi üzerine, teşebbüsler arası anlaşma, uyumlu eylem ve teşebbüs birlikleri kararlarının 4 .madde hükümlerinin uygulanmasından muaf tutulmasına karar verebilir" diyerek, muafiyet sağlanabilecek halleri özel olarak belirtmiştir.

Bu haller; malların üretim ve dağıtım ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme veya iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmelerin sağlanması, tüketicilerin bundan yarar sağlaması, ilgili pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması, rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması, durumlarıdır.

Burada dikkat edilmesi gereken nokta, muafiyet hallerinin sadece 4. madde için ve yukarıdaki tüm şartların sağlanması halinde geçerli olduğudur.

Hakim durumun kötüye kullanılması; 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'a göre; *“Bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde ya da bir bölümünde, bir mal veya hizmet piyasasındaki hakim durumunu²⁴ tek başına; yahut başkaları ile yapacağı anlaşmalar ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanması, hukuka aykırı ve yasaktır”*(md.6).

Teşebbüslerin rakiplerinden ve alıcılarından (talepten) bağımsız olarak tespit edilen üretim miktarı ve/veya satış şartları ile belirli bir piyasa ya da Türkiye genelinde söz konusu mal veya hizmetin satış şartlarını münferiden belirleyebilme gücü, teşebbüsün ilgili piyasada hakim durumda bulunduğunu ifade etmektedir.

Hakim durumun tespitine ilişkin somut olarak belirtilebilecek kesin bir tanım bulunmamaktadır. Bir teşebbüsün hakim durumda bulunduğunu tespit etmek üzere Rekabet Kurumu tarafından yapılacak incelemede; ilgili mal ve hizmet piyasasının coğrafi büyüklüğü, iktisadi büyüklüğü, ilgili piyasada faaliyet gösteren teşebbüslerin sayısı, bu teşebbüslerin ferdi pazar payları, ilgili teşebbüslerin diğer piyasalardaki faaliyetleri, potansiyel rekabet gibi bir dizi ölçütün tespiti neticesinde, ilgili teşebbüsün münferit karar ve davranışlarıyla pazar fiyatını ve diğer şartlarını belirleyebilme gücüne

²⁴ Avrupa Birliği Hukuku'nda, piyasa paylarının hakim durumun belirlenmesindeki etkisi, doktrindeki yazarlar tarafından farklı değerlendirilmektedir. Goyder'e göre, hakim durum olgusu, teşebbüsün payının ilgili piyasada %30'lara gelmesiyle başlamakta ve bu pay %45-50 seviyelerine geldiğinde ise,, hemen hemen eşit paya sahip başka bir teşebbüs bulunmuyorsa, başka olgularla birlikte hakim durum karinesi kabul edilmektedir. Bu oran % 65'i aştığında ise,, ilgili piyasada önemli bir rakip bulunmuyorsa hakimlik karinesinin çürütülmesi imkansız hale gelmektedir (Goyder,1998:302)

Amerikan Antitröst Hukuku'nda ise,, Federal Mahkeme uygulaması, hakim durumun varlığı için daha yüksek piyasa payı aramaktadır. Kintner'e göre Federal Mahkeme, %75 ve daha yukarıdaki piyasa payları hakim durumun varlığı için yeterli sayılmakta, %50'nin altındaki paylar ise, başka faktörlerin değerlendirilmeye alınması ile saptanmaktadır (Kinter,1973 :102). Areeda ve Kaplow'a göre ise,, %90 ve daha yukarı hakim durumun varlığı için tek başına yeterli görülmemekte, %50'den aşağı piyasa payları ise, genellikle yetersiz addedilmektedir (Areeda/Kaplow,1997 :565).

sahip bulunmadığı tespit edilecektir. Farklı piyasalardaki hakim durum parametreleri farklılıklar sergileyeceklerdir.

Birleşme ve devralmalar; RKHK'nun 6. maddesi teşebbüslerin hakim durum yaratmaya veya hakim durumlarını daha da güçlendirmeye yönelik olarak, ülkenin tümü; yahut bir kısmında herhangi bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabetin önemli ölçüde azaltılması sonucunu doğuracak şekilde birleşmelerini veya herhangi bir teşebbüsün ya da kişinin diğer bir teşebbüsü kısmen ya da tamamen devralmasını yasaklamaktadır (Tüsiad, 1998:38).

Bu itibarla birleşme veya devralmaların hukuki geçerlilik kazanabilmeleri için Rekabet Kurulu'na bildirilerek izin alınması şartı getirilmiştir. Diğer bir ifadeyle, Rekabet Kurulu'nun inceleyerek rekabetin kısıtlanması ya da bozulması tehdidini arz etmediği kararına vararak müsaade ettiği birleşme ve devralmalar haricinde, her türlü birleşme ve devralmalar geçersiz kalacaktır.

1.4.3.5. Rekabet Kanunu'nun Uygulanması ve Rekabet Kurumu

Rekabet Kanunu, Türkiye çapındaki tüm teşebbüs ve teşebbüs birliklerine uygulanır. Teşebbüslerin kamu kuruluşu olması kanunun uygulanması için bir engel teşkil etmez.

Aslan Rekabet Hukuku'nun uygulanmasını; konu bakımından, yer bakımından, zaman bakımından, anlam bakımından ve iktisadi bakımdan olmak üzere beş temel başlık altında toplamıştır (Aslan, 2001:31-70).

Rekabet Kurumu ise, 4054 sayılı RKHK'nın TBMM'de 07.12.1994 tarihinde kabulünden sonra, kanunu uygulamaktan sorumlu Rekabet Kurumu'nun karar organı olan Rekabet Kurulu, yaklaşık 27 aylık bir gecikmeyle 27.02.1997 tarihinde atanabilmiştir. Kurum teşkilatını kısa bir sürede tamamlayarak, bu durumu kanunun geçici 2. maddesi uyarınca, 05.11.1997 tarihinde yayımladığı bir tebliğ ile kamuoyuna duyurmuş ve bu tarihten sonra başvuruları değerlendirmeye başlamıştır.

Kurumun ilişkili olduğu bakanlık, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı'dır. Kurum görevini yaparken bağımsızdır. Hiçbir organ, makam, merci ve kişi kurum nihai kararlarını etkilemek amacıyla emir ve talimat veremez. Kurumun merkezi Ankara'dır. Teşkilatı

ise; Rekabet Kurulu, Başkanlık ve Hizmet Birimleri'nden oluşmaktadır. Rekabet Kurulu biri başkan, biri ikinci başkan olmak üzere, toplam 7 üyeden teşekkül eder²⁵.

Rekabet Kurulu kararlarının yargısal denetimi Danıştay tarafından yapılmaktadır. Buna göre, Kurul'un nihai kararlarına ve para cezalarına karşı kararın taraflara tebliğinden sonra Danıştay'a başvurulabilir.

Sonuç

Bu bölümün yazılış amacını, rekabet kavramının farklı iktisat okulları açısından değerlendirilmesi ve Rekabet Hukuku'nun gerekliliği ve farklı rekabet politikalarının ülke uygulamalarındaki kendine özgünlüğünün ortaya konması olarak özetleyebiliriz. Bu bize ileriki bölümlerde inceleyeceğimiz, piyasalara girişte nelerin engel, nelerin engel olmadığını ortaya koymada, rekabet kavramının nasıl algılandığını açıklamada alt yapı oluşturacaktır.

Bu bölümde, rekabet kavramı farklı yönleriyle açıklanmaya çalışılmıştır. Piyasa yapısını ifade etmesi bakımından rekabet, tam rekabet ve eksik rekabet piyasaları şeklinde bir ayrıma tabi tutulmuş ve eksik rekabet piyasalarına neden olan unsurlar açıklanmıştır. Rekabeti, piyasa süreci olarak ele alan Klasik iktisatçılar; rekabeti, hasımlar arasındaki bir yarış olarak nitelendirmişlerdir. Neo-Klasikler ise; rekabeti, piyasa yapısı olarak kabul etmişler ve tam rekabet piyasası şeklinde algılamışlardır. Avusturya ve Chicago Okulları rekabetten serbest piyasa yapısının anlaşılması gerektiğini, Post-Keynezyen yaklaşım ise, rekabeti hayatta kalma mücadelesi şeklinde algılamaktadır. İktisat okullarının rekabet yaklaşımları aynı zamanda onların rekabet politikasını da ortaya koymaktadır. Bu yönüyle olaylara yaklaşıldığında rekabet politikası, antitröst politikası anlamına da gelmektedir. Dolayısıyla klasiklerin rekabet sürecine yaklaşımları daha tutucudur ve piyasalarda firmaların birleşmeleri, yoğunlaşmaları, hakim pozisyonda olmaları, istenilen bir durum değildir ve devletin bu gibi oluşumlara rekabet politikalarıyla müdahale etmesi gerekir. Avusturya Okulu ise; yenilik, icat ve serbest piyasa argümanını savunmaktadır. Chicago Okulu da piyasalara her türlü müdahaleyi hoş görmeyen bir tutum içindedir. Onlara göre; eğer piyasaya girişler yasaklanmıyorsa yani serbestse, piyasadaki tekellerin varlığından veya aşırı karlılıktan korkmamak

²⁵ Rekabet Kurumu'nun teşkilatlanması, soruşturmalarda izlenen süreç ve meslek personelinin seçim süreciyle ilgili daha açıklayıcı bilgiler Ek 1, Ek 2 ve Ek 3'de verilmiştir.

gerekir. Çünkü piyasadaki aşırı karlılığı gören diğer firmalar da bu alana girerek kısa sürede aşırı karlılığı sona erdirerek normal şekline çevirir.

İkinci olarak, Rekabet Hukuku ve politikalarının gerekli olup olmadığı hususu tartışılmıştır. Bugün demokrasiyle idare edilen tüm ülkelerde Rekabet Hukuku uygulamaları mevcuttur. Sorgulanan husus, ülkelerin gelişmişlik düzeyine göre bir Rekabet Hukuku uygulamasının daha iyi sonuç verip vermeyeceğidir. Ayrıca, rekabet politikalarının sadece Rekabet Hukuku uygulamasını kapsamadığını, genel olarak ülkenin rekabet gücünü artırmaya yönelik politikaları da kapsadığını belirtmek gerekmektedir. Bu anlamda ülkelerin yaptıkları tercihler ülke ekonomisini önemli ölçüde etkileyebilmektedir. Örneğin; ülkemizin AB'ye tam üye olmadan gümrük anlaşması imzalaması her ne kadar yerli sanayiye bir rekabet sürecine dahil etmişse de bu ülkelerle yapılan ticaret hacminin Türkiye'nin aleyhine işlediği iddia edilmektedir. İkinci bir konu ise, tam üye olmadan gümrük birliğini kabul etmenin, AB ile müzakere sürecinde büyük bir kozu yeterince iyi kullanamadığımız şeklindedir.

Bu bölümde son olarak Rekabet Hukuku ve gelişimi ele alınmıştır. Her ne kadar yukarıdaki okulların bazıları devletin piyasaların işleyişine müdahale etmemesi gerektiğini savunsalar da piyasalar, her zaman teoride ifade edildiği gibi sorunsuz işlememektedir. Bu nedenle piyasalarda etkin rekabeti sağlamak amacıyla devletlerin piyasaya müdahale etmesi gerektiği savunulmuştur. Ancak piyasaların düzenlenmesi için öngörülen politikalar ülkelerin ekonomik yapılarına göre farklılıklar arz etmelidir. Nitekim, ABD ile AB rekabet politikaları temelde etkin rekabet sürecini devam ettirmek için oluşturulmuşsa da bazı yönleriyle birbirinden farklıdır. Örneğin; ABD rekabet politikasında tekel durumunda olmak kesinlikle yasak edilmiştir. AB ve ülkemiz Rekabet Hukuku'nda ise, tekel durumunda olmak yasak edilmemiş; ancak bu durumu kötüye kullanmak yasak edilmiştir. Rekabet yasasının 4. maddesindeki muafiyet gibi birleşme ve devralmalarla ilgili olarak da Rekabet Kurumu, "hangi tür birleşmelerin kurula bildirilmesi gerektiğini çıkaracağı tebliğlerle ilan eder" diyerek, rekabeti önemli ölçüde sınırlamayacak olan birleşmelere izin verilebileceğini belirtmektedir.

Ülkemizde ise, 1982 Anayasası'nın ilgili hükmü (167.md) ve AB süreci dolayısıyla 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun, 1994 yılında kabul edilmiş, ancak Rekabet Kurumu 1997 yılında faaliyetlerine başlayabilmiştir. Dolayısıyla ülkemizde

ticari hayatın denetimi 1997 yılına kadar yapılamamıştır. Rekabet yasalarıyla daha rekabetçi bir piyasa yapısı oluşturulmuş, devlet korumacılığına dayanan sistem terk edilerek, serbest piyasa sistemi kontrollü olarak hayata geçirilmeye başlanmıştır.

BÖLÜM 2: GİRİŞ ENGELLERİNE İKTİSAT OKULLARI AÇISINDAN YAKLAŞIM

Bu bölümde öncelikle piyasalara giriş engeli kavramı üzerinde durulacaktır. İkinci olarak ABD’de Rekabet Hukuku’nun gelişiminde önemli katkıları olan iki iktisat okulunun piyasaların işleyişinde rekabet süreci ve giriş engellerine yaklaşımları ele alınacaktır.

Bu bölümde cevabı aranacak temel soru, iktisat okullarının rekabet sürecine ve giriş engellerine farklı yaklaşımlarının nedenleri nelerdir? Bu soru yanıtlendiğinde; rekabet ihlallerine neden olan “giriş engellerinin” analizinde ve değerlendirilmesinde karar verici pozisyondaki hukukçuların gözünde olayların nedenleri daha net olarak ortaya konmuş olacaktır. Ayrıca bu çalışma, yasal düzenlemeler için bir referans niteliği de taşıyacaktır. Yine bu soruya yanıt, daha sonra ülkemiz Rekabet Hukuku uygulamalarında ele alacağımız giriş engelleri uygulamalarında, Rekabet Kurulu’nun hangi yaklaşımı esas aldığını ortaya koyması açısından da belirleyici olacaktır.

Birinci bölümde rekabet kavramına, iktisatçılarca farklı anlamlar yüklendiği, iktisatçılarca farklı değerlendirildiği, bunun da uygulamada farklı sonuçlara yol açtığı ifade edilmişti. Böyle bir durumda, bir rekabet ihlali olan “piyasaya girişlerin engellenmesi” noktasında, aynı güçlükler tekrar ortaya çıkmaktadır. Hangi davranışlar piyasaya girişi engellemekte, hangileri engellememektedir? İktisatçılar bu konuda kesin bir fikir birliğine varabilmiş değildir. Çünkü rekabet kavramını farklı tanımlayan iktisatçılar, giriş engellerini de farklı algılamakta ve birbirleriyle çelişen tanımlar ortaya koymaktadırlar. Bunun pratikteki yansıması da aynı derecede önemli olmaktadır. Örneğin; piyasada tekel durumda olmak, bazı iktisatçılarca (Chicago ve Avusturya) normal karşılanırken, yani tekel durumda dahi etkin bir rekabetin olabileceği kabul ediliyor iken, aynı durum Klasik İktisatçılar (Harvard) tarafından rekabetin aksaması olarak görülmektedir. Bir anti tröst davasında hakimin referans olarak alacağı ve kararını vereceği iktisadi düşünce bu açıdan çok önemlidir.

Giriş engeli kavramı, hem Rekabet Hukuku uygulamalarında; hem de endüstri iktisadında önemli bir yer tutmaktadır. Rekabet Hukuku uygulamalarında piyasaya girişlerin engellerden arındırılmış olması esastır ve rekabet otoritelerinin başlıca

görevlerinden biridir. Ancak iktisat okulları açısından durum bu kadar kolay izah edilememektedir. Bunun en önemli nedenlerinden birisi ise, henüz tam olarak piyasaya girişlerde hangi davranışların veya eylemlerin giriş engeli, hangi davranışlarınsa giriş engeli olmadığı konusunda net olarak bir anlaşmanın sağlanamamış olmasından kaynaklanmaktadır. Özellikle ABD’de rekabet ihlallerinin analizinde bu karışıklık, iktisatçıları ve mahkeme hakimlerini ikiye bölmüştür. Rekabet Hukuku’nun teorik altyapısını oluşturan endüstri iktisatçılarının bu konudaki görüş ayrılıkları hala sürmektedir. Rekabet Hukuku uygulamalarında giriş engeli kavramı sık sık gündeme geldiği ve daha sonraki bölümlere de referans teşkil edeceğinden, giriş engelleriyle ilgili bir tanım ortaya koymak önem arz etmektedir.

Bu bölümde öncelikle giriş engeli kavramı incelenecektir. İkinci olarak iktisat okullarının rekabet teorisine ve piyasaların işleyişine olan yaklaşımları incelenecek, daha sonra ise, giriş engellerine ait yaklaşımları ortaya konmaya çalışılacaktır.

2.1. Giriş Engeli Kavramı

Bu bölüme giriş engeli kavramının açıklanmasıyla başlanması metodolojik olarak uygun düşmeyebilir. Ancak daha sonraki bölümlerin de giriş engelleriyle doğrudan bağlantılı olması dolayısıyla, giriş engeli kavramının bir netliğe kavuşturulması veya netliğe kavuşturulamamasının nedenlerinin ortaya konması açısından ilk önce giriş engeli tanımını incelenecektir.

Giriş engeli kavramı, ilk kez John Bates Clark tarafından 1887’de ortaya atılmış daha sonra 1940’larda Schumpeter, bu olgunun rekabet sürecindeki hakimiyet kırıcı rolünü incelemiş, 1950’lerde de J.S. Bain bu kavramı bugünkü şekliyle ekonomi literatürüne dahil etmiştir (Türkkan, 2001:264). Giriş engeli kavramına değinmeden önce, giriş kavramına bir açıklık getirmek gerekmektedir.

Yip (1984:1); giriş kavramını, rekabetçi bir oyunda, oyuna yeni aktörlerin eklenmesi ya da pastanın yeni parçalara ayrılması şeklinde tanımlamaktadır. Dolayısıyla oyuna her yeni giren oyuncu diğerlerinin kazanma şansını biraz daha azaltmaktadır. Bain, endüstriye giriş kavramını; endüstri için yeni sayılan bir firmanın endüstriye katılarak endüstrideki üretim kapasitesine katkıda bulunması olarak tanımlamaktadır. Endüstri için yeni sayılan firmanın endüstriye girişinin yeni bir üretim kapasitesi kurarak veya

daha önce bir başka endüstride kullanılan tesisleri, giriş yapılan endüstride kullanıma uygun hale dönüştürerek gerçekleştirilebileceği belirtilmektedir (Bain, 1956:5). Endüstride mevcut bir firmanın üretim kapasitesini genişletmesi veya endüstride mevcut firmanın üretim kapasitesinde hiçbir değişiklik olmadan el değiştirmesi ise, giriş kapsamı dışında bırakılmaktadır. Endüstride mevcut bir firmanın endüstri dışından bir firma tarafından alınması ve böylece mülkiyetinin el değiştirmesi durumu, ancak üretim kapasitesinin genişletilmesi halinde giriş sayılmaktadır (Bain, 1968:252). Bain'in 1940-1950 yılları arasında ABD'de 20 imalat endüstrisinde yapmış olduğu giriş engelleriyle ilgili çalışmasında dört temel giriş engeli tespit etmiştir²⁶. Bunlar; mutlak maliyet avantajları, ürün farklılaştırma, ölçek ekonomileri ve sermaye gereksinimidir. Bu kavramlar stratejik yönetim yaklaşımında ele alınacağı için burada detaylı işlenmeyecektir.

Bain, giriş engellerini, “endüstride mevcut firmalara kıyasla endüstriye yeni girecek firmaların dezavantajlı durumda olmalarına yol açan unsurlar” şeklinde tanımlamıştır(Bain, 1956:6). Daha sonra Bain'in giriş engeli tanımına alternatif veya destekler nitelikte çeşitli giriş engeli tanımları yapılmıştır. Baumol ve Willing'e göre; endüstriye yeni girecek olan firmaya bir maliyet yükü getiren; fakat endüstride mevcut firmalar için aynı derecede maliyet yükü getirmeyen herhangi bir şey endüstriye giriş engelidir (Baumol ve Willig, 1981:408). Stigler'e göre; herhangi bir üretim hacminde veya her üretim hacminde, endüstriye yeni girecek olan firmanın katlanmak zorunda olduğu; fakat mevcut firmanın katlanmak zorunda olmadığı üretim maliyeti, giriş engelidir (Stigler, 1968:67). Von Weizsacker'e göre; endüstriye giriş engeli, endüstriye girecek firmanın katlanmak zorunda olduğu fakat mevcut firmanın katlanmak zorunda olmadığı ve sosyal açıdan kaynak dağılımını bozucu nitelikte bir üretim maliyetidir (Von Weizsacker, 1980:400). Ferguson; giriş engellerini, endüstriye girişi karsız hale getiren ve aynı zamanda mevcut firmaların marjinal maliyetin üzerinde fiyat

²⁶ Bain'in giriş engellerine yaklaşımı birkaç noktada eksik bulunmuştur. Bain; piyasaya girişi, daha önce endüstri içerisinde üretim için kullanılmayan yeni üretim kapasitesi inşa eden ya da getiren yeni bir firmanın kuruluşu olarak algılamaktadır. Bain için piyasaya giriş, yeni bir firmanın kuruluşu ve endüstri içerisinde yeni bir kapasitenin eklenmesidir. Bain, (a) mevcut bir firmanın başka bir firma tarafından, mülkiyette değişikliği yoluyla devralınmasını; (b) yerleşik bir firma tarafından kapasitenin genişletilmesini; (c) piyasaya çapraz-girişi, yani daha önce başka bir endüstride kurulmuş olan bir firmanın, söz konusu endüstrinin ürününü kendi ürün serisine ekleyerek piyasaya girişini, piyasaya giriş kavramı dışında tutmuştur (Koutsoyiannis, 1997:343).

uygulayarak monopol karı elde etmelerine olanak sağlayan unsurlar olarak tanımlamaktadır (Ferguson, 1974:10).

Gilbert; endüstriye giriş engellerini, sermayenin hareketliliğini engelleyen ve mevcut firmalara endüstride yerleşik olmaktan kaynaklanan bir rant sağlayan unsurlar olarak tanımlamaktadır (Gilbert, 1989:478).

Örnek verdiğimiz tanımları Bain'in tanımıyla kıyasladığımızda iki nokta dikkati çekmektedir. Birinci olarak, bazı tanımlarda, mevcut firmaların katlanmak zorunda olmadığı; ancak yeni gireceklerin katlanmak zorunda olduğu maliyetler esas alınmaktadır. Bu tür bir yaklaşım için Stigler'in tanımını örnek verebiliriz. Giriş engelleri bu şekilde tanımlandığında, Bain'e göre giriş engeli sayılan bazı unsurların giriş engeli oluşturmadığı görülmektedir. Örneğin; Bain, kuruluş için gerekli fonların büyüklüğünü giriş engeli saymakta, Stigler ise, bu durumun bir giriş engeli olmadığını belirtmektedir. Burada, mevcut firmaların da kuruluş aşamasında büyük fonları sağlamak zorunda olması, bu unsurun giriş engeli sayılmamasına gerekçe olarak ileri sürülmektedir (Stigler, 1968:70). Bain ile Stigler'in giriş engeli tanımı, uygulamada çok önemli sonuçlar doğuracaktır. Aşağıda iktisat okullarının giriş engellerine yaklaşımında bu konu daha detaylı incelenecektir.

İkinci olarak, Von Weizsacker'in tanımı gibi bazı tanımlarda, giriş engellerinin refah üzerindeki etkileri de dikkate alınmaktadır. Bain ve benzeri tanımlarda ise, refah üzerindeki etkilere yer verilmediği görülmektedir. Bazı iktisatçılar da giriş engellerinin tanımında refah üzerindeki etkilerin bir unsur olarak katılmaması gerektiğini özellikle belirtmektedir (Gilbert, 1989:96).

Bain'in giriş engellerini konu alan çalışması (Barriers to New Competition), giriş engelleriyle ilgili kapsamlı çalışmalardan birisidir. Burada sadece tanım üzerinde durulmuştur. Konu, stratejik yönetim yaklaşımı açısından ele alınacağı bölümde daha detaylı işlenecektir.

Giriş engellerinin kaynaklarına baktığımızda ise, benzer bir sınıflandırmanın yapıldığını görmekteyiz. Karakaya ve Stahl (1991), giriş engellerini piyasanın yapısından kaynaklanan (kontrol edilemez) giriş engelleri ve piyasadaki firmalar tarafından oluşturulan (kontrol edilebilir) giriş engelleri olmak üzere bir ayrıma tabi tutmuşlardır.

Shepherd (1997), giriş engellerini içsel ve dışsal giriş engelleri olmak üzere bir ayrıma tabi tutmaktadır. OFT (Office of Fair Trading), Rekabet Kanunu'nda (2004) giriş engellerini, mutlak avantajlar, stratejik avantajlar ve dışlayıcı davranışlar başlıkları altında incelemektedir.

Örneğin; Shepherd, giriş engellerini; dışsal giriş engelleri ve içsel giriş engelleri olmak üzere ikiye ayırmıştır. İçsel giriş engelleri, firmaların bilinçli olarak veya bir strateji gereği yaptıkları engellerdir. Dışsal giriş engelleri, firmaların dışında arz ve talep koşullarına bağlı olarak ortaya çıkan engellerdir. Ancak içsel engellerinde her alanda yaratılabilmesi mümkün değildir. Bu nedenle bunların büyük bir bölümü de bir anlamda arz veya talep koşullarının izin verdiği engeller olarak tanımlanabilir (Türkkan, 2001:265).

Shepherd'in tanımladığı dışsal giriş engelleri; sermaye gereksiniminin karşılanamaması, ölçek ekonomilerinin yüksek olması, mutlak maliyet avantajlarının fazla olması, mal farklılaştırma imkanlarının yüksek olması, batık veya geri alınamaz maliyetlerin (sunk cost) yüksek olması, ar-ge ihtiyacının yüksek olması, firmaların spesifik aktivitelerinin yüksek olması ve zamanla aşınması, giriş için birden fazla alana giriş (dikey entegrasyon) gerekliliği, dönüşüm veya faaliyet değiştirme maliyetlerinin (switching cost) yüksek olması, girişteki belirsizlik ve risklerin yüksek olması, enformasyon yetersizliği ve asimetrik enformasyonun varlığı, hükümetlerin ve diğer örgütlerin yarattıkları yasal, idari ve finansal engellerdir.

Shepherd'in tanımladığı içsel giriş engeli ise ; misillemeler ve caydırıcı önlemler (fiyat kırma, reklam atağı, yeni ürün atağı gibi), aşırı kapasite yaratma, tanıtım ve pazarlama harcamalarının ürün farklılaştırmasını güçlendirecek şekilde artırılması, esnekliğe dayalı fiyat ve mal farklılaştırması yoluyla pazar segmentasyonunu (bölümlemesi) derinleştirmek ve piyasadaki bütün boşlukları doldurmak, patentler yoluyla girişleri engellemek, stratejik, doğal ve beşeri kaynakları kontrol altında tutmak, potansiyel rakiplerin giriş maliyetlerini azaltacak yöntemlere başvurmak, aşırı ürün farklılaştırması ve markalaştırma yoluyla ürün çeşitlemesi alanındaki boşlukları tamamen kapatmak, rekabet koşulları konusunda aşırı ketum davranarak gizliliği sağlamak ve rakipleri bilgisiz bırakmaktır.

Bu konudaki bir diğerk ayırım da Karakaya ve Stahl (1951) tarafından yapılmıştır. Karakaya ve Stahl tarafından yapılan çalışmada giriş engelleri iki farklı şekilde incelenmiştir.

Rakipler tarafından oluşturulmuş veya kontrol edilebilir giriş engelleri; yerleşik firmanın ölçek ekonomisi dolayısıyla maliyet avantajları, yerleşik firmanın tecrübe yada öğrenme yetenekleri dolayısıyla maliyet avantajları, yerleşik firmanın mutlak maliyet avantajı, yerleşik firmanın üretim süreci, ürün farklılaştırma ve müşteri bağımlılığı, müşteri değıştirme maliyeti, dağıtım kanallarına sahip olma, yerleşik firmanın yoğun reklamı, ar-ge imkanları, fiyat, rakibin ticari sırları, satış için harcamalar ve yerleşik firmanın patentli üretim teknolojisidir.

Çevresel veya kontrol edilemeyen giriş engelleri ise; pazara giriş için sermaye gereksinimleri, pazarın sermaye yoğunluğu, hükümetlerden alınması gereken izinler, hükümetin yerleşik firmaya desteğı, rakiplerin sayısı, teknoloji ve teknolojik değışim, yerleşik firmanın yüksek kar oranları, satıcıların yoğunluğu veya yerleşik firmanın pazar büyüklüğü, batık maliyet, pazara girişte yerleşik firma veya firmaların reaksiyonu, yerleşik firmanın hammaddelere ulaşımı ve stratejik hammaddelere sahip olmaktır. ABD’de yatay birleşme rehberinde giriş engelleri; yasal ve idari giriş engelleri, sermaye ihtiyacı, ölçek ekonomileri, fazla kapasite ve doğal tekeller, ürün farklılaştırma, reklam ve müşteri bağımlılığı, ürün çeşitlendirme, teknolojik ürünlerin piyasaya sunulması, dikey entegrasyon ve dağıtım kanalları ve piyasaya girebilme süresidir.

Stiglitz’e göre (1996:348-349); monopol durumu hariç, eğer bir piyasada karlılık varsa bu diğerk rakipleri de o piyasaya çeker. Ancak bazı engeller rakiplerin piyasaya girişini engeller. Bu engellerin başlıcaları; hükümet politikaları, zorunlu bir unsurun tek firmanın elinde olması, bilgi, ölçek ekonomileri ve pazar stratejileridir.

Yukarıdaki giriş engelleri sınıflandırması büyük ölçüde Bain’in ortaya koymuş olduğı engellere yenilerinin eklenmesiyle oluşturulan engellerdir. Bu konudaki son sınıflandırma da yine Bain’e ait olan ve aynı gelenekten (Harvard) gelen Porter’ın stratejik yönetim yaklaşımı açısından yaptığı sınıflandırmadır. Porter (1980), *Rekabet Stratejisi* adlı çalışmasında bir sektöre girecek olan firmanın karşılaşabileceğı rekabet yoğunluğuyla ilgili olarak beş faktörden bahseder. Bunlar; mevcut rekabetin seviyesi (sanayideki mevcut rakipler ve rekabetin yoğunluğu), alıcılar ve alıcıların pazarlık gücü, satıcılar ve satıcıların pazarlık gücü, muhtemel rakiplerin pazara girme tehdidi ve ikame

malların özellikleridir. Muhtemel rakiplerin pazara giriş tehditleri ise, sektöre yeni girecek firmanın mevcut rakiplerinden bekleyebileceği tepkiyle ilişkilendirilmiş, mevcut giriş engellerine bağlıdır. Eğer engeller yüksekse ve/veya sektöre girecek firma, sipere yatmış olan rakiplerden yoğun misillemeler bekliyorsa, giriş tehdidi düşük olur. Yani potansiyel firma piyasaya girmekten vazgeçer. Bir firmayı ilgili piyasaya girmekten vazgeçirecek unsurları ise, Porter; ölçek ekonomileri, ürün farklılaştırma, sermaye gereksinimi, müşteri değiştirme maliyeti, dağıtım kanallarına hakim olma ve hükümet politikaları, olarak belirtmiştir (Barca, 2003:36).

Bu beş rekabet gücünün her birisi sektördeki rekabeti ve karlılığı belirler. Rekabetin yoğun olduğu piyasalarda yatırılmış sermayenin getirisi sürekli olarak aşağıya çekilir. Yani tam rekabet piyasası özelliklerine yaklaşılacak piyasalarda karlılık uzun vadede yatırımcıyı tatmin edecek düzeyde değildir. O nedenle firmalar karlarını maksimumlaştırmak için, yukarıda belirtilen rekabet şartlarından biri ya da birkaçının eksik olduğu piyasaları tercih etmeli veya kendileri bu tür piyasalar oluşturmalıdırlar. Ancak firmaların rekabet sürecini kendi lehlerine çevirmelerine yönelik stratejileri rekabet politikalarıyla çatışabilmektedir (Barca, 2004). Bu nedenle stratejik yönetimin giriş engellerine yaklaşımı ve Rekabet Hukuku'yla ilişkisi bir sonraki bölümde ayrıntılı olarak incelenecektir.

2.2. İktisat Okullarının Rekabet Sürecine Yaklaşımları

ABD'de Rekabet Hukuku'nun (antitröst) uygulanma sürecinde önemli katkıları olan iki iktisat okulu Harvard ve Chicago bu yönüyle özel bir incelemeyi hak etmektedirler. Her ne kadar ülkemiz rekabet hukuk sistemi ABD hukuk sisteminden farklı ise de, Rekabet Hukuku'nun uygulanması sürecinde Harvard ve Chicago Okulu ekonomistlerinin ortaya koyduğu ekonomik analizler, hem AB ve hem de ülkemizde önemli referans kaynakları olarak değerlendirilmektedir. Çalışmada önce piyasaların rekabet teorileri açısından analiz edilmesinde hangi disiplinlerin daha uygun olduğu tartışmaları incelenecek daha sonra ise, okulların piyasaların işleyişindeki yaklaşımları ele alınacaktır.

Türkkan (2001:10), rekabet teorisinin üç önemli kaynağı olduğunu iddia eder. Bunlar mikro iktisat teorisi, endüstri iktisadı ve işletme iktisadıdır. Kamunun rekabete yönelik çeşitli düzenlemeleri nedeniyle endüstri iktisadı özellikle Rekabet Hukuku ile ve kamu

ekonomisi ile de yakından ilişkilidir. Endüstri iktisadı daha yakın bir tarihte gelişmekle birlikte, rekabet teorisine ve pratiğine en yakın olan; hatta bir anlamda rekabet teorisinin kendisi sayılabilecek bir bilim dalıdır. Aşağıda rekabet teorisine katkıları olan üç yaklaşım da ele alınarak incelenmiştir. Çalışmamızla daha yakından ilgili olması dolayısıyla endüstri iktisadına daha fazla ağırlık verilmiştir.

Mikroiktisat teorisinde esas olarak, endüstride mevcut olan firmalar arasındaki rekabet vurgulanmaktadır. Ancak, halen endüstride mevcut olmayan ve endüstriye giriş yapması beklenen firmalarla endüstride mevcut firmalar arasındaki rekabet de firma kararları, davranışları ve performans üzerinde etkili olur (Davut, 2002:123). Endüstriye giriş koşulları açısından geleneksel mikroiktisat teorisinde açıklıkla ele alınan durum, endüstriye giriş-çıkışın serbest olduğu durumdur. Tam rekabette, firma girişi sınırlandırılmamıştır ve endüstrinin uzun dönem dengesi, endüstriye firma giriş çıkışlarının sona ermiş olması demektir. Endüstrinin uzun dönem dengesi sağlandığında, endüstrideki her firma normal karla çalışmaktadır ve her firma için denge üretim miktarı, uzun dönem ortalama maliyet eğrisinin minimum noktasına karşı gelmektedir. Endüstriye giriş engelleri durumunun ise, geleneksel mikroiktisat teorisinde bu açıklıkla ele alınmadığı görülmektedir (A.g.e.,:123).

Waldman ve Jensen'e göre, (1998:2) mikroiktisat teorisinin temel çalışma alanları, tam rekabet ve monopol piyasalarında tüketicilerin, üreticilerin ve hükümetlerin ilişkilerini ele almaktadır. Buna monopolcü rekabet ve oligopol piyasalarını da dahil etmek mümkündür.

Yukarıda da ifade edildiği üzere mikroiktisat, piyasada mevcut oyuncular arasındaki olay ve ilişkileri tam rekabet veya monopol piyasası özellikleri açısından incelemektedir. Bu çalışmamızda sadece piyasadaki rekabet değil, piyasa dışındaki (potansiyel) rekabet de önemli yer tuttuğundan, mikroiktisat teorisi bu açıdan yetersiz kalmaktadır.

İşletme iktisadı da gerek firma teorisine ve gerekse rekabet teorisinin gelişmesinde önemli bir rol oynamıştır. Türkkan'a göre (2001:15); İşletme iktisadının soyutlama düzeyi, endüstri iktisadından daha da düşüktür. Bu nedenle işletme iktisadının firma teorisine ve rekabet teorisine katkıları, ortak bir kavramsal ve metodolojik temele dayanmamaktadır. Bununla birlikte, fırsat-tehdit değerlendirmesine dayalı stratejik

analizin firma teorisine uygulanmasında, işletme iktisadının önemli katkıları olmuştur. Ayrıca organizasyon teorisi, firma içi tehdit ve fırsatların analizinde hem teorik; hem de ampirik bazda endüstri iktisadına önemli bir altyapı sağlamıştır.

Endüstri iktisadı; gerçek hayatta endüstri sektöründe firma davranışlarını, firma stratejilerini, devletin rekabet politikalarını ve geniş anlamda rekabet olgusunu inceleyen bir bilim dalıdır. Koch, endüstri iktisadını; piyasadaki alıcı ve satıcıların örgütlenme yapısı ve davranışlarının ekonomik performans ve refah üzerindeki etkilerini teorik ve ampirik açıdan inceleyen iktisat dalı olarak tanımlamaktadır (Koch, 1980:1). Needham, endüstri iktisadının, endüstri yapısı ile firma davranışları arasındaki ilişkileri ve firma davranışlarının performans üzerindeki etkilerini incelediğini belirtmektedir (Needham, 1978:1).

Bu bilim dalının incelenmesi, dar anlamda piyasaya giriş engellerine geniş anlamda ise, piyasalardaki rekabetin daha iyi anlaşılması açısından yararlı olacaktır. Endüstri İktisadı'nın çalışma alanlarıyla benzerlik gösteren bir diğer bilim dalı da Endüstriyel Organizasyon (Industrial Organization) bilim dalıdır. Endüstriyel Organizasyon, piyasaların mevcut örgütleniş biçimlerinin nasıl ortaya çıktığını ve bu örgütleniş biçiminin piyasaların işleyişini nasıl etkilediğini ortaya koyan bilim dalıdır. Ferguson'a; göre Sanayi iktisadı ile Endüstriyel Organizasyon kavramları birbirlerinden tamamen farklı kavramlar olmayıp, esasen birbirlerinin benzerleridir (Ferguson ve Ferguson, 1994:1).

Endüstri İktisadının gelişiminde iki farklı yaklaşım hakim olmuştur. Bunlardan birincisi, endüstri iktisadında "Amerikan triptiği" olarak adlandırılan "yapı-davranış-performans" ilişkisine dayandırılan yaklaşımdır. Bu yaklaşım 1940-1970 arasında Amerikan endüstri ekonomisi ve Rekabet Hukuku uygulayıcıları üzerinde önemli bir rol oynamıştır. Bu yaklaşıma Klasik veya Harvard Okulu yaklaşımı da denmektedir. Bu okulun temel tezi, piyasaların tam rekabet düzeyine ulaşmasını engelleyen davranış ve yapıların tespit edilerek bunların cezalandırılması veya engellenmesi şeklindedir. Bu konudaki ikinci yaklaşım, 1970'lerden sonra etkinlik kazanan ve piyasaların işleyişinde devletin rolünün en aza indirilmesi yönündeki görüşleriyle tanınan Chicago Okulu'nun görüşleridir.

Endüstri iktisadının gelişiminde önemli katkıları olan bu iki okul aşağıda daha ayrıntılı olarak incelenecektir.

2.2.1. Harvard Okulu'nun Rekabet Sürecine Yaklaşımı

Yapısalcı Okul'un temelleri, 1930-1940 yılları arasında Harvard Üniversitesi'nde bulunan iktisatçıların çalışmalarına ve özellikle de Mason'un çalışmalarına dayanmaktadır. Bu çalışmalarda belli pazar yapılarında ortaya çıkabilecek anti-rekabetçi davranışlar belirlenmeye çalışılmıştır (Hovenkamp, 1999:42). Yöntem olarak da teorik modeller yerine Amerikan endüstrisi üzerine yapılan ampirik çalışmalar kullanılmıştır (Jones ve Sufrin, 2001:20). Bu çerçevede ilk çalışmaları yapan Mason, firmaların gerçekleştirmesi gereken performanslarıyla mevcut davranış ve yapılarından doğan performansları arasında mukayese yaparak sonuca ulaşma yöntemini benimsemiştir (Mason, 1949). Daha sonra Bain, Caves ve Scherer gibi iktisatçılar bu yaklaşımı daha da geliştiren çalışmalar yapmışlardır.

Yapısalcı Okul'un belirlediği temel yaklaşım, bir pazarın iktisadi analizinin ancak yapı-davranış-performans (structure-conduct-performance) arasındaki ilişkiye dayanılarak ortaya konulabileceğidir (Viscusi ve diğ., 1998:58). Yapısalcı Okul'un ortaya koyduğu bu yaklaşım, özellikle 1940-1970 yılları arasında Amerikan endüstri iktisadı literatüründe tayin edici rol oynamıştır.

Yapı-davranış- performans ile neyin kastedildiğinin ortaya konulması, bu ilişkilerin daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacaktır.

Yapı kavramıyla kastedilen pazarın yapısıdır. Pazardaki rekabet ve fiyatlama üzerinde stratejik etki gösteren örgütlenme özelliklerini belirtmek üzere kullanılmaktadır. Pazar yapısı unsurları olarak, alıcılar ve firmalar açısından yoğunlaşma derecesi, ürün farklılaştırma derecesi ve pazara giriş koşulları gösterilebilir. Pazar yapısının, temel arz ve talep koşullarına bağlı olduğu kabul edilmektedir. Temel arz ve talep koşulları ise, ürünün dayanıklılığı, hammaddelerin sahipliği ve coğrafi yeri, teknoloji, arz esnekliği, talep esnekliği, pazarın büyüme eğilimi ve dönemsel dalgalanmalar açısından özellikleri gibi unsurlardır (Mueller, 1997b:15; Estrin ve Holmes, 1998:136; Preston, 1977:34). Pazar yapısıyla karlılık arasında bir ilişki olup olmadığıyla ilgili yapılan çeşitli ampirik çalışmalarda farklı sonuçlar ortaya çıkmıştır. Bain yaptığı çalışmada (1951), pazardaki yoğunluk ile karlılık arasında pozitif bir ilişki olduğunu, yine pazara girişlerin engellenmesiyle de karlılık arasında pozitif ilişki olduğunu ifade etmektedir. Ferguson

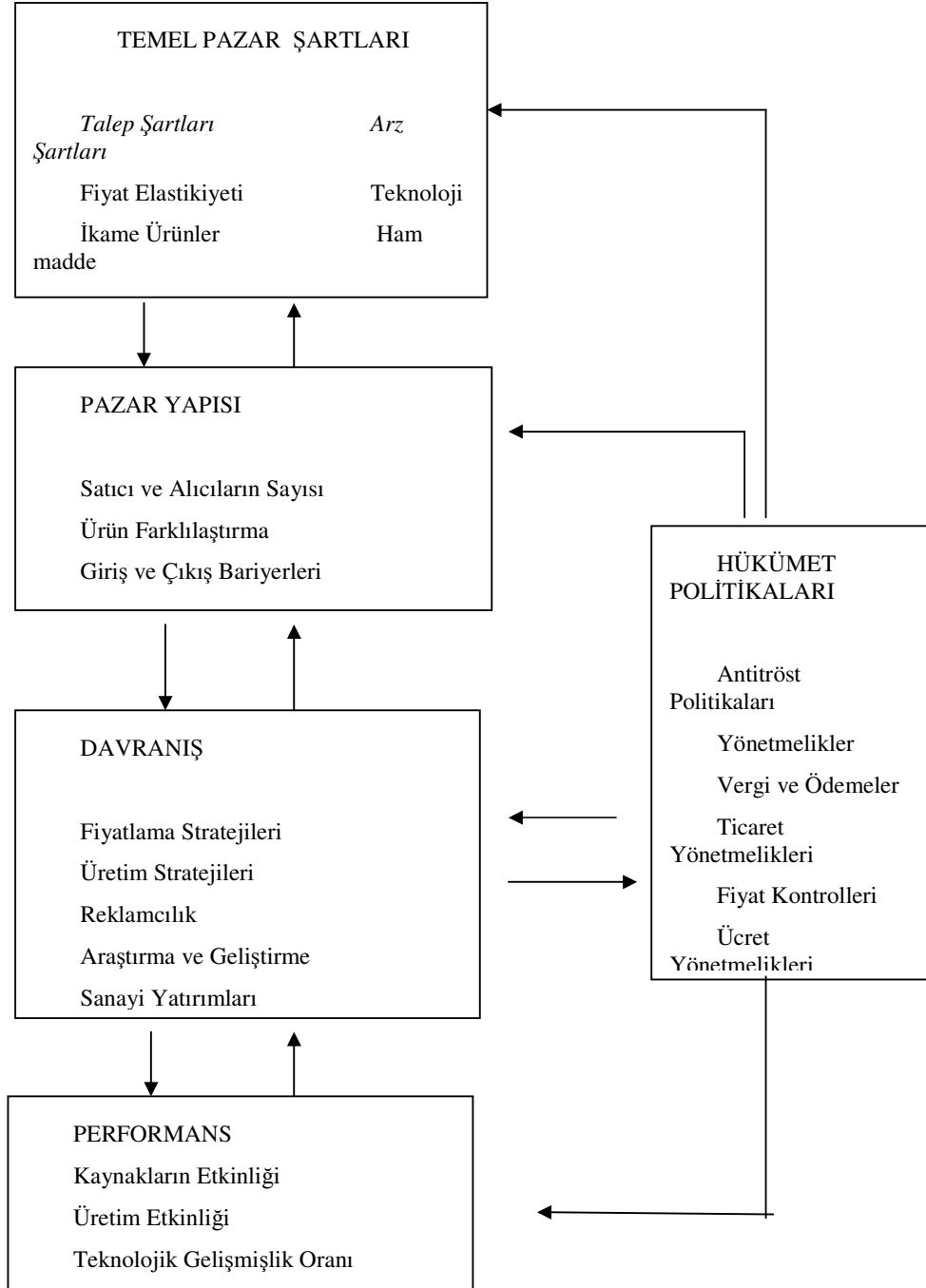
(1994) ise, farklı tarihlerde farklı ekonomistlerce yapılan ampirik çalışmalarda pazar yapısıyla karlılık arasında her zaman bir doğru orantının olmadığını ifade etmektedir.

Pazar davranışı ise; pazardaki alıcı ve satıcıların ve pazara girmesi olası firmaların, kontrol alanlarına giren değişkenlerin seçiminde takip ettikleri davranışsal kurallar olarak tanımlanmaktadır. Pazar davranışlarının başlıca unsurlarına örnek olarak, fiyat ve üretim miktarını belirlemede kullanılan yöntemler ve takip edilen amaçlar, ürün farklılaştırması ve satış artırma politikalarının özellikleri, rakip firmaların fiyat, ürün gibi konulardaki politikaları arasındaki ilişkiler verilebilir (Ferguson ve Ferguson, 1994:15).

Pazar performansı; pazar davranışları sonucunda ulaşılan sonuçlar bütününe belirtmek üzere kullanılmaktadır (Singleton, 1986:4). İktisatçılar pazar performansını değerlendirirken tam rekabet piyasası tanımına yüzde yüz uyan piyasaların gerçek hayatta bulunmaması nedeniyle, en iyi performansı gösteren ve gerçekleştirilecek nitelikte olan işleyebilir rekabet (workable competition) kavramını kullanmaktadırlar. Bu çerçevede, işlerliği olan pazar performansı da firmaların faaliyette buldukları pazarlara sağladıkları uyumun ideal duruma makul ölçüde yaklaşması veya ideal durumdan önemli sayılacak derecede uzaklaşmaması olarak tanımlanmaktadır.

Yapı-davranış-performans arasındaki ilişki şekil 2'de genel olarak ifade edilmiştir. Pazar yapısı firma davranışlarını belirlemekte, firma davranışları da ekonomik performansı etkilemektedir (Norman ve Manna, 1992:1). Yapı-davranış-performans arasında öngörülen bu etki zinciri ise, şu şekilde işlemektedir: Firmanın karar alanına giren değişkenlerin hasılat ve maliyet üzerindeki etkileri, alıcıların ve diğer pazardaki diğer rakiplerin davranışlarına bağlı olacaktır. Dolayısıyla firma kararlarını alırken müşterilerin ve rakiplerinin davranışları etkileyen unsurları bir sınırlama olarak kabul edecektir. Bu sınırlamanın firma tarafından algılanış şekli de karar değişkenlerinin değerleri etkileyecektir. Pazar yapısı unsurları, söz konusu sınırlamanın firma tarafından algılanışını etkileyerek alınan kararların performansı üzerinde etki gösterecektir.

Şekil 2: Yapı-Davranış- Performans Paradigması



Kaynak: Carlton ve Perloff (1990:4)

Bu çerçeve içinde belirleyici unsur pazar yapısıdır. Nitekim, endüstri iktisadında tüm dikkatler pazar yapısını belirleyen yoğunlaşma oranlarına, giriş engellerine ve ürün farklılaştırması gibi konular üzerine yönelmiş ve pazar yapılarının pazar performansı ile

olan ilişkilerini araştıran çalışmalar yapılmıştır (Vives, 1999:143). Bu çerçevede, Yapısalıcı Okul'un önde gelen temsilcilerinden Bain, 1950'lerde yapmış olduğu çalışmalardan, yoğunlaşma oranlarının ve giriş engellerinin yüksek olduğu pazarlardaki kar oranlarının, yoğunlaşma oranlarının ve giriş engellerinin düşük olduğu diğer pazarlardaki kar oranlarına göre daha yüksek olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Diğer taraftan Yapısalıcı Okul'un yapı-davranış-performansa dayalı yaklaşımı, Rekabet Hukuku alanında da yankı bulmuştur. Bilhassa 1970'li yılların sonuna kadar ABD Rekabet Hukuku'nda başat görüş olmuştur. Bu çerçevede ele alınan temel soru, hangi pazar yapılarında rekabetin ortadan kalktığı, hangi pazar yapılarında güçlendiği olmuştur. Yapılan ampirik çalışmaların, yoğunlaşmaların yüksek olduğu pazar yapılarındaki performans düzeyinin, tam rekabet piyasası performans düzeyinden düşük olduğunu göstermesi nedeniyle, rekabet otoriteleri, yoğunlaşmalar yoluyla pazar yapısında meydana gelebilecek değişmelere izin vermeme, şayet pazar yapısı rekabete elverişli değilse, firma davranışlarını gözetleyerek bu davranışların hakim gücün kötüye kullanımı biçimine dönüşmesini engelleme politikası izlemişlerdir (Çoban, 2003:17).

1970'li yılların sonuna doğru yapı-davranış-performans yaklaşımına eleştiriler başlamıştır. Yapılan eleştiriler iki noktada yoğunlaşmıştır. Birincisi, Chicago Okulu temsilcilerinden Demsetz'in üstün etkinlik hipotezine (superior efficiency hypothesis) dayalı, yoğunlaşmanın yüksek olduğu pazarlardaki kar oranlarının yüksek olmasının nedenini, o pazardaki işbirliğinden çok, üstün etkinliğe bağlayan görüşten gelmiştir. Üstün etkinlik hipotezine göre, yüksek pazar paylarının nedeni, firmaların üstün etkinliklerinin sonucudur. Yapılan ikinci eleştiri, yoğunlaşma oranları ile kar arasında doğrusal bir ilişki bulunmadığı hususundadır. Gerçekten yapılan ampirik çalışmalar, pazar yoğunlaşması ile kar oranları arasındaki ilişkinin çok zayıf olduğunu göstermiştir (Viscusi ve diğ., 1998:152).

Her ne kadar Yapısalıcı Okul önemli eleştirilere uğrasa da Hovenkamp (1999:45)'a göre, yapısal analize dayanmayan bir Rekabet Hukuku mümkün görünmemektedir. Gerçekten de gerek yoğunlaşmaların kontrolü, gerekse de pazar gücünün kötüye kullanılması davalarında yoğunlaşma oranları, pazara giriş koşulları gibi yapısal unsurların değerlendirilmesinde hala önemli bir yere sahiptir.

2.2.2. Chicago Okulu'nun Rekabet Sürecine Yaklaşımı

1970'li yıllarda Chicago Üniversitesi'nin iktisat ve hukuk fakültelerinde bulunan iktisatçı ve hukukçuların devletin rolünü en aza indirmek konusunda ortaya attıkları görüşler ile firma ve piyasa teorilerindeki yeni gelişmeler ışığında endüstri iktisadında yeni bir akım başlamıştır. Chicago Okulu olarak bilinen bu yeni yaklaşım içinde, Robert H. Bork, Ward S. Bowman, Harold Demsetz, John S. McGee, Stanley I. Ornstein, Sam Peltzman, Richard A. Posner, George J. Stigler ve Lester G. Telser gibi isimler yer almaktadır (Hildebrand, 1998:169).

Bu yaklaşım, bir yandan endüstriyel organizasyonun en etkin biçimlerini (en yüksek performans sağlayan yapılanmayı) araştırırken, diğer yandan da devletin rekabet sürecindeki rolünün ne olması gerektiğini sorgulamıştır (Türkkan, 2001: 11; Aron ve diğ., 1997:1).

Chicago Okulu'nun en belirgin özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Schmidt ve Rittaler, 1989: xiii; Review Group, 1999:15-16):

1. Devlet müdahalesi olmaksızın piyasa kendi dinamikleri çerçevesinde en uygun çözümü üretir.
2. Devletin piyasa mekanizmasına etki edecek yasal düzenlemeleri mümkün olduğunca alt düzeyde kalmalıdır.
3. Büyük firmaların ortaya çıkmasına neden olacak girişimciliğe hoşgörülü, liberal bir yaklaşım sergilenmelidir.
4. Rekabet Kanunu'nda ifade edilen kamu politikasının tek hedefi iktisadi etkinliktir.
5. Piyasa faaliyetlerine uygulanan per se (doğrudan) yasaklar engellenmelidir.

Bu özelliklerden de anlaşılacağı üzere, Chicago Okulu serbest piyasa ekonomisine tam bir güven duymakta ve devletin ekonomiye müdahalesine kuşkuyla bakmaktadır.

Chicago Okulu, Yapısalcı Okul'un kullandığı yapı-davranış-performans yaklaşımına önemli eleştiriler getirmiştir. G. J. Stigler ve H. Demsetz gibi iktisatçılar aynı ya da

yeni verileri ancak farklı teknikler kullanarak ampirik yapı-davranış-performans çalışmalarını incelemiş ve eleştirmişlerdir (Singleton, 1986:43-53). Giriş engelleri, yoğunlaşma ve yüksek karlar arasındaki ilişkinin çok istikrarlı ve güçlü olmadığını; hatta bazen bu ilişkinin hiç var olmadığını farklı tekniklerle ortaya koymuşlardır. Chicago Okulu, artan yoğunlaşma oranı ile karlar arasında pozitif bir korelasyon olduğunu inkar etmez (Schmidt ve Rittaler, 1989:66); ancak bu okula göre, pazardaki yüksek karlara, yapısalcı okulun ileri sürdüğü gibi artan yoğunlaşmaların firmalar arasındaki işbirliğini artırması değil, firmalar arasındaki farklı etkinlik seviyeleri neden olmaktadır. Demsetz'in üstün etkinlik hipotezine (farklı etkinlik hipotezi) göre, firmalar arasındaki farklı etkinlik seviyeleri, etkin olmayan firmaların pazarı terk etmesine yol açarak pazardaki yoğunlaşmaları artırmakta ve artan yoğunlaşma oranları da yüksek karları ortaya çıkarmaktadır²⁷.

Sonuç olarak Chicago Okulu, yüksek giriş engelleri ve karlılık arasındaki nedensel bir ilişkinin olmadığı, bunun yerine firmalar arasında farklı etkinlik seviyelerinin bulunması sonucu ortaya çıkan yoğunlaşma ile yüksek karlar arasında bir ilişki olduğunu ileri sürmüştür.

Chicago Okulu, rekabet politikasına da yeni bir iktisadi ve hukuki yaklaşım getirmiştir. Özellikle, 1980'li yıllarda ABD rekabet politikasında egemen görüş olmuştur. Bu dönemde hazırlanan 1982-1984 Birleşme Rehberi ve 1985 Dikey Kısıtlamalar Rehberi, Chicago Okulu etkisinin belirgin olduğu rehberlerdir (Schmidt ve Rittaler, 1989: xi).

Chicago Okulu'nun genel olarak rekabet politikası, özel olarak da yoğunlaşmalar hakkındaki görüşleri şu şekilde özetlenebilir (Schmidt ve Rittaler, 1989:1-119; Hovenkamp, 1999: 60-62; Jones ve Sufrin, 2001: 21-26):

-İktisadi etkinlik, rekabet politikasının tek amacı olmalıdır. İktisadi etkinlik, *üretim etkinliği* (productive efficiency) ve *tahsis etkinliğinden* (allocative efficiency) oluşur. Bazen üretim etkinliğini artıran, örneğin firmaya ölçek ekonomisi avantajı sağlayarak pazarda büyük bir pazar payına ulaşmasına izin verecek yeni bir tesisin inşası veya büyük ölçekli bir devralma, firmaya aynı zamanda monopol fiyatlandırma fırsatı da verebileceğinden, tahsis etkinliği azalabilir. Böyle bir durumda, rekabet politikaları net

²⁷ Bu konuda yapılan ampirik çalışmalar, büyük ölçüde Chicago Okulu'nun tezini destekler niteliktedir (Viscusi ve diğ., 1998 :152).

etkinlik kazancını dikkate almalıdır. R. Bork bu konuda; rekabetin vereceği sonuçlar elde edildiği sürece toplum açısından bu sonuçlara rekabet yoluyla mı, yoksa monopol yoluyla mı ulaşılabileceğinin o kadar önemli olmadığını söylemektedir (Bork, 1978).

-Yüksek yoğunlaşma oranlarına sahip pazarlar, rekabetçi bir şekilde işleyebilir. Hatta pazarda tek bir firma olsa bile pazar rekabetçi olabilir. Çünkü pazarda firmanın kendi kendini regüle etmesini sağlayan bir mekanizma vardır. Bu mekanizma potansiyel rekabet baskısıdır. Yani firma, yüksek karların pazara yeni girişleri teşvik edeceğini bilir ve monopolcü davranışlar içine girmekten kaçınır. Bu bakımdan artan yoğunlaşmalara ön yargılı yaklaşıma gerek yoktur.

-Pazarda potansiyel rekabetin işlenmesi önünde en önemli engel, devlet müdahaleleridir.

Chicago Okulu'nun yukarıda özetlenen rekabet politikaları hakkındaki görüşleri bazı yönlerden eleştirilmiştir (Fox ve Sullivan, 1987:956). Bu eleştirilerin başında, hangi davranışların etkinliğe yol açtığı, hangilerinin açmadığı hususunda iktisatçılar arasında tam bir uzlaşmanın bulunmadığı gelmektedir. Diğer yandan, Chicago Okulu'nun serbest piyasa ekonomisine duyduğu aşırı güven de eleştirilmektedir.

Harvard ve Chicago Okullarının piyasaların işleyiş sürecine değindikten sonra bu okulların giriş engelleri yaklaşımını inceleyebiliriz. Ancak öncelikle giriş engeli kavramının ve bu kavramın rekabet teorileri açısından neden önemli olduğu ortaya konmalıdır.

2.3. İktisat Okullarının Giriş Engellerine Yaklaşımları

İktisat okullarının piyasalardaki rekabet sürecine yaklaşımlarının farklılığı, piyasaların işleyişinde rekabet aksaklıkları yaratan unsurlar üzerinde de görülmektedir. Aşağıda iki okulun piyasaya giriş engeliyle ilgili görüşleri incelenmiştir.

2.3.1. Harvard Okulu'nun Giriş Engellerine Yaklaşımı

Daha önce de ifade edildiği üzere, Endüstriyel Organizasyon disiplininde Harvard Okulu olarak anılan ve piyasa giriş engelleri konusunda Bain'in başını çektiği Okul, 1940'lı ve 1950'li yıllarda ABD'de yaygın anti-tröst düşünce olarak gelişmiştir.

Yıllardan beri nelerin giriş engeli, nelerin giriş engeli olmadığı tartışıla gelmekle birlikte, problemin genel bir çözümüne henüz ulaşamamıştır. Ancak giriş engellerini, fiyatları birim maliyetin üzerine çıkarabilme kabiliyeti ile ilişkilendiren Bain'in yaklaşımı genel kabul gören bir yaklaşımdır. Bain, piyasaya yeni giren teşebbüsün kurulu teşebbüse göre dezavantajlı olduğuna gönderme yaparak, giriş engellerini, endüstride mevcut firmalara kıyasla endüstriye yeni girecek firmaların dezavantajlı durumda olmasına yol açan unsurlar olarak tanımlamaktadır (Bain, 1956:3).

Bain ile aynı gelenekten gelen Gilbert de giriş engellerini, mevcut firmalara endüstride daha önceden bulunmaktan kaynaklanan bir rant sağlayan unsurlar olarak ifade etmektedir (OFT, 1994 :5).

Bain'in bu tanımlaması aşağıda açıklanacak olan Stigler'in yaklaşımından farklı olarak ölçek ekonomilerini de bir giriş engeli olarak görmektedir. Çünkü Stigler, kurulu ve yeni firmanın benzer maliyetlere katlanmak durumunda olduklarından, ölçek ekonomilerini giriş engeli olarak kabul etmemektedir. Giriş engellerinin etki temelli yöntemlerle tanımlanması, Bain'in zımni olarak piyasa davranışını, piyasa şartları gibi kavramın tanımlamasında bulundurması, diğerlerine göre (Demsetz, 1982; Stigler, 1968) tanımlamayı farklı kılmaktadır. Bain'in tanımlaması, giriş engelleri üzerine yapılan üretken araştırmalara kaynaklık etmiş 'yapı' ve 'davranış' arasında önemli bağımsızlık konularını ortaya koymaktadır. Aynı zamanda bu tanım, ilke olarak piyasa davranışından bağımsız olan Demsetz ve Stigler'in tanımlamalarına da aykırılıklar taşımaktadır (Clarke, 1985:71).

Harvard Okulu temsilcileri giriş engelleri, piyasa gücü ve bunun kötüye kullanılması hususunda, ölçek ekonomilerini ve sermaye ihtiyacını da kapsayacak türde bir çok unsuru kabul etme eğilimindedirler.

2.3.1. Chicago Okulu'nun Giriş Engellerine Yaklaşımı

Chicago Okulu'nun giriş engellerine yaklaşımı, daha öncede vurgulandığı gibi, Demsetz, Brozen, Stigler, Bork, Posner gibi iktisatçıların görüşlerine dayanmaktadır.

Demsetz ve Brozen; giriş engellerini, devlet müdahalesi kaynaklı giriş engelleri ile sınırlandırmaktadır. Bu yaklaşım kaynağını Klasik iktisattan almaktadır ve kökleri özellikle A.Smith'in çalışmasına kadar uzanmaktadır. Bu tanıma göre gümrük tarifeleri,

giriş engellerine açık bir örnektir ve yabancı üreticilerin yurtiçi piyasalarda faaliyet gösterme yeteneklerini kısıtlamaktadır. Demsetz'in tartıştığı diğer bir giriş engeli ise, üretim maliyetlerini artıran veya pazarı sınırlayıcı nitelikte kamu otoriteleri düzenlemeleridir. Buna örnek olarak bir şehirdeki taksi işletmecileri gösterilebilir. Taksi işletme ruhsatlarına sınırlama getirilirse, bu ciddi bir giriş engeli teşkil eder. İşletme sayısı sınırlanmasa bile bu izinlerden alınan ücretlerin suni olarak artırılması dahi çok ciddi olmasa bile giriş engeli teşkil eder. Demsetz'e göre devlet müdahaleleri sonucu maliyet artışları, pazarın doğal gelişmesinde ortaya çıkan maliyet artışlarından farklı olarak girişleri kısıtlar ve engeller (Singleton, 1986:43-57).

Bu tür radikal bir yaklaşım, giriş engellerinin sadece hükümet müdahalelerinden kaynaklanabileceğini; çünkü girişleri engellemek için yasal güce sadece hükümetin sahip olduğunu belirtmektedir. Bu yaklaşım Klasik iktisadi yaklaşım mantığına paralellik arz etmektedir. Serbest rekabetin ya da piyasa ekonomisinin çalışmaması sadece hükümet müdahalelerinden kaynaklanabilir. Bu yaklaşım, piyasa ekonomisine ya da serbest rekabet ekonomisine olan inancı temsil etmekle birlikte, hükümet müdahalesi olmadan piyasa gücünün olacağını ihmal etmektedir.

Giriş engellerine ilişkin diğer bir yaklaşım, okulun diğer temsilcisi Stigler tarafından sunulmaktadır. Bu yaklaşımda, piyasada mevcut firma ile piyasaya yeni girecek firma arasındaki talep ve maliyet koşullarındaki asimetri üzerine odaklanılmaktadır. Stigler giriş engellerini; "bir endüstriye girmek isteyen teşebbüsün katlanmak zorunda olduğu; ancak o piyasada hal ve hazırda faaliyet gösteren teşebbüsün karşılaşmadığı mevcut üretim maliyetleri" olarak tanımlamaktadır (Stigler, 1968:7). Bu tanıma göre; kurulu firmanın potansiyel firmaya göre üretimin her aşamasındaki ya da bir aşamasındaki herhangi bir maliyet avantajı, giriş engeli olarak ele alınmakta ve uzun dönem monopol rantının potansiyel kaynağı olarak gösterilmektedir. Bununla birlikte kurulu firma ve potansiyel firma, eğer aynı talep ve maliyet koşulları ile karşılaşlıyorsa, Stigler; bunu, o pazara giriş engelleri yoktur, diye değerlendirmektedir.

Sonuç olarak Stigler, monopol rantını ortadan kaldırmayı engelleyen asimetric piyasa koşullarına vurgu yapma eğiliminde iken Demsetz, giriş serbestliği üzerinde yasal sınırlamalar üzerinde odaklanmaktadır.

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşıldığı üzere, Rekabet Hukuku uygulamalarında kullanılmak amacıyla, üzerinde anlaşılabilen bir giriş engeli tanımı konusunda görüş birliğine varılamamıştır..

2.4. Harvard ve Chicago Okullarının Karşılaştırılması

Harvard ve Chicago Okulları bağlayıcı anlaşmalar, dikey bütünleşmeler, sermayenin merkezileşmesi, girişlerin engellenmesi, piyasalara devlet müdahalesi gibi antitröst konularında görüşleri aşağıda tablo 4’de sunulmuştur.

Harvard Okulu’nun giriş engellerine yaklaşımı Bain’in 1956 yılındaki *Yeni Rekabet İçin Engeller* (Barriers to New Competition) adlı çalışmasında elde ettiği bulgulara dayanmaktadır. Daha önce de ifade edildiği üzere, Bain 1940-1950 yılları arasında ABD’de 20 imalat endüstrisini kapsayan çalışmasında dört temel giriş engeli saptamıştır. Bunlar;

- 1- Mutlak maliyet avantajları,
- 2- Ölçek ekonomileri,
- 3- Sermaye gereksinimi,
- 4- Ürün farklılaştırma.

Okulların giriş engellerine yaklaşımlarını karşılaştırırken bu dört faktör ile Chicago Okulu temsilcilerinden Demsetz’in ilave ettiği hükümet politikalarından kaynaklanan giriş engeli incelenecektir.

Tablo 4 : Harvard ve Chicago Okullarının Piyasaların İşleyişine Yaklaşımları²⁸

Unsurlar	Harvard Okulu	Chicago Okulu
Temsilciler	Edward S.Mason, Joe S.Bain, Richard E.Caves, Michael E.Porter, Donald Turner	A.Director, G.Stigler, H.Demsetz, R.Postner, R.Bork

²⁸ Bu tablonun hazırlanmasında, Kuntalp ve diğ, 2000; Aktaş, 2003; Barca, 2003; Yanık, 2002; Türkkan, 2001; Davut, 1994 adlı eserlerden yararlanılmıştır.

Sermayenin Yoğunlaşması	Sermayenin yüksek derecede merkezileşmesinin normal koşullarda rekabeti kısıtlayıcı tek taraflı pratiklere sebebiyet verdiğini iddia eder. Sermayenin merkezileşmesi gizli yada açık uyumlu eylemleri artırır. Ekonomik gücün az sayıda insana geçmesinin siyasi özgürlüğü tehdit edeceğini vurgular.	Sermayenin az sayıda özel elde merkezileşmesini iyi ve istenilebilir bir durum olarak görmektedir.
Giriş engelleri	Endüstride mevcut firmalara kıyasla endüstriye yeni girecek firmaların dezavantajlı durumda olmasına yol açan unsurlardır.	Bir endüstriye girmek isteyen teşebbüsün katlanmak zorunda olduğu; ancak o piyasada hal ve hazırda faaliyet gösteren teşebbüsün karşılaşmadığı mevcut üretim maliyetleridir.
Bağlayıcı Anlaşmalar	Üstün olanın iradesini kabul ettirmesi olarak algılar.	Bağlayıcı anlaşmaları, fiyatlandırma-fiyat farklılaştırması olarak algılar.
Dikey bütünleşmeler	Harvard Okulu'na göre, bir üretici sermayenin dolaşım evresinde kendine bir takım kaleler inşa eder, örn. üretici bir firma ürettiği ürünlerin dağıtımında da örgütlenirse, bu durum olası rakiplerin piyasaya girmesi önünde engel teşkil eder	Dikey bütünleşmeler rekabetin kısıtlanması sonucunu doğurmazlar. (Tekelci pozisyondaki üreticinin dağıtım alanında da yatırım yapması, ona diğer üreticiler karşısında üstünlük sağlamaz. Dağıtım ile üretim birbirini tamamlar)
Devletin Piyasalara Müdahalesi	Rekabet Hukuku'nun iktisatla bağlantısının artırılması gerektiğini savunurlar.	Üretimde verimlilik kamu refahını artırır. Bu nedenle verimliliğin başka bir değer gölgesinde geri plana itilmemesi gerekmektedir. İş dünyası kar arayışı içinde oldukça, piyasalar iyi işler ve piyasaya giriş çıkış kolay olur. Firmalar etkin ve verimlidir.

Burada ele alınan giriş engelleri, Harvard Okulu temsilcilerinden Porter (1980) tarafından da stratejik giriş engelleri arasında sayıldığından bu engeller daha ayrıntılı olarak bir sonraki bölümde ayrıca incelenecektir.

Mutlak maliyet avantajları; yerleşik firmanın yeni girecek firmaya göre üretimin her aşamasında daha düşük maliyetler sağlamasıdır (Barca, 2003: 89). Üretimin her aşamasında firmanın kendine özgü yöntemlerle (üstün üretim teknikleri, patent hakları,

Üretim faktörlerine erişim imkanları gibi) yeni girecek firmadan daha düşük maliyetlerle üretim yapması, her iki okul tarafından da giriş engeli sayılmaktadır.

Ölçek ekonomileri; dönem başına mutlak üretim hacmi arttıkça, bir ürünün maliyetinde (veya bir ürünün üretilmesi için gerekli olan operasyon ya da fonksiyonda) azalma olması demektir (Porter, 2000:8). Bain'e göre, piyasaya yeni girecek firma, yerleşik firmaya oranla daha yüksek üretim maliyetine katlanacağı için ölçek ekonomileri giriş engeli oluşturur. Chicago Okulu'na göre, yerleşik firmanın katlandđđı maliyetlere yeni girenlerin de katlanması bir giriş engeli yaratmaz.

Sermaye gereksinimi; bir firmanın piyasaya girebilmek için gereksinim duyduğu parasal kaynakları ifade eder. Harvard Okulu'na göre giriş engeli teşkil eden bu unsur, ilgili endüstriye girerken tüm firmalar için gerekli bir unsur olduğundan Chicago Okulu tarafından giriş engeli olarak görülmemiştir (Kuntalp ve diğ., 2000:45).

rn farklılaştırma; bu kavram ile ifade edilmek istenen, bir piyasada kurulu firmanın potansiyel firmaya göre, kendi ürünleri lehine tüketicici ya da kullanıcı tercihlerinden kaynaklanan avantajlara sahip olmasıdır (Yanık, 2003:26). Yeni giren firma için maliyet dezavantajı getireceğı için giriş engelidir. Chicago Okulu ise, tüketicici davranışlarını belirleyen Őeyin tüketicilerin ihtiyaçları doğrultusunda yaptıkları rasyonel seçimler olduğu, reklamların seçenekler hakkında bilgi vererek tüketicinin seçimlerinin rasyonelleşmesini sağladığı Şeklinde, reklamlara yaklaşmaktadır. Ancak genel eğilim, reklamların giriş engeli yaratmadđđı yönündedir.

Kamu politikaları; Chicago Okulu, hükümetler tarafından oluşturulan lisans, patent know-how gibi düzenlemeleri giriş engeli olarak kabul etmektedirler (Singleton, 1986:45). Bu aynı zamanda Harvard Okulu tarafından da kabul edilen engellerdendir.

Bain ve Stigler'in tanımları arasındaki seçim, uygulamada teoriden daha da önemli sonuçlar doğurmaktadır (Schmalensee, 1987:44). Bu durum pratikte önemlidir; zira tanımlar giriş engellerinin saptanmasında aranan delilleri ve bu delillerin değerlendirilmelerini köklü bir Şekilde farklılaştırmaktadır. Engellerin saptanmasında Stigler'in tarifinin ele alınması durumunda ortada bir engel bulmak bile oldukça zorlaşacaktır. Diğer yandan Bain'in tarifi hemen hemen her Şeyi bir engel haline getirmektedir.

Sonuç olarak, giriş engelleri konusunda iki okulun tanımları karşılaştırıldığında, Harvard Okulu, mevcut firmalara aşırı kar elde etme fırsatı veren pazar yapılarını; Chicago Okulu ise, mevcut firmalarla pazara yeni girecek firmalar arasında maliyet asimetrisi çıkartan unsurları ön plana almaktadır. Bu çerçevede Harvard Okulu'na göre giriş engeli sayılan bazı unsurlar, Chicago Okulu'na göre giriş engeli sayılmamaktadır (Ardıç, 2002:39). Örneğin; Bain kuruluş için gerekli fonların büyüklüğünü giriş engeli saymakta; Stigler ise, bu unsurun bir giriş engeli olmadığını belirtmektedir. Burada, mevcut firmaların da kuruluş aşamasında büyük fonları sağlamak zorunda olması, bu unsurun giriş engeli sayılmasına gerekçe olarak ileri sürülmektedir.

Sonuç

Bu bölümde öncelikle piyasalara giriş engelleri kavramına netlik kazandırılmaya çalışılmıştır. Daha önce ifade edildiği üzere, bu kavram 1887 yılında ortaya atılmış olmakla birlikte, iktisat okullarının piyasalardaki rekabet sürecini farklı algılamalarından dolayı, giriş engeli kavramı da bu kavram kargaşasından payını almıştır. Günümüzde dahi üzerinde uzlaşmış bir “giriş engeli” tanımı yoktur. Ancak temsil ettikleri okulların da görüşlerini yansıtacak şekilde iki tanım vermek gerekirse, Harvard Okulu geleneğinin öncülerinden Bain; giriş engellerini, “endüstride mevcut firmalara kıyasla endüstriye yeni girecek firmaların dezavantajlı durumda olmalarına yol açan unsurlar” şeklinde tanımlamıştır.

Chicago Okulu temsilcilerinden Stigler ise; giriş engellerini, “üretim hacmine bakılmaksızın (herhangi bir üretim hacminde veya her üretim hacminde) endüstriye yeni girecek firmanın katlanmak zorunda olduğu; fakat mevcut firmanın katlanmak zorunda olmadığı üretim maliyeti” şeklinde tanımlamıştır.

İki tanım karşılaştırıldığında, Harvard Okulu mevcut firmalara aşırı kar elde etme fırsatı veren pazar yapılarını; Chicago Okulu ise, mevcut firmalarla pazara yeni girecek firmalar arasında maliyet asimetrisi ortaya çıkaran unsurları ön plana çıkarmaktadır. Bu çerçevede Harvard Okulu'na göre giriş engeli sayılan bazı unsurlar, Chicago Okulu'na göre giriş engeli sayılmamaktadır.

Piyasaların işleyişiyle ilgili süreçlerle ilgili olarak Müftüoğlu'nun da ifade ettiği üzere, Endüstri iktisadında Klasik olarak kabul edilen “yapı-davranış-performans” üçlüsüne dayalı analiz yöntemine göre, piyasa yapısına bağlı olarak firma davranışları ve genel ekonomik performans ön plana çıkmaktadır. Piyasa yapısı firma davranışlarını belirlemede, firma davranışları da ekonomik performansı etkilemektedir. Bu çerçevede kamunun temel görevi, piyasa yapısında rekabeti engelleyecek değişmelere izin vermemek, şayet piyasa yapısı rekabete elverişli değilse, firma davranışlarını gözleyerek bu davranışların hakim durumun kötüye kullanımı biçimine dönüşmesini engellemektir. Bir başka ifade ile ulaşılmak istenen hedef, piyasada olabildiğince rekabetçi bir dengeyi egemen kılmak ve yüksek pazar gücüne sahip firmaların piyasayı bu dengeden uzaklaştırmasını engellemektir. Piyasa dengesinin işlerlik kazanmadığı hallerde de devletin firmalara denge kurallarını empoze etmesi ve bu şekilde kaynak tahsisinde etkinliğin sağlanması söz konusudur (Müftüoğlu, 2002).

Chicago Okulu temsilcilerine göre ise, etkinlik (verimlilik) ön plana çıkmaktadır. Buna göre; kar ya zora dayalı ya da etkinlik ve verimliliğe dayalı olarak oluşur. Piyasa zora dayalı bölüşümü kabul edemeyeceğinden ve verimlilik sağlayamayan firmalar yarıştan düşeceğinden verimliliğin ve etkinliğin arayışı içindeki firmalar kendilerine en uygun yolu bulurlar. Piyasalar verimsizliği hukuktan daha iyi değerlendireceğinden, rekabet otoriteleri ve yargının mümkün olduğunca işe karışmaması yerinde olur. Zaten rekabet otoriteleri ve yargı, verimli olanı olmayandan ayırt edebilecek yeteneğe sahip değildir. Bu bölümde, piyasaların işleyişine ve giriş engellerine iktisat okulları açısından yaklaşılarak aralarında farklılıklar ortaya konmaya çalışılmıştır.

BÖLÜM 3: GİRİŞ ENGELLERİNE STRATEJİK YÖNETİM AÇISINDAN YAKLAŞIM

Birinci bölümde de ifade edildiği gibi, rekabet yasalarının temel amacı, rekabetçi piyasa yapılarının oluşturulması ve bu oluşumun sürekli olarak korunmasını sağlamaktır. Diğer taraftan, firmalar açısından ise; kendilerine rekabet avantajı yaratacak ve bu avantajı sürdürecektir stratejiler belirlemek temel zorunluluktur. Bu durum, piyasalarda rekabetçi bir yapı oluşturmak isteyen devlet ile, rekabet avantajı yaratmayı amaçlayan stratejik yönetim yaklaşımlarının bazen çatışması sonucunu doğurmaktadır.

Ancak, bu rekabet avantajı yaratmak için geliştirilen tüm stratejilerin rekabet yasalarıyla çatıştığı şeklinde algılanmamalıdır. Aşağıda ayrıntılı bir şekilde üzerinde durulacağı üzere, stratejik yönetim yaklaşımında rekabet avantajı yaratmak ve bu avantajı sürdürme noktasındaki görüşler farklılık arz etmektedir.

Bu bölümde stratejik yönetim yaklaşımında rekabet avantajı oluşturmada ve bu avantajı sürdürülebilir kılmada ortaya konan iki yaklaşımın görüşleri incelenerek, hangi yaklaşımın Rekabet Hukuku ile çatışma halinde, hangisinin uyum halinde olduğu ortaya konmaya çalışılacaktır.

Firmaların rekabet avantajı yaratmasını açıklamaya yönelik olarak 10'a yakın okul olduğu (Mitzberg, 1990) öne sürülmektedir. Ancak De Wit ve Meyer (1999), üzerine kuruldukları temellere inildiğinde bu konudaki görüşlerin iki temel yaklaşım içinde kategorize edilebileceğini ifade etmektedirler. Buna göre; aynı piyasa şartları içinde farklı karlılığın (performansın) kaynağını; pozisyon yaklaşımı ve kaynaklara dayalı yaklaşım, en iyi şekilde ifade etmektedir.

Pozisyon yaklaşımına göre; firmanın içinde bulunduğu endüstrinin yapısı ve bu endüstri yapısı içinde firmanın alacağı pozisyon firmanın karlılığını belirler. Karlılığın sürekliliği ise, sektöre girişin engellenip engellenmediğiyle ilgilidir. Bu engellerin bir kısmı sektörün yapısal özelliklerinden kaynaklanmakta; bir kısmı ise, sektör içindeki firmanın stratejik davranışlarıyla oluşturulmaktadır.

Diğer yandan, kaynaklara dayalı okul, bir endüstrideki kar farklılığının kaynağı, dışsal faktörlerden değil firmanın kendi geliştirdiği içsel faktörlerden kaynaklandığını iddia etmektedir. Karlılığının sürekliliğini ise, pozisyon yaklaşımın aksine giriş engellerine değil, taklit engellerine bağlamaktadırlar. Kaynaklara dayalı yaklaşıma göre, firmanın sunduğu ürün veya hizmetler başka firmalar tarafından kolay taklit edilemeyecek şekilde oluşturulursa, bu değerlere sahip firmalar karlılıklarını uzun süre koruyabileceklerdir.

Aşağıda her iki yaklaşım ayrıntılı olarak ele alınacaktır. Ancak kısa olarak stratejik yönetim düşüncesinin gelişimi üzerinde de durmak gerekmektedir.

3.1. Stratejik Yönetim Kavramı

Stratejik yönetim kavramını tanımlamaya geçmeden önce stratejik yönetime ismini veren strateji kelimesini netliğe kavuşturmak gerekmektedir.

Strateji kavramının önceleri askeri bir kavram olarak kullanıldığı bilinmektedir. *Webster's New World Dictionary* stratejiyi, “askeri bir operasyonu planlama ve yönetme” şeklinde tanımlamaktadır (Hill ve Jones, 1992:7).

Askeri stratejide amaç, genellikle zaferdir. Zafere ulaşmak için önce birliğin durumunu değerlendirmek (içe bakış), sonra da düşman kuvvetlerinin durumunu eldeki olanaklar ölçüsünde değerlendirmeye çalışmak (dışa bakış) gerekir. Askeri stratejinin tayininde elde bulundurulmuş harp araçlarının miktarı ve kalitesi ile savaşın cereyan edeceği arazinin durumu ve arazi hakkındaki bilgi derecesi de önemli rol oynar (Eren, 2002:2).

Stratejiyle ilgili askeri tanım, ekonomik ve yönetsel açıdan oluşturulacak tanımlar için de bir çerçeve sunmaktadır. Yapılan tanımların çoğu bu değerlendirmeler ışığında cereyan eder.

Strateji konusu üzerinde ilk çalışmalardan birini gerçekleştiren Chandler (1962) stratejiyi; “işletmelerde uzun dönemli amaç ve hedefleri belirleme ve bu amacı gerçekleştirebilmek için ihtiyaç duyulan kaynakları tahsis ederek uygun faaliyet programlarını hazırlama” şeklinde tanımlamaktadır. Mintzberg (1978), stratejiyi “kararlar ve buna bağlı faaliyetler dizisi” olarak algılamaktadır. Porter (1980), stratejiyi daha çok pazarla ilgili olarak açıklamaktadır. Porter'e göre, pazardaki rekabetin seviyesi

ve bunun geleceği belirlendikten sonra pazar fırsatlarına dayanarak rakiplere üstünlük sağlayacak karar ve faaliyetlere strateji denir.

Porter, bir sektörde rekabet eden her firmanın yazılı olsun ya da olmasın bir (rekabet) stratejisinin olduğunu iddia etmektedir (Porter, 2000:1).

Stratejik yönetim; strateji ve yönetim kelimelerinin birleştirilmesinden türetilmiştir. Dinçer, stratejik yönetimi; “stratejilerin planlanması için gerekli araştırma, inceleme, değerlendirme ve seçim çabalarını planlama, bu stratejilerin uygulanabilmesi için örgüt içi her türlü yapısal ve motivasyonel tedbirlerin alınarak yürürlüğe konulmasını, daha sonra da stratejilerin uygulanmadan önce ve sonra amaçlara uygunluğu açısından kontrol edilmesini kapsayan ve işletmenin üst düzey kadrolarının faaliyetlerini ilgilendiren süreçler toplamı” şeklinde ayrıntılı olarak tanımlamıştır (Dinçer, 1998:35).

Stratejik yönetimin alt yapısı stratejik düşünebilmekten geçer. Barca (2002a: 15), stratejik düşünme yeteneğinin kıt bir yetenek olduğuna vurgu yaparak, kolayca geliştirilemeyeceğini ve taklit edilemeyeceğini belirtir. Bundan dolayı da bu yeteneği geliştirmiş olan bireyler, işletmeler ve devletler, geliştirmemiş olanlara karşı sadece üstün başarı elde etmiş olmayacak, aynı zamanda başarılarını uzun vadede sürdürme olanağı da yaratmış olacaklardır.

Bu açıklamalardan sonra, bu bölümüm sorunsalı olan rekabet avantajının kaynağı nedir ve bu avantaj uzun süre nasıl sürdürülebilir sorusuna yanıt aranmaya geçilebilir.

3.2. İşletmeler Arasındaki Kar Farklılığının Kaynağı Nedir ?

Sistematik kar farklarının kaynağı ve mekanizmasına ilişkin olarak strateji disiplini içerisinde verilen yanıtlar çok çeşitlilik arz etmektedir. Kar kaynaklarına ilişkin olarak firmanın pazar güçlerine karşı takındığı göreceli pozisyonu, firmanın vizyonunun materyalize edilmesi, firmanın üstün kaynak ve kabiliyetleri, firmanın kritik başarı faktörleri, firmanın öğrenme kabiliyetleri, firmanın inovasyon yapma kabiliyetleri, vs. gösterilirken, mekanizmalara ilişkin olarak da giriş, çıkış ve taklit engelleri gösterilmektedir (Barca, 2002b: 31). Bu kaynakların her biri etrafında farklı düşünce okulları ortaya çıkmıştır. Bu okulları; Mintzberg’e göre (1990) on, Whittington’a göre (1993) dört, Pettigrew ve Wipp’e göre (1993) beş, Chaffe’e göre (1985) üç grupta sınıflandırmak mümkündür. De Witt ve Meyer ise, üzerinde kuruldukları temellere

indirgendiklerinde, görüşlerdeki çeşitlilikler iki temel yaklaşım içerisinde kategorize edilebilirler; pozisyon yaklaşımı ve kaynaklara dayalı yaklaşım (1999:214). Aşağıda her iki yaklaşım ayrıntılı olarak incelenecektir.

3.2.1. Pozisyon Yaklaşımına Göre Kar Farklılığının Kaynağı

Rekabet Avantajı (1985) adlı çalışmasında Porter, işletmeler arasındaki kar farklılıklarını:

1. Endüstrinin uzun dönemli karlılık potansiyellerinden ve endüstrinin yapısını belirleyen faktörlerden,
2. Endüstri içindeki işletmenin takınacağı rekabet pozisyonundan, kaynaklandığını ileri sürmektedir.

Endüstrinin uzun dönemli kar potansiyeli, bütün endüstrilerin eşit kar fırsatları sunmadıkları fikrine dayanmaktadır. Endüstrilerin uzun dönemde bile eşit kar potansiyeline sahip olmadıklarını aşağıdaki tablo 5 ortaya koymaktadır.

Tablo 5: Endüstri alt dallarına göre karlılık göstergeleri (1971-1990)

Alt Sektörler	Hisse Senetleri Üzerin. Getiri (%)	Varlıklar Üzerinden Getiri(%)	Satışlar Üzerinden Getiri(%)
İlaç sanayi	21.4	1.8	13.1
Basın ve yayın	15.5	7.1	5.5.
Gıda ve benzeri ür.	15.2	6.6	3.9
Kimyasal ürünler	15.1	7.5	7.2
Petrol ve kömür ür.	13.1	6.5	6.5.
Kağıt ürünleri	12.5	6.0	5.1
Motorlu araçlar	11.6	5.6	3.7
Lastik ve plastik ür.	11.6	5.1	3.4
Elektr. ve elektrnon.	11.5	5.4	4.4
Taş, kil ve cam ür.	10.4	4.8	4.0
Tekstil tezgah ür.	9.3	4.3	2.5
Demirsiz metaller	8.3	3.9	3.6
Demir ve çelik	3.9	1.5	1.3

Kaynak: McGhan (1992).

Yukarıdaki tablodan da anlaşılacağı gibi, endüstriler arasında önemli ve uzun dönemli (sistemik) karlılık farkları vardır. Örneğin; Amerika'daki ilaç sanayi demir ve çelik sanayiine göre yirmi yıllık bir sürede ortalama olarak hep çok daha fazla

kazanmıştır. Bu veriler ışığında denilebilir ki, firmaların uzun dönem ortalama karlılıkları endüstriden endüstriye farklılaşacaktır. Porter'a göre, bu bağlamda endüstri karlılığı, ürünlerin nasıl görüldüğü veya yüksek veya düşük teknoloji ile gerçekleştirildikleri gibi münferit firmaların özelliklerinin bir fonksiyonu değil, söz konusu endüstrinin 'yapısından' kaynaklanmaktadır (Porter, 1985:5). Dolayısıyla firmalar arasındaki farklılığı açıklamak için içinde faaliyet gösterdikleri endüstrinin yapısını ve o yapının genel özelliklerini veya dinamiklerini iyi analiz etmek gerekmektedir (Barca, 2003:33).

Örneğin; yüksek giriş bariyerleri olan, faaliyet gösteren az sayıda firmanın olduğu, yüksek derecede ürün farklılaştırmasının veya düşük talep elastikiyetinin olduğu endüstri yapıları bu özelliklerin tersine sahip endüstri yapılarından çok daha fazla karlılık potansiyeline sahip olacaktırlar.

Şekil 3: Engeller ve Karlılık

Çıkış Engelleri

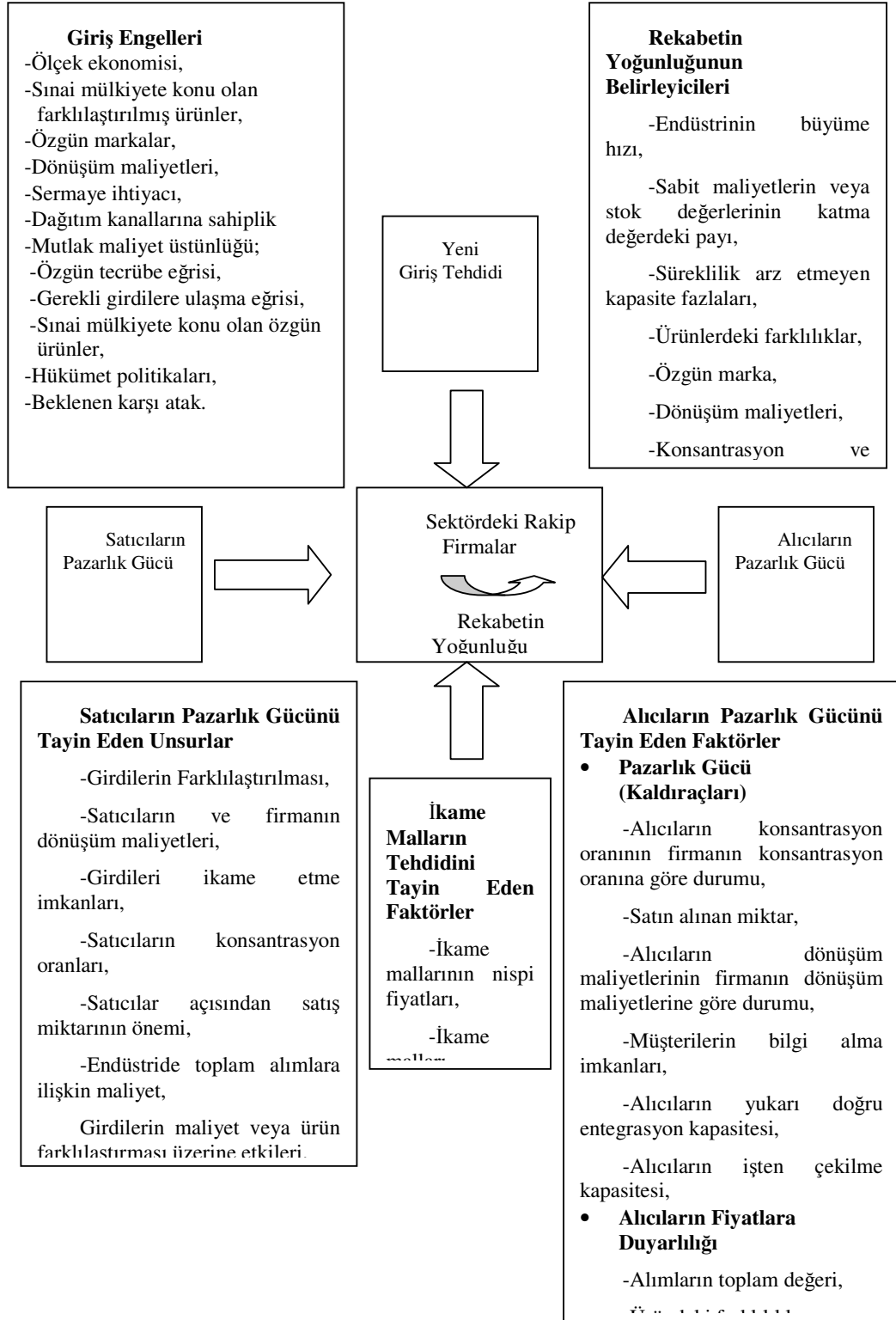
		Alçak	Yüksek
Giriş Engelleri	Alçak	Alçak, istikrarlı getiriler	Alçak, riskli getiriler
	Yüksek	Yüksek, istikrarlı getiriler	Yüksek, riskli getiriler

Kaynak: Porter (2000:28)

Aynı şekilde yukarıdaki önermenin tersi de söylenebilir. Sektördeki firmalar için en kötü durum; giriş engellerinin alçak, çıkış engellerinin yüksek olduğu durumdur (Porter,2000:28).

Firmaların karlılıkları arasındaki farkın endüstri yapısından kaynaklandığı daha önce (pozisyon yaklaşımı) de ifade edilmişti. Bu yönüyle endüstri yapısı daha ayrıntılı bir incelemeyi hak etmektedir. Bu incelemede esas olarak Porter'ın Rekabet Stratejisi (2000) adlı çalışmasından yararlanılacaktır.

Tablo 6 : Porter'ın Rekabet Dinamiği: Endüstri Yapısının Unsurları



Kaynak: Teece (1984:95)

Aslında çalışma yukarıda, Portet tarafından geliştirilen tablonun açıklaması niteliğindedir.

Porter'e göre piyasada mevcut firmalar arasındaki rekabeti etkileyen başlıca beş güç yada da faktör bulunmaktadır (Tablo 6). Bunlar sırasıyla;

1. sektördeki rakipler (mevcut firmalar arasındaki rekabet),
2. alıcıların pazarlık güçleri,
3. ikame firmalar (ikame ürün ya da hizmetlerin pazara girme tehdidi),
4. tedarikçiler (tedarikçilerin pazarlık güçleri) ve
5. sektöre yeni girecek firmalar (sektöre yeni girecek firma tehditleri)'dir.

Beş rekabet gücü, -pazara giriş, ikame ürün riski, alıcıların pazarlık güçleri, tedarikçilerin pazarlık güçleri ve mevcut rakipler arasındaki rekabet- bir sektördeki rekabetin, mevcut oyuncuların çok ötesine geçtiği gerçeğini yansıtır. Müşterilerin, tedarikçilerin, ikame firmaların ve sektöre yeni girecek olanların tümü, sektördeki firmalar için birer 'rakip'tir ve özel koşullara bağlı olarak, az ya da çok öne çıkabilirler. Bu beş temel güç; sektördeki rekabetin durumunu, bu güçlerin toplamı ise, sektördeki nihai karı ve rekabetin yoğunluğunu belirler. Bu güçler yüksek getirilerin söz konusu olduğu sektörlerde daha zayıf, getirinin azaldığı sektörlerde ise, daha yoğundur. Rekabet stratejisinin temel hedefi, firmanın bu güçlere karşı kendisini en iyi bir biçimde savunabileceği veya bunları kendi yararına etkileyebileceği bir konum bulmaktır. Rekabet yoğunluğunun en fazla olduğu nokta, girişin serbest olduğu, mevcut firmaların tedarikçiler ve müşteriler karşısında pazarlık gücüne sahip olmadıkları, birbirine benzer çok sayıda firma ve ürünün olduğu, yani tam rekabetin söz konusu olduğu sektörlerdir (Aktan ve Vural, 2004:99).

Bu beş faktörün toplam gücü, ortalama olarak bir sanayideki işletmelerin sermaye maliyetlerinin üstünde yatırımlarından elde edecekleri geliri belirlemektedir. Yine, bu beş faktörün gücü sanayiden sanayiye farklılaşarak bir sanayi geliştikçe değişebilir. Porter'a göre, bu faktörlerden her hangi biri ne kadar güçlü olursa işletmenin fiyatları yükselme kabiliyeti ve karlılığı azalacaktır. Yani, Porter'in analizine göre rekabet faktörlerinin güçlüğü işletme için bir tehdit oluşturacaktır. Öte yandan, zayıf bir rekabet

faktörü, işletmeye daha fazla kar imkanı sunacağı için bir fırsat olacaktır. Bu noktada söz konusu beş faktörün kısaca incelenmesi yerinde olacaktır.

1- Mevcut Rakipler Arasındaki Rekabetin Yoğunluğu: Eğer bir sanayide faaliyet gösteren işletmelerin arasındaki rekabet düşük ise, işletmeler fiyatları artırma ve daha fazla kar elde etme imkanı bulabilirler. Yani, bir sanayideki işletmeler arasındaki güçlü rekabet, karlılık açısından önemli bir tehdit oluşturmaktadır (Porter, 2000:21). Bir sektörde faaliyet gösteren işletmeler arasında süren rekabeti şekillendiren üç faktör bulunmaktadır:

- Sanayinin Rekabetçi Yapısı: Bir sanayinin rekabetçi yapısı, o sanayide faaliyet gösteren işletmelerin sayı ve büyüklüklerine bağlıdır. Sanayi yapıları dağınık ve bütünlük yapıları arasında değişik konumlarda yer alabilmektedir. Dağınık bir sanayi yapısında belirli firmaların üstünlüğü olmaksızın çok sayıda işletme rekabeti sürdürmektedir. Tamamen bütünlük bir sanayide ise, tek bir işletme ya da hakim konumda bir işletme bulunmaktadır. Bu durum tekel olarak da isimlendirilebilir. Genel olarak sanayi kolları çeşitli ölçülerde bu iki konum arasında farklı yerlerde bulunabilmektedirler. Rekabetin yoğun olduğu dağınık bir sanayide en uygun strateji mümkün olduğunca maliyetlerin minimize edilmesidir. Bütünlük bir yapıda ise, yani oligopol durumda işletmeler karşılıklı olarak birbirlerine bağımlıdırlar. Oligopolü oluşturan işletmelerden birinin gerçekleştireceği rekabetçi bir hareket doğrudan diğer rakipleri etkileyecek ve onları benzer bir faaliyete sevk edecektir. Yani, bu tür bir sanayide rekabetçi bir faaliyet, rakiplerin pazar payını doğrudan etkileyecektir. Özellikle fiyat kırma yoluyla rekabet bu tür sanayilerde önemli tehditler oluşturulabilmektedir. Bu sebeple, oligopol piyasaların rekabetin fiyattan ziyade ürün kalitesi ve tasarım özelliklerinde gerçekleştiği görülmektedir. Yine, bu sanayideki işletmeler fiyat rekabetini önlemek için marka bağımlılığını yaratma yolunda çaba sarf etmektedirler (Akat ve Vural, 2004:100).

-Talep Koşulları: Bir sanayi kolunda süregelen rekabetin şiddetini belirlemede talep koşulları önemli rol oynamaktadır. Eğer pazar büyüyorsa veya talepte bir artış varsa bu işletmeler için önemli bir fırsat oluşturacaktır. Aksi durumda ise, azalan talep işletmeler arasında pazar payı ve gelirleri korumak için önemli bir mücadele ortaya çıkaracaktır. Eğer bir sanayide talep azalması varsa, işletmeler ancak birbirlerinin pazar paylarını

olarak büyümei sürdürülebilirler.

-Pazardan Çıkış Engelleri: Sanayi kolunda talep azalırken, çıkış engelleri işletmeler için önemli bir tehdit oluşturacaktır. Eğer çıkış engelleri çok güçlü ise, bir işletmenin istemediği halde avantajı olmayan bir sanayiye mahkum olması söz konusu olabilir. Bir sanayi kolunda çıkışı engelleyen başlıca faktörler şu şekilde sıralanabilir (Porter, 2000:25-26):

- Alternatifi olmayan, satışı zor ya da imkansız bina ve ekipman yatırımı işletmelerin bir piyasayı terk etmesine engel olabilir.
- Bir sanayi kolunu terk etme sonucu çalışanlara ödenmesi gereken büyük miktarda para çıkış için bir engel olabilir.
- Bir işletmenin uzun süredir faaliyet gösterdiği sektörü rasyonel olmayan sebeplerle bırakmak istememesi.
- İşletme birimleri arasındaki stratejik ilişkiler, tedarik ilişkileri sanayi kolunu terk etmeye engel olabilir.
- Ekonomik anlamda sektöre mutlak olarak bağımlılık da bir çıkış engeli olmaktadır.

Dolayısıyla bir sanayideki işletmeler arasında süren rekabette talep koşulları ve sanayiden çıkışı engelleyen faktörlerin farklı durumlarının muhtelif fırsat ve tehditleri ortaya çıkaracağı görülmektedir. Sonuç olarak Porter; sanayi büyümesi, sabit maliyetleri katma değer oranı, aralıklarla oluşan fazla kapasite, ürün farklılıkları, marka tanınmışlığı, maliyetlerdeki artışlar, yoğunlaşma ve denge, rekabetçilerin farklılaşması gibi faktörlerin genel olarak rekabetin belirlenmesinde önem taşıdıklarını ifade etmektedir.

2- Potansiyel Rakipler (Giriş Tehdidi): Potansiyel rakipler, henüz o sanayide faaliyet göstermemekle beraber istedikleri zaman bunu gerçekleştirme imkanına sahiptirler. Yerleşik işletmeler potansiyel rakiplerin bu sanayie girmelerini önlemeye çalışırlar. Zira, ne kadar fazla işletme rekabete dahil olursa, pazar payını korumak ve karları sürdürmek eski işletmeler için o kadar zor olacaktır. Eğer bir sanayie giriş çok kolaysa, bu eski işletmelerin karlılığı için önemli bir tehdit oluşturacaktır. Öte yandan eğer sanayie giriş riski düşükse, fiyatların arttırılması ve daha fazla gelir elde edilmesi

işletmeler açısından bir fırsat olacaktır. Yani, yeni rakiplerin piyasaya girmeleri fiyatlar üzerinde sınırlayıcı bir etki yapacak ve yeni girişleri önlemek için gereken yatırımları yönlendirecektir (Porter, 2000:7-20).

3- Müşterilerin Pazarlık Gücü: Porter'ın rekabetçi faktörlerinin üçüncüsü, müşterilerin satın alma gücüdür. Müşteriler eğer daha kaliteli ürünler, daha iyi hizmet gibi maliyetleri arttırıcı beklentiler içinde iseler ve fiyatların düşürülmesi yönünde güçlerini birleştiriyorlarsa, rekabetçi bir tehlike olarak görülmektedirler. Öte yandan, zayıf müşteriler işletmelere fiyatları yükseltme ve daha fazla kar elde etme imkanı sağlarlar. Müşterilerin işletmelerden talepleri, kendilerinin işletmeye göre göreceli güçlerine bağlı bir durumdur. Porter, alıcıların aşağıdaki hallerde güçlü olacaklarını ifade etmektedir:

- Sanayinin arz yönü daha çok küçük işletmelerden oluşurken müşteriler az sayıda ve büyük işletmeler ise, müşteriler kolaylıkla üretici firmaları etkileri altına alabilirler.
- Müşteriler büyük miktarda mal satın alırlarsa, satın alma gücünü kullanarak önemli fiyat iskontoları sağlayabilirler.
- Siparişlerin büyük bölümü için eğer üreticiler müşterilere bağımlı ise, bu durumda müşterilerin önemli bir avantaj kazanacakları ortadadır.
- Eğer müşteriler üreticiler arasında kolaylıkla değişim yapabiliyorsa, onların mal satabilmek için fiyat kırmaya zorlanmalarını sağlayabilirler.
- Müşterilerin bir defada aynı girdiyi bir çok üreticiden almaları ekonomik olarak bir yarar sağlıyorsa, müşterilerin avantajlarından söz edilebilmektedir.
- Müşteriler, dikey bütünleşme tehdidini kullanabilirlerse, üreticileri önemli ölçüde fiyat kırmaya sevk edebilirler.

Yine, Porter ana hatlarıyla müşterilerin gücünü belirleyen faktörleri ikiye ayırmaktadır:

-Pazarlık Düzeyi: Pazarlık düzeyinde müşteri sayısı, müşterilerin firma fiyat ayarlamalarına karşılık kendi fiyatlarını ayarlamalarını, müşteri bilgisi, dikey bütünleşme imkanı, ikame mallar gibi faktörler müşterilerin gücünü belirlemektedir

-Fiyat Duyarlılığı: Fiyatı toplam alışlar oranı, ürün farklılıkları, marka tanınmışlığı, kalite/performans oranı müşteri karları ve karar alıcılarının cesaret ve teşviki gibi faktörler de müşterilerin güçlerini belirleyici rol oynamaktadır .

4- Tedarikçilerin Pazarlık Gücü: Bir sanayi kolundaki tedarikçiler, müşteri firmaların daha fazla fiyatla mal almalarını sağlayacak fiyat artırımını yapabilirlerse veya mallarının kalitesini düşürürlerse rekabetçi bir tehdit olarak algılanabilirler. Öte yandan tedarikçilerin zayıf olması, müşterilerin istedikleri fiyatları dayatmalarına imkan vereceğinden müşteriler için bir fırsat haline gelecektir.

Porter, tedarikçilerin aşağıdaki hallerde güçlü bir konumda bulunacaklarını ifade etmektedir:

- Müşteriler için önemli olan ve az sayıda ikamesi bulunan mallar üretiyorsa, tedarikçiler güçlü bir konumdadır.
- İşletmenin içinde bulunduğu sanayi kolu, tedarikçiler için önemli bir müşteri değilse, tedarikçiler herhangi bir fiyat indirme veya kalite arttırma baskısıyla karşı karşıya kalmayacaklardır.
- Bir müşteri için tedarikçi değiştirmek çok maliyetli olacaksa, bu durum tedarikçiler için avantajdır.
- Tedarikçiler dikey olarak sanayide bütünleşmeye giderek fiyatları yükseltme yönünde bir rekabete gidebilirler.
- Tedarikçilerden mal alan müşteriler, dikey bütünleşmeyi gerçekleştiremeyip kendi ihtiyaçlarını karşılayamazlarsa, girdi fiyatlarını düşürme fırsatını yakalamaları mümkün olmayacaktır.

5-İkame Mal ve Hizmetlerin Tehdidi: Porter'a göre bir sanayi kolunda ikame tehdidinin belirleyicileri; ana hatlarıyla, ikame ürünlerin göreceli fiyat performansları, maliyet değişimleri ve müşterilerin ikame mala olan doğal eğilimleri olarak belirtilmektedir. İkame mal veya hizmet, bir sanayi kolundaki işletmelerin benzer müşteri ihtiyaçlarına hitap edecek şekilde ürettikleri mal veya hizmetler olarak tanımlanabilir.

Şu günlerde özel havayollarının da ulaşım sektörüne girmesiyle birlikte, bu alanda yaşanan fiyat rekabeti nedeniyle uçak biletleri otobüs biletleriyle aynı seviyeye ve hatta bazı saatlerde bedava denilebilecek (9YTL) bir noktaya gelmiştir. Bu nedenle karayolu ulaşımın bir diğer alternatifi (ikamesi) olan havayolu taşımacılığı, uzun vadede bu sektördeki karlılığı azaltacak görünmektedir. Hatta bu alanda bazı sektörden kopmalar (Boss Turizm) yaşanmaya başlamıştır.

Porter'a göre bu beş gücün ağırlığı, endüstride endüstriyen değişir ve kolektif ağırlıkları bir endüstrinin karlılık potansiyelini belirler. Endüstri yapısını oluşturan bu beş güç lehte ise; ilaç, basın-yayın ve kimyasal endüstrilerde olduğu gibi, bir çok firma yüksek gelirler elde edebilir. Fakat, beş güçten biri veya bir kaçının yoğun veya aleyhte olan endüstrilerde, firmaların en iyi biçimde yönetilmelerine rağmen ancak birkaçı iyi gelirler elde edebilirler. Kısaca, endüstri güçleri ile karlılık arasında ters bir ilişki vardır. Bir endüstrideki beş gücün kolektif ağırlığı azaldıkça karlılığı artar veya ağırlığı arttıkça karlılığı azalır.

Endüstri yapıları bugünden yarına değişmeyeceği için uzun vadeli stratejik arayışları da belirler. Daha açık bir ifade ile Porter'a göre, endüstri yapısı sadece karlılık potansiyelini değil aynı zamanda, rekabet oyununun kurallarını ve firmalar için izleyebilecekleri potansiyel stratejileri de belirler (Porter, 1980:3). Firmalar yapısal analiz yaparak temel iki soruya (hangi endüstride) faaliyet göstereceklerine ve nasıl (hangi stratejiyi izleyerek) rekabet edeceklerine de karar vereceklerdir. Endüstri seçimini yapan firma, o endüstriyi oluşturan beş güce karşı kendisini en güçlü kılacak bir pozisyon belirler: "Endüstri içerisindeki bir firmanın rekabet stratejisinin amacı, bu beş güce karşı kendisini en iyi biçimde savunabileceği veya onları kendi lehine çevirebileceği bir pozisyon bulmaktır" (Porter, 1980: 4). Beş yapısal güce karşı geliştirilecek savunmanın başarısı onun endüstri averajının altında mı yoksa üstünde mi kar elde edeceğini belirleyecektir (Barca, 2002a: 34). Bu yaklaşımla Porter, bir yandan endüstriler, diğer yandan firmalar arasındaki karlılık farklarının nedenlerini açıklamaktadır.

Porter, yukarıda belirtilen beş rekabet gücüyle başa çıkabilmek ve onları devre dışı bırakmak için firmaların izleyebileceği üç genel strateji önermektedir (Porter, 2000:44):

- Toplam maliyet liderliği (Düşük maliyetle pazar liderliği),
- Farklılaştırma (Ürün ve hizmeti benzersiz kılma) ve
- Odaklanma (Belirli bir müşteri grubu; ürün yelpazesinin belirli bir kesiti veya belirli bir coğrafi pazar üzerinde odaklanma stratejisi).

1- Toplam Maliyet Liderliği Stratejisi: Verimli ölçekte faal tesislerin kurulmasını, deneyimlerden güçlü maliyet düşüşlerinin elde edilmesini, sıkı maliyet ve genel giderler kontrolünü, küçük müşteri hesaplarından kaçınılmasını ve ar-ge, servis, reklamlar, v.b. gibi alanlarda maliyetlerin en aza indirilmesini gerektirir (Yip, 1984:18). Stratejinin temelini, kalite, hizmet ve diğer alanlar ihmal edilmeden rakiplere kıyasla daha düşük bir maliyete sahip olmak oluşturur. Bu konuma gelmek, rekabet çok yoğun olsa bile firmanın sektörel ortalamanın üzerinde bir getiri elde etmesine yol açar. Düşük bir maliyete sahip olmak; firmaya rakipleri karşısında güçlü bir konum sağlar, firmayı güçlü alıcılara karşı korur, girdi maliyetlerindeki artışlarla başa çıkabilmesini sağlayarak güçlü tedarikçiler karşısında firmanın elini güçlendirir. Piyasaya yeni giren firmalar için giriş engeli sağlar ve ikame ürünler açısından firmanın rakiplerine avantaj sağlamasına yol açar. Toplam maliyetleri düşük olan bir firma, rakiplerine kıyasla daha yüksek bir pazar payına ve hammaddelere daha kolay erişim avantajına sahip olur. Ancak, bu tip bir stratejinin uygulanabilmesi, çok iyi bir donanım teşkil etmek amacıyla ağır bir sermaye yatırımı, saldırgan bir fiyatlandırmayı ve pazar payı elde etmek için başlangıç kayıplarını gerektirir.

2- Farklılaştırma Stratejisi: **Pazara benzersiz (eşsiz) bir ürün ya da hizmet sunma kabiliyetidir.** Firmanın pazara sunduğu ürün veya hizmeti farklılaştırarak tüm sektörde rakiplerinin sunduğu ürün, teknoloji, imaj veya hizmetlere kıyasla benzersiz bir ürün veya hizmet sunması halinde firma daha avantajlı bir konuma gelecektir. Farklılaştırma; tasarım veya marka ismi, satıcı ağı, teknoloji, özgün özellikler veya diğer yollarla gerçekleştirilebilir. Firmalar, maliyetleri gözardı etmeksizin ürün ve hizmetlerini farklılaştırarak avantaj elde edebilirler (Pepperell ve Turner, 1981:32).

3- Odaklanma Stratejisi: **Bir hedef üzerinde odaklanarak tüm stratejilerin bu hedef doğrultusunda şekillendirilmesidir. Bir alanda odaklanma beraberinde uzmanlaşmayı getirecek ve rakiplere göre firmayı daha avantajlı bir konuma ulaştıracaktır.**

Porter, bu üç genel stratejisini odaklanma stratejisini beş farklı alt dala ayırarak geliştirmiştir. Şirketler odaklanma stratejisini, maliyet ya da farklılaşmaya odaklanmak şeklinde sürdürebilirler; rakiplerine kıyasla daha iyi ürünler üreten firmalar ürün ve hizmet çeşitliliğine önem vererek dar bir alanda daha hızlı, daha ucuz ve bol çeşide sahip mal ve hizmetleri müşterilerine sunabilirler; post-modern tüketim tarzının yaygınlaşması sonucunda müşterilerin ihtiyaç ve taleplerinde meydana gelen farklılıklardan yararlanmak için spesifik bir müşteri kesimini hedefleyebilirler veya müşterinin bulunduğu coğrafyanın farklılığı ve hedef kitlenin büyüklüğüne bağlı olarak üretilen mal ve hizmetlerin hedef kitleye erişimini kolaylaştıracak bir strateji benimseyebilirler (Aktan ve Vural, 2004:110).

Pozisyon yaklaşımı, söz konusu üç generik strateji arasında açık bir seçim yapmayı başarı için zorunlu görmektedir. Diğer bir ifade ile pozisyon yaklaşımına göre, üç generik stratejiden birini başarı ile izleyen firmalar endüstri ortalamasının üzerinde karlar kazanırlar; ancak birden fazla strateji izleyip hiçbirini başarı ile gerçekleştiremeyen “arada sıkışıp kalmaya” mahkum olur ve endüstri ortalamasının altında gelir elde ederler. Çünkü arada sıkışıp kalma pozisyonu diğer pozisyonlara göre (maliyet liderliği, farklılaştırma ve odaklaşma) açık bir pazar segmentasyonu gerektirmediği için hedef müşteri kitlesi gözünde dezavantajlı bir durum yaratacaktır (her kesime hitap etmeye çalışırken hiç kimseye hitap etmemem durumu) ve her pozisyonun gerektirdiği farklı örgütsel düzenlemeler, kaynak ve kabiliyetler, örgüt kültürü, motivasyon sistemi, yönetim felsefesi, pazarlama faaliyetleri olduğu için bunları uyumlaştırmak zorlaşacak ve nihayetinde çatışma ile sonuçlanacaktır.

Tablo 7: Genel Stratejilerin Gerektirdiği Beceriler ve Organizasyonel Gereklilikler

GENEL STRATEJİ	Genel Olarak Gerekli Olan Beceriler ve Kaynaklar	Genel Organizasyonel Gereklilikler
Toplam Maliyet Liderliği	<ul style="list-style-type: none">- Sürekli sermaye yatırımı ve sermayeye erişim- İşlem mühendisliği becerileri	<ul style="list-style-type: none">- Sıkı maliyet kontrolü- Ayrıntılı kontrol raporları- Yapılandırılmış organizasyon ve

	<ul style="list-style-type: none"> - İşgücünün yoğun olarak gözlenmesi - Üretim kolaylığı için tasarlanmış ürünler - Düşük maliyetli dağıtım sistemi 	<ul style="list-style-type: none"> sorumluluklar - Kesin sayısal hedeflere ulaşılmasına bağlı teşvikler
Farklılaştırma	<ul style="list-style-type: none"> - Güçlü pazarlama becerileri - Ürün mühendisliği - Yaratıcı yetenek - Güçlü temel araştırma yetenekleri - Kalite veya teknolojik liderlikte kazanılmış kurumsal ün - Sektörde uzun bir geçmiş veya diğer işlerden elde edilmiş benzersiz beceriler kombinasyonu - Kanallarla güçlü işbirliği 	<ul style="list-style-type: none"> - Ar-ge, ürün geliştirme ve pazarlama fonksiyonları arasında güçlü koordinasyon - Sayısal ölçüler yerine, özel ölçüler ve teşvikler - Üstün nitelikli işçileri, bilim adamlarını veya yaratıcı kişileri çekecek rahat ve hoş bir ortam
Odaklanma	- Yukarıdaki politikaların, belirli bir stratejik hedefe yöneltilmiş kombinasyonu	- Yukarıdaki politikaların, belirli bir stratejik hedefe yöneltilmiş kombinasyon

Kaynak: Porter (2000:51)

Porter'a göre, genel stratejileri takip etmenin iki riski vardır: En uygun stratejiyi tespit edip uygulamakta başarısız olmak ve seçilen ve uygulanan strateji ile elde edilen avantajın sektördeki yeni gelişmelerle birlikte aşınması. Öte yandan, her üç strateji farklı risk türlerini bünyelerinde barındırırlar. Maliyet liderliğinin elde edilebilmesi için firmanın yeni ve daha modern ekipmanlara yatırım yapması, mevcutlarının elden çıkarılması, ürün yelpazesinin genişletilmemesi ve teknolojik gelişmeye uyum gösterilmesi gereklidir. Bu nedenle, geçmişte yapılan yatırımları ve edinilen deneyimleri geçersiz hale getiren teknolojik değişiklikler; rakip firmaların taklit veya yeni yatırımlar yoluyla maliyetlerini hızla düşürmeleri; maliyet üzerinde odaklanma nedeniyle ürün ve pazarlama alanlarında gerekli değişikliklerin yapılamaması ve fiyat değişimini ve farklılaştırma yaklaşımını uygulama yeteneğini azaltan bir maliyet enflasyonu, maliyet liderliğine dayanan stratejinin risklerini oluşturur. Düşük maliyetli

rakiplerle farklılaşma stratejisi uygulayan firma arasındaki maliyet farklılığının müşteri sadakatini ortadan kaldıracak seviyeye gelmesi; alıcıların sofistike bir hale gelmeleri ve sektörlerin olgunlaşması sonucu taklit etme olaylarının artması farklılaşma stratejisinin risklerini oluşturmaktadır. Hedefle pazar arasında ürün ve hizmet açısından farklılıkların daralması veya rakiplerin stratejik hedef dahilinde alt pazar bulmaları halinde odaklanma stratejisinin riskleri ortaya çıkar.

Buraya kadarki bölümde, pozisyon yaklaşımında “kar farklılığının kaynağı nedir?” sorusuna yanıt aranmaya çalışıldı. Buna göre kar farklılığının kaynağı, firmanın içinde yer aldığı endüstrinin yapısından ve firmanın endüstri içinde alacağı pozisyondan kaynaklanmaktadır. Aynı soruya kaynaklara dayalı yaklaşım ise, daha farklı bir yaklaşım getirmektedir. Aşağıda kaynaklara dayalı yaklaşıma göre, aynı endüstrideki firmaların kar farklılıklarına ilişkin görüşleri incelenecektir.

3.2.2. Kaynaklara Dayalı Yaklaşımına Göre Kar Farklılığının Kaynağı

Bir işletmeyi diğerlerine oranla daha başarılı ve karlı kılan faktörler nelerdir? Düşük maliyet, kaliteli ürün, iyi bir dağıtım, satış sonrası hizmet, etkin promosyon, farklılaştırılmış ürün, teknolojik destek, müşteriye çabuk hizmet verme ve benzeri faktörler bu kapsamda ilk akla gelenlerdir (Koçel, 2001:313). Bu açıklamalar aslında kaynaklara dayalı yaklaşımın özünü yansıtmaktadır.

Pozisyon yaklaşımından farklı olarak kaynaklara dayalı yaklaşım, kar farklılıklarının kaynaklarını, firmalara özgü kaynak ve kabiliyetlerinden kaynaklandığını iddia etmektedir. Endüstri yapısını analiz birimi olarak alan pozisyon yaklaşımına karşın, kaynaklara dayalı yaklaşım daha mikro-analitik kaynak ve kabiliyetleri analiz birimi olarak dikkatleri dışsal faktörlerden içsel faktörlere yöneltmektedir. Bu yaklaşıma göre üstün kaynak ve kabiliyetleri olan firmalar, uzun vadede yüksek karlar elde edeceklerdir. 1984’te Wernerfelt kaynaklara dayalı yaklaşımı pozisyon yaklaşımına bir tez olarak değil onu tamamlayan bir görüş olarak ortaya atmıştır. Ancak, 1990’larda Prahalad ve Hamel (1990), Grant (1991), Rumelt (1991) ve diğer bazı strateji yazarları kaynaklara dayalı görüşü alternatif bir yaklaşıma dönüştürme çabası içine girmişlerdir.

Bununla beraber, kaynaklara dayalı yaklaşım, pozisyon yaklaşımı gibi, bir çerçeve içerisinde derli toplu bir biçimde sunulamayacak kadar dağınık bir yapı arz etmektedir.

Ancak kaynaklara dayalı çalışmaların ortak tezi; rekabet avantajı endüstri yapısından değil, münferit firmaların sahip olduğu kendine özgü taklit edilmesi zor, bilgi, kabiliyet temel yetkinlik ve gizli varlıklardan kaynaklanmaktadır, şeklinde özetlenebilir (Barca, 2002a: 36). Bu görüşü savunanların vurguladığı önemli noktalardan biri, aynı endüstri içerisinde yer alan firmalar arasındaki kar farkları, endüstriler arasındaki kar farklarından çok daha büyüktür ve dolayısıyla firmalar arasındaki farklar üzerinde yoğunlaşılmalıdır. Aşağıdaki ampirik çalışma bu tezi doğrular niteliktedir.

Tablo 8 : Sektör İçi Kar Farklılıkları

Sektör	Yüksek Getiri	Getiri	Düşük Getiri	Getiri
Hava ulaşımı	Rolls Royce	21.0	British Aerospace	-3.6
Bira	Allied- Lyons	26.5	Whitbread	3.0
İnşaat malz.	Tarmac	11.9	RMC Group	9.5
Gıda	Unilever	13.9	Assosiated British	7.0
Moda perakende	Burton Group	14.9	Next	-2.6
Gıda perakende	Kwik Save	34.0	Asda	8.2
Petrol	Burman Castrol	12.6		4.9
Eczacılık	Smith Kline Beec.	38.4	Wellcome	24.7
Yayın	Pearson	13.3	Thomson Corp.	5.1
Süpermarket	Marks and Spencer	17.2	Strorehouse	3.1
Sigara	Rothmans	27.5	BAT	16.4

Kaynak: Craig ve Garant (1993)

Tablo 8’de gösterdiği gibi, kar potansiyeli düşük endüstrilerde yüksek karlı ve kar potansiyeli yüksek endüstrilerde düşük karlı firmaların varlığını gözlemlemek mümkündür.

Buna dayalı olarak kaynaklara dayalı yaklaşımın geliştirmek ve savunmak istediği argüman, kar potansiyeli yüksek veya düşük endüstrilerde faaliyet göstermek uzun dönemde firma karlılığını belirleyen nihai belirleyici değildir; nihai belirleyici, firmaların sahip olduğu üretken kaynak ve kabiliyetlerdir. O halde karlılık derecesi firmaların sahip olduğu firmaları sahip olduğu üstün/düşük kaynak ve kabiliyetler ile doğru orantılıdır. Grant’a göre, bir firmanın kaynakları; “üretim araçları, iş görenlerin yetenekleri, patentler, marka adları dahil üretim sürecindeki girdileri”, kabiliyetleri ise, “söz konusu kaynakların hep birlikte takım çalışmalarının sonucunda yapabilecekleridir” (1991:118-120). Diğer bir ifade ile kaynaklar bir firmanın “sahip” olduğu bireysel varlıkları; kabiliyetler ise, bunların ortak iş “yapma” yeteneğini ifade

eder. Bu noktada işletmedeki her birimin işletmeye değer katmada aynı derecede önemli olup olmadığı araştırılmalıdır. İşletme için önemli; ancak değer yaratmayan birimler dışardan temin (outsourcing) edilebilir. Dış kaynaklardan yararlanmayı; “işletmenin kendi içinde üretebileceği veya sağlayabileceği; ancak işletme için yeterli katma değer yaratmayan, ürün ve hizmetlerin dışarıdan sağlanması” şeklinde tanımlayabiliriz. Coşkun’a göre, firmaların öz yetkinliklere odaklanarak rekabet avantajı oluşturmak adına dış kaynak kullanımına gittikleri görülmektedir (Coşkun, 2002:199). Peki temel yeteneği nasıl tanımlamalı, Prahalad ve Hamel (1990:84), temel yeteneği; “özellikle farklı üretim tekniklerinin ve çok farklı teknolojik süreçlerin organizasyon tarafından toplu olarak öğrenilmesi” şeklinde tanımlamaktadır. Koçel (2001:314) ise, temel yeteneği; “bir işletmeyi başka bir işletmeden ayıran, işletmenin vizyonunu gerçekleştirmesinde rol oynayan, rakipler tarafından kolayca taklit edilemeyen bilgi, beceri ve yetenek” şeklinde tanımlamaktadır.

O halde sorulması gereken, stratejik kaynakları (core competence), stratejik olmayan kaynaklardan ayıran temel nitelikler nelerdir? Kaynaklara dayalı görüşün öncülerinden Hamel (1994), stratejik kaynaklara dayalı temel yetkinliklerin özelliklerini şu şekilde sıralamaktadır:

1. Bir yetkinlik yeteneklerin entegrasyonudur. Temel bir yetkinlik; bir tek veya bağımsız yetenek ve teknolojiler değil, yetenek ve teknolojilerin oluşturduğu bir sentezdir.
2. Bir yetkinlik, bir varlıktan daha fazla bir şeydir. Temel bir yetkinlik, muhasebe anlamında bir “varlık” değildir. Yetkinlik; cansız bir şey değil, bir aktivite, düzensiz öğrenmenin kümülatif bir sonucudur. Örneğin; kalite değil, kalite yönetimi bir yetkinliktir. Yetkinlikler, hem gizli, hem de açık olabilirler.
3. Yetkinlikler, müşteri algılamasına dayanan önemli bir “yarar” katkısında bulunmalıdır. Yetkinlikler, bir firmanın müşterisine “yarar” sunmasını olanaklı kılmalıdır.
4. Yetkinlikler, rakiplerden farklılaşmayı sağlamalı. Herkes tarafından sağlanan bir yetenek, yetkinlik olarak görülemez. Yetkinliğin her tarafta mevcut olmaması ve rakiplerin yetkinliği kolay taklit etmemesi gerekir.

5. Yetkinliklerin yeni pazarlara açılabilmesi için geçit olması gerekir. Bir işletmenin temel yetkinliği marka yönetimiye bunu kolaylıkla başka sektörlere geçmek için bir köprü olarak kullanabilir. Örneğin; Marlboro'nun sigara markası yetkinliğini hazır giyim markası yönetimine uygulaması gibi.

Görüldüğü üzere bir işletmenin sahip olduğu yeteneklerden “temel yetenek” niteliğinde olanların sayısı çok fazla olmayacaktır. Temel yetenek konusunu daha somut hale getirmek için şöyle bir bakış açısı yararlı olacaktır. İşletmeler, kendilerini belirli ürünleri üreten birimler olarak görmek yerine, bu ürünlerin üretilmesini sağlayan bilgi ve yeteneklere sahip birimler olarak görmelidir (Koçel: 2001:314). Böylece kendilerine rekabet avantajı sağlayacak kaleler inşa edebilirler.

İşletmenin rekabet avantajlarının gerçek kaynakları, işletme genelinde temel yetenekleri ile bağlantılı olarak yönetimin başarısında, teknolojinde, know-how ve üretim becerisinde yatar. Önemli olan sadece teknoloji ve diğer yeteneklere hakim olmak değildir. Pazarda değerlendirilmesinde müşteriler tarafından ek yarar olarak algılanan ve bu sayede işletmenin stratejik başarısına etkisi olan kaynakların örgütsel öğrenme prosesleri ile kombinasyonu ve koordinasyonu da önemlidir.

Özetle, kaynaklara dayalı görüşe göre, her işletme kendi yaşam süreci içerisinde geliştirdiği ve kendine özgü özellikler taşıyan bazı temel yetkinlikler geliştirir. Bu temel yetkinlikler işletmenin dinamizminin temel kaynaklarını oluşturur. Temel yetkinlikler; sadece işletmenin nerede iyi olduğunu tespit etmeye değil, aynı zamanda hangi pazarlara doğru yönelmesi gerektiği konusunda da fikir verecektir. Kısaca, kaynaklara dayalı görüşe göre, işletmelerin hangi stratejiyi seçeceklerini, hangi ölçüde başarı ile uygulayacaklarını ve hangi pazarlara doğru yönelebileceklerini sahip oldukları temel yetkinlikler belirleyeceklerdir (Barca, 2002a:38). Bunun sonucunda firmanın rakiplerine göre daha fazla karlılık sağlaması beklenmektedir.

3.3. Kar Farklılığını Sürdürülebilir Kılma Stratejileri

İki yaklaşımın aynı sektördeki firmaların kar farklılıklarının nedenleriyle ilgili tezleri yukarıda ele alınmıştır. Bu konudaki yanıtlanması gereken ikinci soru ise, bu karlılığı uzun süreli kılabilmek için uygulanması gereken stratejiler nelerdir sorusudur. Aşağıda

bu sorunun yanıtı iki yaklaşım açısından incelenmiştir.

3.3.1. Pozisyon Yaklaşımı Stratejisi

Piyasalardaki yoğun rekabete rağmen, bazı firmalar endüstri ortalamasının üzerinde karlılıklarını nasıl devam ettirmektedir? Pozisyon yaklaşımına göre, bazı endüstri ve firmalar arasındaki kar farklılıklarını eşitlemeyi önleyen rekabeti engelleyici bir takım bariyerler vardır ve bu bariyerler kar farklılıklarının uzun vadede bile devam etmesini olanaklı kılmaktadır.

Porter'a göre, her sektörün sahip olabileceği bazı iktisadi ve teknik özellikler yukarıda incelenen beş temel rekabet gücünü etkilemek açısından son derece önemlidir. Bir sektöre yeni katılan firmalar, beraberlerinde getirdikleri yeni kapasite, pazar payı elde etmek arzusu ve önemli bazı kaynaklar dolayısıyla fiyatları aşağı çekmek suretiyle karlılığı azaltabilir veya sektördeki firmalara ilave maliyet yükleyebilirler. Bu yöndeki tehdit; giriş engelleri yüksekse veya sektöre yeni girecek firmaya karşı yoğun bir misilleme söz konusu ise, düşük olur.

Porter, karlılığı azaltıcı risklere (potansiyel girişlere) sektörün giriş engellerine sahip olmasını veya sektördeki firmaların girişe karşı kendilerinin önlem almasını önermektedir. Porter'ın önerdiği başlıca giriş engelleri aşağıda incelenmiştir.

-Ölçek ekonomileri: Ölçek ekonomileri, işletme büyüklüğüne bağlı olarak elde edilen maliyet avantajlarını ifade etmektedir. Ölçek ekonomilerinin kaynakları olarak, standart ürünlerin seri üretimi sonunda maliyetlerin kısılması, hammadde ve yardımcı malzemelerin büyük miktarlarda alınmasıyla sağlanan iskontolar, yüksek üretim miktarlarına bağlı olarak azalan sabit giderler ve reklamlar ölçek ekonomileri arasında gösterilebilir (Lipsey ve diğ., 1989:267). Bu durumda yeni bir işletme küçük bir ölçekle girmenin getireceği önemli maliyet dezavantajlarını veya büyük ölçekle girmek için gereken önemli sermaye maliyetini göz önüne almak zorunda kalacaktır. Öte yandan, birden fazla alanda faaliyet gösteren firmalar, ölçek ekonomisine tabi olan operasyon ve fonksiyonlarını diğer alanlarda da kullanarak ölçek ekonomisine benzer bir şekilde

potansiyel katılımcıları piyasaya girişten caydırabilirler. Bu etki, belirli bir ürünü üreten firmanın başka bir ürünü de mevcut kapasitesi ile üretme olanağına sahip olması durumunda her iki ürün açısından ortak maliyetler söz konusu olacağından artar. Keza, firmaların sahip olduğu maddi olmayan varlıkların (markalar, bilgi birikimi v.b.) paylaşılması halinde mevcut firmalar büyük ölçüde tasarruf edeceği için piyasaya yeni giren firmalar dezavantajla karşılaşacaktır. Son olarak, dikey entegrasyonun mevcut olduğu sektörlerde piyasaya yeni girecek firmaların da entegre olarak piyasaya girmeleri gerekir; aksi halde, ürünlerinde kullanacağı girdilerle veya pazarlarla ilgili engellemelerle ya da maliyet dezavantajıyla karşılaşır (Porter, 2000:8-10).

-Ürün farklılaştırması: Sektörde yer edinmiş olan firmalar, geçmiş performanslarından (reklam, müşteri hizmetleri), ürünlerinin farklılığından veya sektörde ilk firma olmalarından kaynaklanan marka tanınmışlığına veya müşteri sadakatine sahip olabilirler. Bu durum, mevcut müşteri sadakatinin üstesinden gelebilmek için ilave gidere neden olarak yeni giren firmalar için bir giriş engeli oluşturabilir (Koutsoyiannis, 1997: 34).

-Sermaye gerekleri: Reklam veya ar-ge faaliyetleri için büyük bir sermayeye ihtiyaç duyulması halinde bu faaliyetlere yönelik yatırımlar riskli ve telafi edilemez nitelikte olduklarından bu gereksinim piyasaya yeni giren firmalar için önemli bir giriş engeli haline gelir.

-Geçiş maliyetleri: Bir tedarikçinin ürününden bir başkasının ürününe geçen alıcı, elemanların yeniden eğitimi, yeni yardımcı ekipman temini, yeni bir kaynağı test etme gibi faaliyetler dolayısıyla bazı maliyetlerle karşılaşabilir. Bu maliyetler de piyasaya yeni giren firmalar için bir engel oluşturabilir.

-Dağıtım kanallarına erişim: Sektöre yeni girmiş olan firmanın, ürününün dağıtımını garantiye alma ihtiyacı, bir giriş engeli teşkil edebilir. Toptancı ve perakendeci kanalları ne kadar sınırlı olursa ve mevcut rakipler bu kanalları ne kadar sıkı bir şekilde kendilerine bağlamışlarsa, o sektöre giriş de o kadar zor olur.

-Ölçekten bağımsız maliyet dezavantajları: Sektörde yer edinmiş firmalar, markalı ürün teknolojilerine (patentler veya gizlilik yoluyla firmanın özel ürünlere, bilgi birikimine

veya özgün tasarıma sahip olması), hammaddelere rahat erişim olanağına, elverişli yerlere, ayrıcalıklı devlet desteğine ve deneyime sahip olmak suretiyle ölçekten bağımsız ve sektöre yeni girecek firmalar tarafından taklit edilemeyecek bazı maliyet avantajı elde edebilirler. Bu durum piyasaya yeni girecek firmaları engelleyebilir ve giriş yapmaktan caydırabilir (Porter, 2000:13-14).

-Devlet politikaları: Devlet; lisanslar, hammaddeye erişim standartları, çevre, gıda ve sağlıkla alakalı standartlar gibi denetimlerle veya korumacılık politikalarıyla sektörlere girişi sınırlayabilir veya tümden ortadan kaldırabilir (Stiglitz, 1996:349; Karakaya ve Stahl, 1991: 20).

3.3.2. Kaynaklara Dayalı Yaklaşım Stratejisi

Kaynaklara dayalı görüşe göre, kar farklılıklarının nedeni pozisyon okulunun öne sürdüğü gibi rekabeti önleyici giriş engelleri değil, stratejik öneme sahip kaynak ve kabiliyetlerin rakipler tarafından kolay taklit edilememesiyle ilişkilendirilmelidir. Giriş engelleri analiz edildiklerinde, köklerinin işletmenin kendi içinde geliştirdiği kaynak ve kabiliyetlere dayandığı (taklit engelleri) görülecektir. Halbuki giriş engelinden hareketle açıklama yapma yoluna gidenler; analiz birimi olarak, işletmeyi değil pazarı almaktadırlar(pazara giriş engelleri). Dolayısıyla, kaynaklara dayalı yaklaşım, pazar düzeyinde girişi engelleyici faktörlerin değil, işletmeler düzeyindeki taklidi engelleyici faktörlerin esas alınması durumunda işletmeler arası rekabet avantajı farkının “uzun vadede” sürdürülebilir olacağını vurgulamaktadırlar (Barca, 2002b:38).

Kolay taklit edilememenin nedenlerini ise, Barney (1991), şu unsurlara bağlamaktadır:

1. Özgün tarihsel koşullar: İşletmeler gibi örgütler de birer tarihsel varlıktır ve bazı kaynak ve kabiliyetleri elde etme, geliştirme ve stratejik amaçlar için kullanma onların belli yer ve zaman içerisindeki tarihsel yürüyüşlerine bağlıdır,
2. Sosyal komplekslik: İşletmeler sosyal varlıklardır ve sosyal ve kolektif birer fenomen olan örgütsel süreç rutinleri istenildiğinde hemen elde edilemezler,
3. Nedensel belirsizlik: Kaynak ve kabiliyetler ile sistematik rekabet avantajları arasındaki nedensellik bağı kolay gözlenemez veya ancak eksik gözlemlenebilir.

Bu üç nedenden dolayı karlı firmalar kolay taklit edilemez ve dolayısıyla uzun vadede kar farklı yaratmaya devam ederler.

3.4. Pozisyon Yaklaşımı ve Kaynaklara Dayalı Yaklaşımın Açıklamaları Birbirlerini Dışlıyor Mu, Tamalıyor Mu?

Daha önce de ifade edildiği gibi Wernerfelt (1984), kaynaklara dayalı yaklaşımı pozisyon yaklaşımına bir tez olarak değil, onu tamamlayan bir görüş olarak öne sürmüştür. Fakat daha sonraki strateji yazarları kaynaklara dayalı yaklaşımı farklı bir yaklaşım olarak sunma çabası içine girmişlerdir.

Sürdürülebilir rekabet avantajının kaynağını sadece piyasa yapısına bağlamak ve firmaların iç yeterliliklerini göz önüne almamak, ya da sadece firmaların iç yeterlilikleriyle rekabet avantajını açıklamak; yetersiz ve hatta tehlikeli olabilir. Diğer bir ifade ile sürdürülebilir rekabet avantajı, hem pazar yapısının ve giriş/çıkış engellerinin; hem de temel yetkinliklerin bir sonucudur.

Aşağıdaki tabloda, firmaların performansı hakkında hem dış pazar faktörlerinin hem de işletme içi faktörlerin önemli olduğunu ortaya koymaktadır. Firmaların performans farklarının kaynağını ortaya koymaya yönelik üç ayrı çalışmada bir birine yakın sonuçlar elde edilmiştir.

Tablo 9'dan görüleceği gibi, yapılan çalışmalar birbirine yakın sonuçlara varmışlardır. Ayrıntılar bir kenara bırakılırsa, pazar faktörlerinin etkisinin %20, şirket içi faktörlerin etkisi ise, %46 civarındadır (geriye kalan ise, açıklanamayan faktörlerin etkisidir). Buradan, her iki kategorideki faktörlerin etkisinin ihmal edilemeyecek derecede büyük oldukları sonucu çıkarılabilir.

Tablo 9 : İşletmeler Arasındaki Kar Farklılıkları Bulgularının Karşılaştırması

Kaynak	Schmalensee (1985)	Wernerfelt ve Montgomery(1988)	Rumelt (1991)
Şirket	X	2.65	0.80
Pazar	X	X	8.28
Pazar-Yıl	X	X	7.84
TOPLAM PAZAR ETKİSİ	19.46	19.48	16.92
Hisse	0.63	-0.18	X
Hisse-Pazar Kovaryansı	-0.62	X	X
İşletme Birimi	X	X	46.38
İşletme Birimi-Yıl	X	X	36.70
TOPLAM İŞLETME ETKİSİ	80.54	80.52	83.54
Toplam	100.00	100.00	100.00

X: Araştırmacının spesifik olarak incelemediği unsurlar.

Kaynak: Barca (2003:40)

Söz konusu iki yaklaşımın birbirine alternatif mi, yoksa birbirini tamamlayan nitelikte mi olduklarına bir de strateji geliştirme açısından bakmak yararlı olacaktır. Strateji geliştirme, uzun vadede rekabet avantajı elde etmek amacıyla “bir işletmenin iç kaynaklarının dış çevresi ile ilişkilendirilmesi” olarak görülebilir. Dolayısıyla, strateji geliştirme, dış (pazar yapısının değerlendirilmesi ve pazar güçlerine karşı pozisyon alma) ve iç (temel yetkinliklerin belirlenmesi ve geliştirilmesi) çevrenin rakiplere karşı avantaj sağlayacak değişik kombinasyonlarda birleştirilmesini gerektirir. O halde sürdürülebilir rekabet avantajı için bir yandan “pazar pozisyonu”, diğer yandan “temel yetkinlikler” geliştirmek kaçınılmaz olacaktır (Barca, 2003:40-41).

Yukarıdaki açıklamalardan da anlaşılacağı gibi, pozisyon ve kaynaklara dayalı yaklaşım birbiri ile çatışma halinde değil tamamlayıcıdır. Rekabet avantajı oluşturmada biri piyasayı, diğeri ise, firmayı ön plana çıkarmaktadır.

3.5. Stratejik Yönetim Yaklaşımında Öne Sürülen Giriş Engelleri Rekabet Hukuku İle Çatışıyor Mu, Uyuşuyor Mu?

Yukarıda da açıklandığı üzere, özellikle rekabet avantajının sürdürülmesi noktasında ortaya konan bazı stratejiler firmalar için karın devamlılığını sağlamakla birlikte, diğer taraftan piyasaların düzenlenmesi ve rekabetin sağlanması noktasında bazı aksaklıkların ortaya çıkmasına neden olabilmektedir. Rekabet avantajı sağlamak için geliştirilen bir strateji, firmaların rekabet yasalarıyla karşı karşıya gelmelerine yol açabilmektedir. Karın sürdürülmesi noktasında, bu konudaki yaklaşımları ayrı ayrı değerlendirdiğimizde; pozisyon yaklaşımının öne sürdüğü giriş engelleri kaynakları şunlardır: Ürün farklılaştırma, dağıtım kanallarına sahiplik, mamul değiştirme maliyeti, hükümet politikaları, ölçekten bağımsız maliyet dezavantajları (rakipler tarafından kolaylıkla taklit edilemeyen, ölçüğe bağlı olmayan avantajlar); hammaddeye rahat erişim, markalı ürün teknolojisi, elverişli yerler, devlet destekleri, öğrenme veya deneyim eğrisi, beklenen misillemeler, fiyat politikası ve mutlak maliyet avantajları.

Bir sonraki bölümde daha ayrıntılı olarak incelenecek olan bu giriş engellerinden bazılarının firmalar tarafından uygulanması, rekabet yasalarınınca yasaklanmıştır. Dolayısıyla, rekabet avantajı sağlayan bazı stratejiler, rekabet yasasıyla çatıştığı için piyasalarda serbestçe uygulanamaz.

Rekabet yasasının 4., 6. ve 7. maddeleri, rakip teşebbüslerin kendi aralarında anlaşarak rekabeti kısıtlamalarını, hakim durumdaki teşebbüslerin bu durumlarını kötüye kullanmalarını ve piyasayı etkileyebilecek derecedeki birleşme ve devralmaları yasal süreçlere tabi tutmuştur. Yukarıda saydığımız üç maddede de eğer piyasalar önemli oranda etkileniyor ise, rekabet yasaları ilgili teşebbüsler hakkında şikayete bağlı veya kendiliğinden soruşturma açabilir. Ancak bazı şartların sağlanması halinde teşebbüslere muafiyet tanınabilmektedir.

Kaynaklara dayalı yaklaşımın karın uzun süre sürdürülebilir kılınmasına yönelik yaklaşımı ise, taklit engellerine dayanmaktadır. Bu yaklaşıma göre, firmaların kendi öz yetkinliklerine dayalı, rakipler tarafından kolaylıkla taklit edilemeyecek ürün veya hizmetleri karı sürekli kılar. Dolayısıyla firmalar taklit edilemeyen ürünler üretmelidirler. Bunu uzun süreli kılma için patent ve know-how ile desteklemelidirler. Bu yönüyle bakıldığında kaynaklara dayalı yaklaşım ile rekabet yasalarının hem karın farklılaştırma noktasında; hem de sürdürülmesi noktasında aynı araçları ön plana çıkardıklarını görmekteyiz.

Sonuç

Bu bölümde iki soruya yanıt aranmaya çalışılmıştır. Bunlar; (1) Aynı pazar şartlarında faaliyet gösteren firmaların bazıları uzun vadede sürekli kar ve rekabette avantajlı iken neden diğerleri aynı şekilde başarılı değildir, kar veya rekabet avantajının kaynağı nedir? (2) Piyasalardaki rekabete rağmen uzun vadede bu kar veya rekabet avantajının elimine edilmesini önleyen nedenler veya stratejiler nelerdir? Ve bu yaklaşımların Rekabet Hukuku'yla örtüşme ve çatışma noktaları nelerdir?

Firmaların rekabet avantajının kaynağıyla ilgili stratejik yönetim düşüncesinde iki farklı yaklaşım ortaya çıkmaktadır: Pozisyon ve kaynaklara dayalı yaklaşım. Öne çıkan iki yaklaşım da teorilerini ampirik bulgularla desteklemektedirler. Pozisyon yaklaşımı; rekabet avantajı yaratmada endüstri yapısı ve endüstri yapısı içinde firmanın almış olduğu pozisyonu, rekabet avantajı yaratmada ön plana çıkarırken, kaynaklara dayalı yaklaşım ise, firmanın kendi içerisinde geliştirdikleri ve rakiplerine göre daha iyi iş yapmalarını, ön plana çıkarmaktadır. Amerika'da yapılan ampirik çalışmalar ise, her iki teorinin de rekabet avantajı yaratmada geçerli argümanları savunduğunu doğrular niteliktedir. Bu çalışmanın sonucuna göre, rekabet avantajı veya firma performansı açısından pazar faktörlerinin %20, işletme içi faktörlerin ise, %46 civarında etkili olduğu belirlenmiştir. Elde edilen sonuçlar her iki faktörün de firma performansını ihmal edilemeyecek derecede etkilediğini ortaya koymaktadır.

Rekabet avantajını veya firma karlılığını uzun süre sürdürebilme başarısının nedenleri olarak da farklı argümanlar ortaya konmaktadır. Pozisyon yaklaşımına göre, firmaların karlılığını etkileyecek potansiyel gircilere karşı giriş bariyerleri oluşturulabilir. Bu bariyerlerin bir kısmı endüstri yapısıyla ilgili iken bir kısım bariyerler de firmalar tarafından geliştirilebilir. Diğer taraftan kaynaklara dayalı yaklaşımın kar farklılığını sürekli kılmaya yönelik stratejisi ise, pozisyon yaklaşımının aksine pazar düzeyinde giriş engelleyici değil, işletmeler düzeyinde taklidi engelleyici faktörlerin esas alınması yönündedir.

Firmaların karlılıklarını sürdürülebilir kılma noktasında ortaya koydukları stratejiler, bazen rekabet yasalarıyla çatışmaktadır. Özellikle karlılığın kaynağının piyasa yapısına bağlandığı pozisyon yaklaşımında öne sürülen bazı stratejileri (örn, mutlak maliyet avantajları, fiyatlandırma politikaları) rekabet yasalarıyla yasaklanmıştır. Diğer taraftan

kaynaklara dayalı yaklaşımın argümanları ise, rekabet yasasıyla çatışmamakta; hatta rekabet yasasının oluşturmak istediği rekabet ortamını geliştirici rol oynamaktadır.

Çalışmamız açısından önemli bir nokta ise, yukarıdaki ampirik çalışmanın sonuçlarıyla ilgilidir. ABD’de firma performanslarının %20’si pazar faktörlerinden (firma dışı faktörlerden) kaynaklanmaktadır. Kurumsallaşmış ve rekabet kültürünün oturmuş olduğu bir piyasada bile, firma performansını bu denli önemli etkileyen bir oran, henüz kurumsallaşmamış, siyasi, sosyolojik ve ekonomik temelleri netleşmemiş ülkemizde firma performanslarının çok daha büyük bir kısmı pazar kaynaklı olabileceği ihtimalini güçlendirmektedir.

Daha net ifade etmek gerekirse, 1890 yılından itibaren Antitröst yasalarını katı bir biçimde uygulayan bir ülkede bile firma performansının %20’lik bir kısmı pazar kaynaklı ise, henüz 1997 yılından itibaren rekabet yasasını uygulayan ve piyasa ekonomisi ve rekabet kültürü açısından da ABD ile karşılaştırıldığında, ülkemizdeki piyasa faktörlerinin, firmaların karlılıkları üzerinde çok daha önemli bir rolü olduğu iddia edilebilir. Piyasaları rekabetçi bir yapıya kavuşturma amacı olan rekabet yasasının bu açıdan çok önemli bir misyonu yerine getirmeye çalıştığını ifade edebiliriz.

Bu bölüm bir sonraki bölüm için bu yönüyle önemli bir katkı sunmaktadır.

BÖLÜM 4: GİRİŞ ENGELLERİNE REKABET HUKUKU AÇISINDAN YAKLAŞIM

Bu bölümde, ikinci bölümde incelenen ve stratejik yönetim yaklaşımı açısından giriş engelleri oluşturan eylemlerin, Rekabet Hukuku açısından, rekabet yasasında ne şekilde düzenlendikleri incelenecektir.

Bu bölümde, giriş bölümünde formüle edilen Rekabet Hukuku hangi eylemleri rekabet ihlali olarak görmektedir sorusuna ayrıntılı olarak yanıt aranmaya çalışılacaktır.

Piyasaya girişlerin engellenmesiyle ilgili düzenlemeler, Rekabet Kanunu'nda rekabeti sınırlayıcı anlaşma, uyumlu eylem ve kararlar (Md.4) ile hakim durumun kötüye kullanılmasını (Md.6) düzenleyen maddeler başlığı altında ele alınmıştır.

4. maddede tek başına piyasada etkili olamayan teşebbüs veya teşebbüs birliklerinin bir araya gelerek piyasaya girişleri zorlaştırmaları veya imkansızlaştırmaları ele alınırken, 6. maddede ise, piyasaya tek başına hakim olan teşebbüsün bu hakimiyetini kötüye kullanarak piyasaya girişleri engellemesi hususu düzenlenmiştir.

Burada değinilmesi gereken bir diğer husus da birleşme ve devralma yoluyla da piyasalarda rekabetin kısıtlanabileceği gerçeğidir. Özellikle birleşme veya devralmalar sonucunda piyasanın yapısı değişebilmekte ve piyasalardan beklenen verimlilik ve rekabet süreci sekteye uğrayabilmektedir. Rekabet Kurumu hangi tür birleşme ve devralmaların Rekabet Kurumu'na bilgi vermeden, hangi tür birleşme ve devralmaların ise, kurumun iznine tabi olduğunu çıkaracağı tebliğlerle ilan edeceğini belirtmiştir²⁹. Birleşme veya devralma neticesinde piyasalardaki rekabetin kısıtlanacağı durumlarda bu tür birleşmelere onay vermeyerek veya şartlı onay vererek, birleşmeler neticesinde ortaya çıkabilecek piyasa aksaklıklarını yakından takip etmektedir³⁰. Bu tür aksaklıklar

²⁹ Rekabet Kanunu uyarınca hangi tür birleşme ve devralmaların bildirilerek izin alınması gerektiğini Rekabet Kurul'u yayınladığı tebliğlerle ilan eder. Nitekim Kurul'un 1997/1 sayılı ilk tebliği bu amaçla yayımlanmıştır. Mevcut düzenlemeye göre, bildirim zorunluluğu için öncelikle ortada kontrolün el değiştirmesine yol açan bir birleşme ya da devralmanın olması gerekir. Örneğin, aynı grubun kontrolü altındaki teşebbüslerin birleşme veya devralmaları Rekabet Hukuku bakımından birleşme/devralma sayılmaz. Bu koşul karşılanırsa bile bildirim zorunluluğu için işlemin taraflarının toplam pazar payının %25'i veya bir önceki yıl elde ettikleri toplam cironun 25 trilyon TL'yi aşması gerekmektedir. Bu eşiklerin altında kalan işlemler için izin başvurusuna gerek bulunmamaktadır.

³⁰ Örnek olarak, Trakmak Traktör ve New Holland NV arasındaki devir işlemi koşullu izne bağlanmıştır. Özetle; İngiltere'de kurulu New Holland N.V. unvanlı teşebbüsün, Koç Grubuna ait Trakmak Traktör ve Ziraat makineleri Ticaret A.Ş. hisselerinin %37.5'ni devralmasına ilişkin işlem 1998 yılında Rekabet

özelleştirme sürecindeki kamu kuruluşları açısından da önem taşıdığından, özelleştirmeden sorumlu Özelleştirme İdaresi Başkanlığı, piyasalarda rekabeti önemli ölçüde etkileyebilecek özelleştirmelerle ilgili olarak Rekabet Kurumu'ndan görüş alarak çalışmalarını sürdürmektedir³¹⁻³².

Devralma ve birleşmelerle piyasalarda yoğunluğun artması piyasaya girmek isteyen teşebbüsleri kararından vazgeçirebilmektedir. Bu bölümde incelenecek rekabet ihlalleri, teşebbüslerin kendi aralarında anlaşarak piyasaya girişi engellemeleri ve piyasadaki hakim durumdaki teşebbüsün bu hakimiyetini kötüye kullanarak girişleri engellemeleriyle ilgili ihlallerdir.

4.1. Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar

Piyasada faaliyet gösteren teşebbüslerin aralarında anlaşarak piyasadaki rekabeti yeni girciler veya mevcut oyuncular aleyhine olacak şekilde, aralarında yazılı veya sözlü olarak yapacakları anlaşmalarla kısıtlamaları mümkündür.

Sosyal yaşamda olduğu gibi, ekonomik ve ticari yaşamda faaliyet gösteren kişi ve kuruluşların da çeşitli şekillerde bir araya gelerek işbirliği yapması ve müşterek davranışlar içine girmesi, olağan ve bazı şartlar altında zorunlu bir davranış biçimidir.

Kurulu'nca inceleye alınmıştır.Yapılan incelemede, Koç Grubu ile New Holland arasında kurulan bu ortaklığın temel olarak traktör ve biçerdöver piyasalarını etkileyeceği belirlenmiştir. Rekabet Kurulu, söz konusu işlemin, traktör piyasasında bir sakınca yaratmayacağına karar verirken, biçerdöver piyasasının arz seviyesinde hakim durumu güçlendirici, dağıtım seviyesinde ise, hakim durum yaratıcı etkisine dikkat çekmiştir. Bu nedenle Kurulca, biçerdöver piyasasına yönelik olarak New Holland'a, Trakmak Traktör ile aynı koşulları yerine getiren diğer teşebbüslere de talep etmeleri halinde eşit davranarak distribütörlük tesis etmesi zorunluluğu getirilmiş, devralma işlemine ancak bu koşulun yerine getirilmesiyle izin verilmesine karar verilmiştir. (Rek Kur. Kar. No:67/517-84, 28.05.1998. R.G.Yay.Tar.04.02.1999, No:23601).

³¹ Rekabet Kurulu, 1998 yılında aldığı bir kararla 19 ayrı bölgede TEDAŞ'a ait elektrik dağıtım tesislerinin özel teşebbüslere devir işlemine bazı koşullarla izin vermiştir. Bu koşullardan en önemlisi, teşebbüslere bölgelerinde münhasıran elektrik dağıtımı ve satışı hakkı veren hükümlerin kaldırılarak, bunun yerine alternatif temin kaynaklarına açık bir sistemin benimsenmesi koşuludur. Tüketicilerin zamanla istedikleri şirketten elektrik alabilmelerini öngören bu koşulla bölgesel tekellerin önüne geçilmesi hedeflenmiştir. Rekabet Kurulu'nca henüz 1998 yılında öngörülen bu sistem, 2001 yılında yürürlüğe giren "Elektrik Piyasası Kanunu"nun temel düzenlemelerinden biri olmuş ve daha rekabetçi bir elektrik piyasasının oluşturulmasına yönelik önemli bir adım atılmıştır. (Rek.Kur. Kar. No: 87/693-138, 16.10.1998. R.G. Yay. Tar. 30.04.2000, No:24035).

³² Ulaştırma Bakanlığı'nın GSM ihalelerine ilişkin yaptığı bildirim, Rekabet Kurulu'nca incelenmiş ve ihale şartnamesine esas teşkil edecek kurul görüşü oluşturulmuştur. Kurulu'n bu görüşünde, GSM 1800 şebekesi için açılacak ihaleye halihazırda GSM lisansına sahip olan teşebbüslerin katılmamaları gerektiği ifade edilmiştir. Söz konusu görüşe göre, cep telefonu pazarında faaliyet gösteren Tuncell ve Telsim gibi teşebbüslerin yeni bir GSM lisansı almaları halinde konumlarını güçlendireceklerine işaret edilmiş, bu çerçevede daha rekabetçi bir GSM piyasasına olanak sağlanmasına yönelik yapısal bir çözüm önerisi sunulmuştur.

Bu tip birliktelikler izlenen amaca göre değişebilmekle beraber, herhangi bir sözleşme unsurunu içermeyen ortak davranışlardan, işbirliğinin had safhaya vardığı hukuki anlamdaki birleşmelere kadar çok çeşitli şekillerde gerçekleşebilirler. Taraflar, gerçekleştirdikleri bu birliktelikler vasıtasıyla verimliliğin artırılması, ekonomik durgunluk veya kriz dönemlerinin aşılması, yüksek yatırım harcamalarının karşılanması, araştırma-geliştirme faaliyetlerinin yürütülmesi gibi çok çeşitli faydalar elde edebilirler. Dolayısıyla, genel olarak davranışların ekonomik açıdan belirli bir mantığa dayandığını söylemek mümkündür (Sanlı, 2000:73).

Bununla birlikte, bir birlikteliğin ticari ve ekonomik yaşam açısından olağan, rasyonel ve hatta zorunlu olması, onun aynı zamanda “hukuken meşru” olduğu anlamına gelmez. Daha öncede ifade edildiği üzere, ekonomik yaşamda faaliyet gösteren kişi ve kuruluşların daimi olarak rekabetten sakınma isteği, bunlar arasında gerçekleştirilen bir birlikteliğin, aynı zamanda aralarındaki rekabeti sınırlandırmak amacına hizmet etmesi ihtimalini beraberinde getirir. Özellikle birlikteliğin rakip konumda olan teşebbüsler arasında gerçekleştiği hallerde, ihtimal belirgin bir şüphe halini almaktadır. Bu nedenle, mevcut tüm rekabet hukuk sistemleri, ekonomik yaşamda faaliyet gösteren teşebbüslerin bir araya gelerek, piyasalardaki rekabeti sınırlayıcı müşterek davranışlar içine girmesini kontrol eden düzenlemeler içerirler.

İşletmeler arası anlaşmalar, genellikle yatay ve dikey anlaşmalar olarak iki kategoride incelenir (Aslan, 2001:71). Yatay anlaşmalar, üretimden tüketime kadar uzanan zincirin aynı seviyesindeki işletmeler arasında (rakipler) yapılan anlaşmalara denir. Dikey anlaşmalar ise, farklı seviyelerdeki işletmeler arasında yapılan anlaşmalardır (Wolf, 1990: 162).

Rekabetin Korunması Hakkında Kanunda, rekabet ihlalleriyle ilgili düzenlemede ilk düzenleme, anlaşmalarla ilgilidir. Kanunun 4. maddesi, “belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma veya kısıtlama amacını taşıyan ya da bu etkiyi doğuran; yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır” diyerek, teşebbüslerin ortaklaşa olarak rekabeti kısıtlamaya yönelik davranışlarını düzenleme altına almıştır. Bu genel yasaklama halinin yanı sıra,

takip eden fıkrada örnek bir takım durumlar öngörülerek, uygulamada sıkça görülen rekabete aykırı davranış biçimlerini örnek kabilinden saymıştır.

Çalışmamıza esas teşkil etmesi açısından giriş engelleriyle ilgili madde 4. maddenin (d) bendinde düzenlenmiştir. Buna göre; “rakip teşebbüslerin faaliyetlerinin zorlaştırılması, kısıtlanması veya piyasada faaliyet gösteren teşebbüslerin boykot ya da diğer davranışlarla piyasa dışına çıkarılması; yahut piyasaya gireceklerin engellenmesi” hukuka aykırı ve yasaktır, diyerek rekabet ihlalleri arasında girişlerin engellenmesini de örnek olarak saymıştır. 4 .maddenin diğer unsurları, çalışmanın birinci bölümünde verildiği için ayrıca burada tekrarlanmayacaktır.

Görüldüğü üzere 4. madde hükmü, birden fazla teşebbüsün bir araya gelerek, birbirleriyle uyumlu, koordineli davranışlarla rekabeti sınırlamaları halini düzenlemekte ve teşebbüsler arasındaki bu irade uyuşması ve işbirliğinin, “anlaşma”, “uyumlu eylem” ve “teşebbüs birliği kararları” olmak üzere üç yolla gerçekleşebileceğini ifade etmektedir. Bu kavramları biraz daha detaylı incelediğimizde ise, her birinin hukuki açıdan belirli bir anlam taşıdığı ve bu kavramların özellikle seçildiği görülecektir. Aşağıda bu kavramlar daha ayrıntılı incelenmiştir.

4.1.1. Anlaşma

Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’da karşılıklı irade uyuşması veya danışıklığa ilişkin olarak öngörülen ilk vasıta “anlaşma”dır. Kanun medeni hukukumuzda karşılıklı mutabakatları ifade etmek üzere kullanılan, “sözleşme” veya “akit” terimlerine değil “anlaşma” terimine yer vermiştir (Sanlı, 2000:76).

Topçuoğlu’na göre, anlaşma deyimi; sözleşme, akit, mukavele kavramları gibi hukuki bağlayıcılık açısından aynı anlamı ifade eden teknik bir kavram değildir (Topçuoğlu, 2001:168).

Aslan’a göre ise, Kanun, “sözleşme” terimi yerine, “anlaşma” kelimesini özellikle seçmiştir. Çünkü burada yazılı, sözlü, zımni her türlü uyuşma anlaşma olarak kabul edilmektedir. Taraflar açısından bağlayıcı olmayan centilmenlik anlaşmaları da tarafların fiilen buna uymaları ve rekabeti sınırlamaları halinde anlaşma olarak kabul edilir (Aslan, 2001:72).

Rekabet Kurulu anlaşmaların yazılı ve imzalı olmasını aramadığı gibi teşebbüsleri ilzam ve temsil yetkisine sahip olmayan, personelin dahi rakip teşebbüslerle ulaştığı yazılı veya sözlü mutabakatları, eğer teşebbüslerin bilgileri doğrultusunda olmuşsa ya da rekabeti sınırlayıcı etkiler doğurmuşsa bunları da anlaşma olarak kabul etmektedir.

Rekabet Kurulu Aygaz kararında (bu karar daha ayrıntılı olarak ileriki bölümde incelenecektir), “Rekabet Hukuku açısından anlaşmalarda şekil şartının aranmadığı, dolayısıyla Gaziantep Tilmen Otel’inde yapılan toplantıya katılan şahısların firmaları temsile yetkili olmadığı ve adı geçen anlaşmada imzalarının bulunmadığı savunmalarının 4054 sayılı Kanun’a aykırı bir anlaşmanın varlığını ortadan kaldırmadığı” sonucuna ulaşmıştır (Aslan, 2001:73). Bu yönüyle anlaşma, iştirak edenlerin kendini bağlı hissettikleri her türlü yazılı veya yazılı olmayan bağlayıcılıktır.

4.1.2. Uyumlu Eylem

İşletmeler arasında bir anlaşmanın varlığı kanıtlanamıyorsa veya aralarında bir anlaşma olmadığı halde kendi bağımsız davranışları yerine geçen ve aralarında pratik işbirliği sağlayan davranışları da eğer rekabeti sınırlayıcı etkiler doğuruyorsa yasaktır. Hukukumuzda yabancı olan bu kavramı, madde bağlamında dil bilgisi açısından değerlendirdiğimizde, “birden fazla kişinin (teşebbüsün) bilinçli olarak birbirleriyle paralel veya benzer davranışlarda bulunması ve bu yolla rekabeti kısıtlaması durumu” şeklinde ifade edebiliriz.

Rekabet Kanunu uyumlu eylem kavramını açıkça tanımlamamış, buna karşılık çeşitli maddelerde oldukça açıklayıcı sayılabilecek hükümlere yer vermiştir. Kanunda öngörülen ve temelde ispat külfetinin düzenlendiği bu hükümler³³, amaca uygun olarak bir araya getirilerek yorumlandığında, uyumlu eylem şu şekilde tanımlanabilir, “uyumlu eylem, bir anlaşmanın varlığının ispatlanamadığı durumlarda, piyasadaki fiyat değişmelerinin veya arz ve talep dengesinin ya da teşebbüslerin faaliyet bölgelerinin, ekonomik ve rasyonel gerekçelere dayandırılmayacak biçimde rekabetin kısıtlandığı

³³ RKHK.’un 4.maddesinin 3. bedine göre “*Bir anlaşmanın varlığının ispatlanamadığı durumlarda, piyasadaki fiyat değişmelerinin veya arz ve talep dengesinin ya da teşebbüslerin faaliyet bölgelerinin rekabetin kısıtlandığı piyasalardakine benzerlik göstermesi teşebbüslerin uyumlu eylem içinde bulduklarına karine teşkil eder*”. Hükümü öngörülmüş, aynı maddenin takip eden bendinde ise,, “*Ekonomik ve rasyonel gerekçelere dayanmak koşuluyla taraflardan her biri uyumlu eylemde bulunmadığını ispatlayarak sorumluluktan kurtulabilir*” kuralını getirmiştir.

piyasalardakine benzerlik göstermesi ve özellikle, piyasaların fiilen paylaşılması, uzun sayılabilecek bir süre piyasadaki fiyatların kararlılık göstermesi gibi hallerde ortaya çıkan teşebbüsler arası bir işbirliği durumudur”.

İşletmeler arasında uyumlu davranışın varlığının kabul edilebilmesi için şu koşullar aranmalıdır (Bael ve Bellis, 1990:212):

-İşletmeler arasında kendi bağımsız davranışları yerine geçen ortak işbirliği olmalıdır.

-Bu işbirliğine doğrudan veya dolaylı bir ilişki ile ulaşılmış olmalıdır.

-Amaç rakiplerin gelecekteki davranışlarındaki belirsizlikleri ortadan kaldırmak olmalıdır.

4.1.3. Teşebbüs Birliği Kararları

Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’da, uyuşma veya danışıklılığa ilişkin olarak öngörülen diğer bir vasıta ise, teşebbüs birlikleri kararları ve eylemleridir. Daha önce de ifade edildiği üzere, rekabet kurallarının muhatabı sadece teşebbüs kavramıyla sınırlı değildir. Sınırlı bir çerçevede kalmak kaydıyla teşebbüslerin çeşitli amaçlar için (özellikle de mesleki dayanışma ve gelişimi sağlamak üzere oluşturdukları) örgütlenmeler de "teşebbüs birliği" adı altında 4. madde çerçevesinde Rekabet Hukuku süjesi olarak kabul edilmektedir. Böylelikle rekabet kurallarının karar veya eylem yoluyla ihlali neticesinde sadece teşebbüslere karşı değil, doğrudan bu birlikler aleyhine soruşturma yürütülmesi ve yaptırım uygulanması da mümkün olabilmektedir (Sanlı, 2000:83).

Rekabet Kanunu’nda, teşebbüs; “piyasada mal veya hizmet üreten, pazarlayan, satan gerçek ve tüzel kişilerle, bağımsız karar verebilen ve ekonomik bakımdan bir bütün teşkil eden birimler” şeklinde; teşebbüs birliği ise, “teşebbüslerin belirli amaçlara ulaşmak için oluşturduğu tüzel kişiliği haiz ya da tüzel kişiliği olmayan her türlü birlikler” şeklinde tanımlanmıştır.

Teşebbüslerin dayanışma amacıyla kurdukları birlikler, nitelikleri icabı, birliğe taraf olan teşebbüsler arasındaki rekabetin sınırlandırılmasına uygun bir ortam hazırlayacak

mahiyettedir. Zira bu tip birlikler, rakip teşebbüslerin kolayca bir araya gelerek piyasadaki rekabet koşullarını müzakere etmelerine olanak sağlayarak ilgili piyasadaki bilgi değişiminin artmasına neden olmakta ve rekabet açısından potansiyel bir tehlike oluşturmaktadır. Bunun yanı sıra teşebbüs birliği kararı, diğer birlikteliklerle kıyaslandığı vakit, çok sayıda teşebbüsün bir araya gelmesi imkanı ve karşılıklıya ihtiyaç duyulmaması hususlarında, rekabetin kısıtlanmasında oldukça elverişli bir vasıta olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Dolayısıyla teşebbüs birliği kararlarının, 4. madde uygulamasında önemli bir yerinin bulunduğunu söylemek yanlış olmaz.

Hukukumuz açısından bakıldığında, “karar” kavramı ile, bir şahıs topluluğunda hukuki bir sonucu gerçekleştirmek üzere iç ilişkiye dayanılarak yeter sayıda şahsın iradelerini aynı yönde açıklamaları ile gerçekleşen hukuki işlemler kastedilmektedir. Çok taraflı hukuki işlem olarak kabul edilen kararlar, topluluğun dış ilişkilerinde doğrudan etkide bulunmamakta ve kural olarak sadece iç ilişkide hüküm doğurmaktadır. Kararın ortaya çıkabilmesi için gerekli yeter sayı ise, iç ilişkiye göre tespit edilmekle birlikte, genellikle oy çokluğu yeterli olmaktadır. Dolayısıyla, anlaşmadan farklı olarak, kararın ortaya çıkabilmesi için irade beyanlarının karşılıklı olması gerekmediği gibi, taraflar arasında mutlak bir uyuşmanın bulunması da gerekli değildir (Sanlı, a.g.e.: 83).

Rekabet yasasında ticari hayattaki rakipler arasında yapılan tüm anlaşmalar yasaklanmamıştır. Bazı hallerde, pazarın farklı seviyelerinde faaliyet gösteren üreticiler (ya da sağlayıcılar) ile dağıtıcı olarak çalışan bayiler ya da distribütörler arasındaki anlaşmalar ve uygulamalar sebebiyle de rekabet sınırlandırılabilir. Genellikle dağıtıcının satış fiyatının üreticiler ya da sağlayıcılar tarafından belirlendiği, dağıtıcıların bölgesi dışından gelen talepleri karşılamasının engellendiği ya da rakip mallara getirilen satış yasağı gibi haller, rekabetin dikey olarak sınırlanması olarak kabul edilir. Başta dağıtım sözleşmeleri olmak üzere dikey anlaşmalardaki hangi tür hükümlerin rekabeti ciddi şekilde sınırladığı Rekabet Kurulu'nun 2002/2 sayılı Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyet Tebliği'nde açıklanmıştır.

Rekabet Kurulu, Kanun uyarınca bu türde anlaşma, karar ve eylemleri araştırmak, soruşturmak ve bu anlaşmalarla ilgili yaptırımları içeren kararlar vermek yetkisine sahiptir. Kurul, ilgili teşebbüslerin başvurusu üzerine bir anlaşmanın, kararın ya da

eylemin Kanunun 4. maddesine aykırı olmadığını tespit ederse Kanunun 8. maddesine dayanarak bir menfi tespit belgesi verebilir.

Diğer yandan, rekabeti sınırlayan ve bundan dolayı 4. madde kapsamına giren kimi anlaşma ve kararlar, aynı zamanda malların üretimi veya dağıtımında iyileşme sağlanmasına veya teknik ya da ekonomik gelişmeye katkıda bulunmaya yönelik yararlı etkiler taşıyabilmektedir. Bu nitelikteki anlaşmalar, Kanunun 5. maddesi çerçevesinde 4. maddenin yasaklayıcı hükümlerinden bireysel olarak muaf tutulabilir.

Rekabet Kurulu, anlaşmalara tanıdığı bireysel muafiyet dışında, yukarıda anılan nitelikte olumlu etkiler taşıyan anlaşma türlerine yönelik grup muafiyet tebliğleri çıkarmıştır. Kurulca verilen menfi tespit ve muafiyet kararları Kanunun 13. maddesinde belirtilen şartlar çerçevesinde geri alınabilir.

4.2. Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Suretiyle Girişlerin Engellenmesi

Piyasaya girişlerin engellenmesiyle ilgili rekabet yasasındaki ikinci düzenleme, hakim durumun kötüye kullanılmasıyla ilgili düzenlemedir. Rekabet yasasının tanımlar bölümünde hakim durum; “belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü” olarak tanımlanmıştır.

Rekabet ihlallerinde çok önemli bir yer tutan hâkim durumun tespiti rekabet ihlalleri incelemelerinde ilk olarak tespiti yapılan basamaktır. Çünkü, bir teşebbüsün rekabet ihlali nedeniyle hakkında soruşturma açılabilmesi için o teşebbüsün ilgili piyasada hakim durumda olması gerekmektedir. Hakim durum, bir firmanın tek yanlı davranışlarıyla rekabeti bozma, engelleme veya sınırlama gücüne sahip olmasını ifade eder. ATAD (Avrupa Topluluğu Adalet Divanı) ve AT Komisyonu hakim durumu; rakiplerden, sağlayıcılardan ve müşterilerden bağımsız davranarak etkin rekabeti önleme gücü şeklinde tanımlamaktadır. ATAD’ın bu tanımlaması artık sabitleşmiş ve hemen hemen her olayda uygulanmaktadır (Korah, 1984:397). Gül’e göre Hakim durum, “bir ya da birden fazla teşebbüsün pazarda güçlü bir konumda bulunmasını” ifade eder. Diğer bir deyişle teşebbüsün pazarda rekabeti önleme veya serbestçe davranabilme ya da istediği stratejiyi pazara kabul ettirebilme gücüne sahip olmasını ifade eder (Gül, 2000:8).

Kanun koyucu hakim durumun tanımını yaparken, ekonomik parametreleri belirleyebilme gücünü hakim durumun göstergesi olarak kabul etmiştir. Gerçekten fiyat, arz gibi ekonomik parametreler rekabetçi bir pazarda talep ve arz kanununa göre serbestçe oluşur. Rekabet yasasında hakim durum yasaklanmamıştır. Ancak bu hakim durumu kötüye kullanmak yasaklanmıştır. Hakim durumun kötüye kullanılmasını düzenleyen 6. maddede kötüye kullanmanın tanımı yapılmamış ancak kötüye kullanma halleri bir sınırlandırmaya tabi tutulmaksızın örnek mahallinden açıklanmıştır.

Rekabet yasasında hakim durumu kötüye kullanma halleri:

- 6/a; ticari faaliyet alanına başka bir teşebbüsün girmesine doğrudan veya dolaylı olarak engel olunması ya da rakiplerin piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırılmasını amaçlayan eylemler,
- 6/b; eşit durumdaki alıcılara aynı ve eşit hak, yükümlülük ve edimler için farklı şartlar ileri sürerek, doğrudan veya dolaylı olarak ayrımcılık yapılması,
- 6/c; bir mal veya hizmetle birlikte, diğer mal veya hizmetin satın alınması veya aracı teşebbüsler durumundaki alıcıların talep ettiği bir malın veya hizmetin, diğer bir mal veya hizmetin de alıcı tarafından teşhiri şartına bağlanması ya da satın alınan bir malın belirli bir fiyatın altında satılmaması gibi tekrar satış halinde alım satım şartlarına ilişkin sınırlamalar getirilmesi,
- 6/d; belirli bir piyasadaki hakimiyetin yaratmış olduğu finanssal, teknolojik ve ticari avantajlardan yararlanarak başka bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabet koşullarını bozmayı amaçlayan eylemler,
- 6/e; tüketicinin zararına olarak üretimin, pazarlamanın ya da teknik gelişmenin kısıtlanması, şeklinde sınıflandırmıştır.

Aslan (2001:232), kötüye kullanmayı, “bir hakim işletmenin rekabeti sınırlayıcı, bozucu veya engelleyici olan veya kendisine haksız avantajlar sağlayabilecek olan her türlü davranışı” şeklinde tanımlamıştır.

Rekabet Kurumu'na yapılan bir başvuruda³⁴, CVRD (Companhia Vale Do Ro Doce) firmasının Erdemir A.Ş'nin demir cevheri ve paleti taşıması ihalesinde, hammadde sağlayıcısı olarak sahip olduğu hakim durumu aşırı fiyat indiriminde bulunarak kötüye kullandığı ve piyasaları yeni teşebbüslerin girişine kapattığı iddiasıyla ilgili olarak, anılan pazarda şikayet edilen teşebbüsün hakim durumda olmadığı dolayısıyla bir ön araştırma yapılması ya da soruşturma açılmasına gerek olmadığına karar vermiştir.

Daha sonra inceleneceği üzere, Kurulun bu gibi durumlarda ilk baktığı ilgili piyasada hakim durumda olup olmadığıdır. Eğer hakkında soruşturma yapılan teşebbüs ilgili piyasada hakim durumda değilse, uyguladığı fiyat maliyetlerin altında bile olsa, rekabeti önemli ölçüde etkilemediği için kurul tarafından soruşturma yapılmaz.

Çoğunlukla hakim durum kavramı ile tekel kavramı birlikte kullanılmaktadır. Oysa bu iki kavram farklı anlamlar içermektedir. Hakim durum, tekel kavramından farklıdır. Gerçekten tekelin anlamından da anlaşılacağı üzere, pazarda tek bir teşebbüs bulunmaktadır. Buna karşılık hakim durum kavramı tekeli de içine alacak biçimde geniştir. Diğer bir deyişle pazarda bir tek teşebbüsün bulunduğu durumda teşebbüs hakim durumdadır. Aynı zamanda söz konusu teşebbüs tekeldir. Buna karşılık piyasada birden fazla teşebbüsün bulunması durumunda teşebbüslerden biri ya da birkaçı hakim durumda bulunabilir. Ancak bu durumda tekelden bahsetmek mümkün değildir.

Hakim durum, teşebbüsün pazarda lider konumda bulunmasından da farklıdır. Teşebbüsün pazarda lider konumda bulunması, fiyat ya da malın kalite avantajına sahip bulunmasıyla mümkündür. Teşebbüsün lider konumda bulunması, pazarda etkin rekabet açısından bir uygunsuzluk yaratmayabilir. Çünkü, lider konumda bulunan teşebbüs rekabet baskısıyla sürekli bir yenilik arayışındadır. Buna karşılık hakim durumda bulunan bir teşebbüs, rekabet baskısından uzak bir konumdadır. Bunun ötesinde piyasadaki koşulları, hakim durumda bulunan teşebbüs belirlemektedir. Pazarda lider konumda bulunma uzun süre aralıksız devam etmişse, pazarda lider konumun hakim duruma dönüştüğünün kabulü gereklidir. Ancak bazı durumlarda bir piyasada, giriş engelleri nedeniyle az sayıda işletme birlikte hakim durumda olabilir. Bu nedenle birlikte hakim durum kavramının da açıklanmasında fayda vardır.

³⁴ Karar No:00-26/275-153 , Dosya Sayısı:D4/ M.Y.-00/5, Karar Tarihi 11.7.2000

Birlikte Hakim Durum: Özellikle oligopolistik özellik gösteren piyasalarda ya da piyasaya girişlerin yasal olarak sınırlı olduğu durumlarda, piyasadaki firmaların sayısının az olması, birlikte hakimlik kavramını gündeme getirmektedir. Birlikte hakim durum, piyasadaki birden fazla teşebbüsün tek bir teşebbüs gibi hareket etmeleri durumunda ortaya çıkmaktadır (Gül, 2000: 16). Rekabet Kanunu'nun 6. maddesi sadece tek başına piyasada hakimliği değil birlikte hakimlik kavramını da düzenlemiştir (Sanlı, 2000:259). Özellikle oligopol piyasalarda birlikte hakimlik sıkça görülmektedir. GSM piyasası bunun bir örneğidir. Bu piyasalardaki teşebbüslerin sayısı sınırlı olduğundan, birbirlerinin hareketlerini çok yakından takip etmektedirler. İş-Tim (Aria) davasında kurul, Turkcell ve Telsim'i GSM piyasasında birlikte hakim durumda değerlendirmiş ve kendilerine alt yapılarını Aria'ya kullandırmadıklarından dolayı ceza vermiştir.

Gerek hakim durumun belirlenmesinde, gerekse teşebbüsler arası anlaşmalarda olsun, Rekabet Kurumu'na intikal eden tüm incelemelerde "ilgili pazar" kavramının ortaya konması soruşturmanın sonucuna etki etmesi açısından son derece önemli bir durumdur.

İlgili pazar kavramı, hakim durumunu kötüye kullandığı iddia edilen bir işletmenin, hangi ürün açısından, hangi coğrafi alanda hakim durumda olduğunun belirlenebilmesi için öncelikle incelenmesi gereken bir konudur (Öz, 2000:152).

İlgili pazarı belirleyen iki temel unsur bulunmaktadır. Birincisi, ilgili coğrafi pazar; ikincisi ise, ilgili ürün pazarıdır (Yanık, 2002:11). İlgili coğrafi pazardan anlaşılması gereken aynı rekabet koşullarına sahip pazar alanıdır. İlgili coğrafi pazar, ülkenin bütünü olabileceği gibi ülke dahilinde yer alan bir bölge de olabilir. Bu bölge diğer bölgelerden rekabet koşulları açısından farklı olmalıdır. İlgili coğrafi pazarın belirlenmesinde bölgenin diğer bölgelerden rekabet koşulları açısından farklılığı yanında tüketici tercihleri de göz önüne alınmalıdır. Diğer bir deyişle söz konusu bölge, tüketici gözüyle rekabet açısından diğer bölgelerden yalıtılmış olmalıdır.

Hakim durumunu kötüye kullandığı iddia edilen firmanın hakkında soruşturma açılabilmesi için, öncelikle firmanın ilgili piyasada hakim durumda olup olmadığı tespit edilmelidir. Hakim durumun başlıca unsurları aşağıda incelenmiştir.

4.2.1. Hakim Durumun Göstergesi Olan Faktörler

Bir teşebbüsün hakim durumda bulunduğunu gösteren değişik ekonomik ve sosyal faktörler vardır. Bu nedenle hakim durumun tespitinde çok yönlü değerlendirme yaklaşımına göre hareket edilmelidir. Diğer bir deyişle pazarda rekabeti etkileyen faktörler, diğer faktörlerin varlığına ya da yokluğuna bağlı olabilmektedir. Bu nedenle rekabeti etkileyen bir faktörün diğer faktörlerle birlikte değerlendirilmesi gereklidir. Bu çerçevede hakim durumun tespitinde göz önüne alınması gereken faktörler; pazar payı, dikey bütünlük, pazara giriş engelleri, fiyat farklılaştırmasıdır (Gül, 2000:12). Bu kavramların da kısaca incelenmesi önem arz etmektedir.

4.2.1.1. Pazar Payı

Bir işletmenin hakim durumunun en önemli göstergelerinden birisi, pazarda sahip olduğu paydır. Pazar payı teşebbüsün ilgili pazarda toplam talep içinde karşıladığı talep miktarıdır. Teşebbüsün pazar payını mutlak pazar payı ve nisbi pazar payı olmak üzere ikiye ayırabiliriz. Mutlak pazar payı, teşebbüsün sahip olduğu pazar payıdır. Buna karşılık nisbi pazar payı, rakiplerinin mutlak pazar payı ile teşebbüsün mutlak pazar payı arasındaki farktır. Pazar payı, bir teşebbüsün ilgili pazarda hakim durumda bulunup bulunmadığının önemli bir göstergesidir. Gerçekten bir teşebbüs yüksek bir pazar payına sahip ise, rakiplerinin pazardaki gücü o derece azdır. Diğer bir deyişle pazar payının yüksekliği teşebbüsün pazardaki serbestisini arttırıcı önemli bir faktördür. Bir veya birden fazla teşebbüsün hakim durumda olduklarının göstergesi olarak pazar payının ne olması gerektiğini kesin olarak belirlemek mümkün değildir³⁵.

Muğla'nın Fethiye ilçesinde faaliyet gösteren 13 fırının aynı ilçede faaliyet gösteren Selena Gıda Sanayi³⁶ (Selena) ünvanlı ekmek fırınının maliyetin altında (yıkıcı fiyata) ekmek satarak rakipleri zor durumda bıraktığı iddiasıyla ilgili soruşturmada, Rekabet Kurumu, Selena Gıda'nın ilgili pazarda hakim durumda bulunmadığı, piyasaya yeni giren bir firma olarak gerek ölçek ekonomisi ve gerekse tanıtım amaçlı olmak üzere, uyguladığı fiyat stratejisinin kötüye kullanma olmayacağı ve hakkında soruşturma

³⁵ ABD'de Yüksek Mahkeme, 1920 yılında , U.S. Steel davasında %40'lık pazar payını tekel olarak kabul etmemiştir (Kovacic ve Shapiro 2000:51). Bir başka birleşme davasında ise,, ABD yüksek mahkemesi, 1962 Brown Shoe Co. Davasında ayakkabı üretim pazarında %4,5'luk bir pazar payının birleşme için engel olduğuna hükmetmiştir.

³⁶ Dosya Sayısı, 2005-3-106, Karar Sayısı, 05-63/902-244, Karar Tarihi, 29.9.2005

açılmasına gerek olmadığı hükmetmiştir. Rekabet Kurumu'nun burada baktığı ilk şart, firmanın hakim durumda olup olmadığıdır. Eğer firma hakim durumda olsaydı, hakkında rakiplerini pazar dışına itmek amacıyla yıkıcı fiyat uygulamaktan soruşturma açılabilirdi.

Hakim durumun belirlenmesinde pazar payı gerekli; fakat tek başına yeterli değildir. Rakiplerin pazar payına da bakmak gerekir. Örneğin; %30 pazar payına sahip bir işletme rakiplerinin pazar payının %1-2'den fazla olmadığı bir pazarda hakim durumda kabul edilebilir(Aslan, 2001:214).

Bu nedenle hakim durumun saptanmasıyla ilgili yargısal araştırmalar pazar payının saptanmasıyla başlar. Çünkü bir işletmenin istihdam sayısı, sermayesinin büyüklüğü, pazarlarının tüm dünyaya yayılmış olması ve üretim miktarı gibi büyüklük göstergeleri yeterli bilgi vermez. Esas olan onun rakiplerine göre nisbi büyüklüğüdür. Bu nedenle işletmenin ilgili olduğu pazardaki payı kadar rakiplerinin payları da önemlidir.

4.2.1.2. Dikey Bütünlük

Dikey bütünlükten anlaşılması gereken üretim zincirinin bir önceki ve sonraki aşamasının aynı teşebbüs tarafından gerçekleştirilmesidir. Ürünün üretim ve dağıtım aşamalarının aynı teşebbüs tarafından yerine getirilmesi teşebbüsün hakim durumda bulunduğunu gösterebilir. Teşebbüsün dikey bütünlüğü gerçekleştirilmesi, rakiplerine göre maliyet avantajı sağlar. Dikey bütünlük özellikle ilgili ürün pazarının dar yorumlanması durumunda teşebbüsün hakim durumda bulunduğunun göstergesi olarak kabul edilebilmektedir (Gül, 2000:13).

Bir işletmenin, üretimden dağıtıma kadar ürünün pazara ulaşmasındaki zincirde her halkayı kendisi oluşturacak şekilde bir bütünlük sağlamış ise, bu rakipler için önemli bir giriş engelidir.

ATAD Chiquita davasında, dikey bütünlüğü giriş engeli olarak kabul etmiştir. ATAD'a göre United Brands şirketinin sattığı muzların yarısını kendi tarlasında yetiştirmesi; yeni, dayanıklı ve verimli bir muz geliştirmesi; muzları taşımakta kullandığı kamyonların 2/3'sinin kendisine ait olması, Avrupa'daki olgunlaştırıcı dağıtıcılarla sözleşmelere dayanılarak oluşturulmuş iyi bir satış ağına sahip olması, Chiquita markasının kalitesinin her basamakta kontrol edilmesi, tüketicinin Chiquita muzlarını

tercih etmesine sebep olmaktadır. Dikey olarak bütünleşmek rakiplere göre maliyet avantajları ve olası bir fiyat savaşında şirketin daha uzun süre dayanmasını sağlar (Aslan, 2001:216).

4.2.1.3. Pazara Giriş Engelleri

Pazarda faaliyet gösteren teşebbüslere rakip olarak yeni teşebbüslerin pazara girmesinin mümkün olmaması veya güç olması, teşebbüsün ya da teşebbüslerin hakim durumda bulunduğunu gösterebilir. Pazara giriş engellerinin başında ölçek ekonomileri, sermayenin büyüklüğü, teknolojik üstünlük, fikri ve sınai mülkiyet hakları gelmektedir. Yasayla tanınan imtiyazlar da giriş engeli yaratmaktadır. Pazara giriş engellerinin var olduğu bir pazarda teşebbüsler rekabetin yarattığı baskıdan uzak bir piyasa politikası izlerler. Bu durum hakim durumda bulunan bir teşebbüsün konumuna eşdeğerdir. Pazara giriş engelleri, özellikle potansiyel rekabet açısından önemlidir. Gerçekten pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerle doğrudan rekabet etmeyen; fakat pazar şartlarının uygun olması durumunda pazara girebilecek teşebbüslerin bulunması, pazarda faaliyet gösteren teşebbüslerde dolaylı bir rekabet baskısı yaratır. Bu baskı, özellikle ilgili ürün fiyatının aşırı kar elde etme imkanı sağlayacak düzeye gelmesiyle ayrı bir öneme sahip olur (Öz, 2000:110).

Rekabet Kurulu, Benkar A.Ş.’nin taraf olduğu bir kararında, Damat Tween (DT) Mağazaları, Benkar A.Ş. tarafından yeni oluşturulan “Advantage Card” sistemine geçiş için başvurmuş ancak bu talep Benkar tarafından reddedilmiştir. Orka grubu, başvuruda önceliğin Benkar tarafından holding bünyesindeki şirketlere verildiği, Orka’nın faaliyet gösterdiği sektörde de holdinge bağlı bir başka şirketin (Altınyıldız) sisteme dahil edildiği, dolayısıyla Orka’nın başvurusunun reddedildiğini öne sürmüştür. Rekabet Kurulu olayı 4054 sayılı kanunun 6. ve 4. maddesinin (d) ve (e) bendleri açısından incelemiş ve bunun sonucunda, Benkar ile DT arasındaki kredi kartı sözleşmesinde yer alan cezai şartın RK 4/d maddesi bağlamında rekabeti engellemediği; zira, ticari faaliyet gösteren bir teşebbüsün müşterilerini kendine bağlamak için bu nitelikte cezai şartlar getirebileceğini, Altınyıldız’ın Advantage Card sistemine alınıp DT’nin alınmamasının RK Md.4(e) bağlamında Rekabet Kanunu’na aykırılık oluşturmadığını, Altınyıldız’ın Benkar’ın dahil olduğu holdinge bağlı olduğundan 4. madde anlamında bir anlaşma veya uyumlu eylemin bulunmayıp, bir ekonomik birliğin mevcut olması

nedeniyle Benkar'ın uygulamalarının ilgili piyasada rekabet oluşumunu ve gelişimini önemli ölçüde engellemediğini, Benkar'ın ilgili piyasada pazar paylarının çok sık ve çabuk gelişme eğiliminde olduğunu, piyasaya girişte kayda değer bir güçlüğün bulunmadığını, piyasaya yeni giren bankaların da kapsamlı veri tabanları, kuvvetli mali yapıları nedeni ile rekabet güçlerinin yüksekliği göz önüne alınarak hakim durumda olmayacağını kabulü gerektiğini, dolayısıyla hakim durumunu kötüye kullanmadığını ve Benkar'ın ilgili piyasadaki "Advantadge Card" sistemine rakip mağazaları almamasının ve DT mağazalarının başka kredi kartı teşebbüsleri ile anlaşma yapmasını önlemeye yönelik uygulamalarının kredi kartları piyasasındaki etkin rekabetin oluşumu ve gelişimi açısından önemli bir engel teşkil etmediğini kabul etmiştir³⁷.

Rekabet Kurulu'nun bu kararının örtülü olarak içerdiği piyasaya giriş engeli tanımı, yeni girenin köklü bir firma haline gelmek için katlanmak durumunda kalacağı maliyetleri esas almaktadır. Kararda, piyasaya yeni girenlerin de kapsamlı veri tabanları ve kuvvetli mali yapıları olması nedeniyle piyasada önceden bulunanlara benzeri pozisyonda buldukları yargısı hakimdir.

4.2.1.4. Fiyat Farklılaştırması

Bir veya birden fazla teşebbüsün hakim durumda olduklarının göstergesi olarak pazar payının büyüklüğü yeterli değilse, fiyat farklılaştırması hakim durumun göstergesi olabilir. Diğer bir anlatımla pazarı bölerek fiyat farklılaştırmasına gidebilen teşebbüs için sadece pazar payı hakim durumda bulunduğunu göstermeyebilir. Ancak, pazar payı fiyat farklılaştırması ile birlikte değerlendirildiğinde fiyat farklılaştırmasına gidebilen teşebbüs, hakim durumda bulunabilir. Fiyat farklılaştırmasından anlaşılması gereken üreticinin, pazarı talep elastikiyetleri farklı olan alt pazarlara bölerek malı alt pazardaki müşterilerine farklı fiyattan satmasıdır (Pashigian, 1995:438). Teşebbüsün fiyat farklılaştırmasına gitmesinin en önemli nedeni karını maksimuma çıkarma isteğidir. Diğer bir deyişle aşırı kar elde etmek istemesidir. Teşebbüsün fiyat farklılaştırmasına gitmesi hakim durumda bulunduğunu gösterebilir.

4.2.1.5. Talep Koşulları

Pazar payı, teşebbüsün hakim durumda olduğunu göstermemesine karşılık talep

³⁷ RG. 31.08.2000, No:24156,

koşulları ile birlikte değerlendirildiğinde söz konusu teşebbüs, hakim durumda bulunabilir. Gerçekten talebin fiyat elastikiyeti ve büyüme hızı, talep koşulları olarak birlikte hakim durumun belirlenmesinde önemlidir.

Talebin fiyat elastikiyetinin düşük olması teşebbüsün fiyat ayarlamalarını daha kolay yapmasını sağlar. Bu kolaylık oligopolistler arasında paralel davranışların daha kolay kurulmasını sağlar. Buna karşılık talebin fiyat elastikiyetinin yüksek olması teşebbüsün fiyat yükseltmeye karar verirken, müşterilerini kaybetme korkusu dahilinde hareket etmesine neden olur. Bu korku, oligopolistler arasında paralel davranışların kurulmasını veya devamını zorlaştırabilir (Gül; a.g.e., :15).

4.2.1.6. Diğer Faktörler

Yukarıda açıklanan faktörler dışında hakim durumun tespitinde göz önüne alınması gereken başka faktörler de vardır. Bunlar; ürüne bağımlılık, kullanılmayan kapasite, rakiplerin sayısı, indirim sistemi, üründe çeşitlilik, teknolojik üstünlük, performans v.b. gibi faktörlerdir. Bu faktörler her olayın özelliğine göre değerlendirilmelidir. Tek bir faktörle değerlendirme yanlış sonuçlara ulaşmaya neden olabilir. Bu sebeple her olayın özelliğine göre bu faktörlerin hepsinden mümkün oldukça yararlanılmalıdır.

4.2.2. Hakim Durumun Kötüye Kullanılmasıyla Girişlerin Engellenmesi

Yukarıda da incelendiği üzere, hakim durumun kötüye kullanılmasını düzenleyen ilk fıkra (6/a), “ticari faaliyet alanına başka bir teşebbüsün girmesine doğrudan veya dolaylı olarak engel olunması ya da rakiplerin piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırılmasını amaçlayan eylemler”, şeklinde düzenlenmiştir.

Buradaki, “ticari faaliyet alanına başka bir teşebbüsün girmesine doğrudan veya dolaylı olarak engel olunması” kavramı kısmen kabul edilebilir bir açıklamadır. Piyasaya girmek isteyen bir rakibin doğrudan engellenmesi anlaşılabilir ve yasal açıdan da bir gereklilik arz etmektedir. Ancak, “dolaylı olarak” nasıl engelleneceği, açıklanması gereken bir kavramdır. Aynı şekilde cümlenin sonundaki “rakiplerin piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırılmasını amaçlayan eylemler” de hakim durumun kötüye kullanılması olarak algılanmıştır. Anlaşmalarla oluşturulan rekabet ihlallerindeki (4/d maddesindeki) muğlaklık bu maddede de kendini göstermektedir. Eğer rekabet rakipleri zorlamayacak ise; yenilik, yaratıcılık, daha düşük üretim teknolojisi, ülke ekonomisini

geliştirme gibi fonksiyonlarını nasıl yerine getirecektir. Daha öncede ifade ettiğimiz gibi, rekabet rakipleri zorlayarak onları yeni buluşlar, yeni üretim teknolojileri, yeni yönetim tarzları geliştirmeye zorlayarak rakiplerinin önüne geçmeye zorlar. Rekabetin istenmesinin nedeni de budur. Dolayısıyla bu maddedeki bazı cümlelerin rekabet kavramına ters düştüğünü belirtmek gerekmektedir.

Ancak, piyasada hakim durumdaki bir teşebbüsün, hakim durumundan yararlanarak yıkıcı fiyatlama, dağıtım kanallarına erişimin engellenmesi, zorunlu faktörlere erişimin engellenmesi gibi rekabeti kendi lehine çevirmeye yönelik davranışları, rakipleri için rekabeti zorlaştırma olarak ele alınmamalı, rekabeti tamamen ortadan kaldırmaya yönelik davranışlar olarak kabul edilmelidir.

Rekabet yasasında hakim durumun kötüye kullanılmasıyla ilgili oldukça fazla örnek verilmiştir. Ancak hakim durumdaki teşebbüsün her davranışı Rekabet Hukuku'na aykırı mıdır veya kötüye kullanma olarak değerlendirilebilir mi? Bu soruya şu şekilde bir yanıt verilebilir:

Hakim durumda olan teşebbüs doğal olarak kar elde etmek ve pazar payını korumak için diğer teşebbüsler gibi davranmaya devam edecektir. Örneğin; rakiplerin satışlarını ve pazar paylarını artırmak için kampanyalar, fiyat indirimleri gibi politikalar uygulamasına tepki olarak hakim durumdaki teşebbüs de bu tür davranışlar içine girebilir. Bu davranışların meşru olduğu ve kötüye kullanma olarak değerlendirilemeyeceği açıktır. Ancak, hakim durumdaki teşebbüsün rakiplerini pazar dışına itmek için veya pazara girmeyi düşünen yeni bir teşebbüsü engellemek için maliyetin altında yıkıcı bir fiyatla satış yapmak gibi davranışlar sergilemesi bir kötüye kullanma halidir. Öte yandan, hakim durumdaki bir teşebbüsün hakim durumda olmayan teşebbüslerin bazı davranışlarını göstermesi de hakim durumun kötüye kullanılması olarak nitelenebilir. Bu nedenle, hakim durumda olan teşebbüsler davranışlarında “özel bir sorumluluğa” sahip olmalıdır. Özel sorumluluk için ölçüt, pazardaki rekabetin bozulmamasıdır.

Sonuç

Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'da piyasaya girişlerin engellenmesi, dolayısıyla oluşan rekabet ihlalleri, yasanın 4. ve 6. maddelerinde düzenlenmiştir. 4. madde,

rekabeti sınırlayıcı anlaşma ve uyumlu eylem ve kararları içermektedir. Bu maddede, rekabeti sınırlayıcı her türlü anlaşma, uyumlu eylem davranışlar hukuka aykırı kabul edilmiştir. Yine yasada bu eylemler ise, sınırlı olmamak kaydıyla maddeler halinde açıklanmıştır.

Girişlerin anlaşmalarla engellenmesini düzenleyen (4/d) madde; “rakip teşebbüslerin faaliyetlerinin zorlaştırılması, kısıtlanması veya piyasada faaliyet gösteren teşebbüslerin boykot ya da diğer davranışlarla piyasa dışına çıkarılması; yahut piyasaya gireceklerin engellenmesi” şeklinde düzenlenmiştir. Maddede yer alan “rakip teşebbüslerin faaliyetlerinin zorlaştırılması” kavramı özellikle, Aslan (2001), Sanlı (2000) ve Öz (2000) tarafından, rekabetin özüne aykırı bir kavram olarak yorumlanmıştır. Çünkü rekabetin istenirliğinin nedeni, rakipleri zorlayarak verimsiz olanları piyasa dışına itmek ve daha verimli veya daha yaratıcı olanları piyasaya dahil etmektir. Bu nedenle, rakiplerin faaliyetini zorlaştıran eylemlerle girişlerin engellenmesi şeklindeki bir düzenleme, Rekabet Kurumu’nun işini artırmaktan başka bir amaca hizmet etmez.

Anlaşmalarla piyasaya yeni girişleri önlemenin en önemli nedenlerinden biri; var olan pazar payı veya yüksek karlardır. Dolayısıyla piyasada yeterince güçlü olmayan teşebbüsler aralarında anlaşarak pazardaki yüksek karı yeni giricilerle paylaşmak istememektedirler. Bu gibi uygulamalar genellikle üretim zincirinin farklı seviyelerindeki işletmeler arasında görülür. Örneğin; belirli bir malın üreticileri birliği ile aynı malın dağıtıcıları birliği arasında, birlik üyesi olmayanlardan mal alınmaması ve yine birlik üyesi olmayanlara mal satılmaması yönünde yapılacak bir anlaşma, hem üretici pazarına; hem de toptancı pazarına yeni girişleri önleyici niteliktedir. Ancak, bu gibi anlaşmaların etkili olabilmesi için anlaşmaya katılan işletmelerin önemli bir pazar gücü olması gerekir.

Rekabeti sınırlayıcı ve kısıtlayıcı her anlaşma, Rekabet Hukuku’na yasaklanmamıştır. Çalışmanın birinci bölümünde de ifade edildiği üzere, eğer yapılan anlaşma neticesinde; (a) malların üretim ve dağıtımı ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme veya iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmelerin sağlanması, (b) tüketicilerin bundan yarar sağlaması, (c) ilgili pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması, (d) rekabetin (a) ve (b) bentlerindeki amaçların elde edilmesi için zorunlu olandan fazla sınırlanmaması halinde, ilgililerin isteği üzerine Kurul yapılan

anlaşmalara 5 yıl muafiyet tanıyabilmektedir. Buradaki temel yaklaşım, bazı sınırlı rekabet kısıtlamaları sonucu, daha fazla ekonomik ve teknik gelişmelerin sağlanmasıdır.

Anlaşmalarla ilgili ilave edilmesi gereken bir başka husus ise, ispat yükümlülüğü ile ilgilidir. Rekabet ihlallerine sebep olan gizli anlaşmaların ispatlanmasının zorluğunu dikkate alan yasa, bir anlaşmanın varlığının ispatlanamadığı durumlarda piyasadaki fiyat değişmelerinin veya arz talep dengesinin ya da teşebbüslerin, rekabetin engellendiği, bozulduğu veya kısıtlandığı piyasalardakine benzerlik göstermesi, teşebbüslerin uyumlu eylem içinde olduklarına karine teşkil edeceğini; ancak ekonomik ve rasyonel gereklere dayanmak koşuluyla taraflardan her biri uyumlu eylemde bulunmadığını ispatlayarak sorumluluktan kurtulabileceğini belirterek, ispat yükünü teşebbüslere yıkmıştır.

Piyasaya giriş engelleriyle ilgili ikinci düzenleme, hakim durumun kötüye kullanılmasını düzenleyen maddedir. Hakim durumu, piyasadaki arz ve talep unsurlarını tek başına belirleyebilme gücü şeklinde tanımlamak mümkündür. Hakim durumun kötüye kullanımı 6. maddede düzenlenmiştir. 6/a maddesi ise, “ticari faaliyet alanına başka bir teşebbüsün girmesine doğrudan veya dolaylı olarak engel olunmasını ve rakiplerin piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırılmasını amaçlayan eylemleri” ifade etmektedir.

Yasa hakim durumda olmayı per se (tek başına) yasaklamamakta; ancak bu durumu kötüye kullanmayı yasaklamaktadır. Hakim durumu kötüye kullanma örnekleri arasında ise; mal vermeyi reddetme, zorunlu unsurlara erişimi engelleme, yıkıcı fiyatlama, bir malla birlikte bir başka malın da birlikte verilmesi gibi eylemleri sayabiliriz.

Bir teşebbüsün hakim durumda olup olmadığı ise, cevaplandırılması gereken bir başka konudur. Genellikle ilgili piyasada sahip olduğu pazar payı önemli; ancak yeterli olmayan bir değerlendirmedir. Hakim durumun diğer göstergeleri arasında dikey bütünlük, pazara giriş engelleri, fiyat farklılaştırması ve talep koşullarını sayabiliriz.

Sonuç olarak, piyasaya girişlerin engellenmesine yönelik yasal düzenlemenin yeterli olmakla birlikte bazı yazarlar tarafından (Örn., Aslan, 2001; Sanlı, 2000) daha net tanımlanması gerektiği belirtilmiştir. Rekabet Kurumu’nun ise, piyasaya girişlerin

engellenmesi analizlerinde bazı kararlarda birbiriyle çelişen kararlar verdiği görülmektedir. Burada da giriş engelleriyle ilgili net bir tanımın yapılmamış olması önemli bir eksiklik olarak görülmektedir.

BÖLÜM 5: GİRİŞ ENGELLERİ GEREKÇESİYLE AÇILAN SORUŞTURMALARIN, STRATEJİK YÖNETİM, İKTİSAT OKULLARI VE REKABET KANUNU AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Bu bölümde piyasaya girişleri engellediği iddia edilen eylemler; Rekabet Hukuku, stratejik yönetim yaklaşımı ve iktisat okulları açısından değerlendirilecektir. Böylece;

- Giriş engellerini stratejik bir davranış olarak gören stratejik yönetim yaklaşımı ile giriş engellerinin meşruluk sınırlarını çizen Rekabet Hukuku arasında örtüşme ve çatışma noktaları nelerdir?
- Piyasaya girişlerin engellenmesi bağlamında Rekabet Kurumu'nun aldığı kararlar hangi iktisat okulunun rekabet sürecine ilişkin görüşlerini daha çok yansıtmaktadır?
- Rekabeti sınırlayıcı veya ortadan kaldırıcı eylemler arasında giriş engelleri önemli bir yer tutmakta mıdır? Hangi giriş engelleri daha çok ihlallere konu olmaktadır? Giriş engelleri eylem sıklığı ve türü sektörden sektöre farklılıklar göstermekte midir?,

sorularına yanıt bulunmaya çalışılacaktır. Bu soruların yanıtlanmasıyla stratejik yönetimin giriş engellerine yaklaşımı ile Rekabet Hukuku açısından giriş engellerine yaklaşımın çatışma veya örtüşme noktaları uygulamadan bazı örneklerle ortaya konmaya çalışılacaktır.

Bilindiği üzere, rekabet avantajı yakalamak ve sürdürmek firmaların temel amacıdır. Stratejik yönetim çalışmaları da uygulamacılara bu yönde çeşitli öneriler sunmaktadırlar. Fakat rekabetçi stratejinin odağı olan avantajı yakalama çabaları bazen rekabet ihlali olarak algılanabilmekte ve bir dizi soruşturma, dava ve cezai yaptırımlarla karşı karşıya gelinebilmektedir (Barca ve Coşkun, 2004). Diğer bir deyişle stratejik yönetim çabaları, rekabet avantajı sağlamayı teşvik ederken, devlet yasal düzenlemeler ve uygulamalarla rekabet avantajı sağlamanın meşru sınırlarını çizme ve bu sınırlara uyulmasını sağlama gayretindedir. Bu durum da doğal olarak piyasalarda etkin bir rekabet yaratma isteyen devlet ile kendisine rekabet avantajı yaratmayı amaçlayan stratejik yönetim yaklaşımının çatışması sonucunu doğurmaktadır. Ancak bu, sürekli

olarak stratejik yönetim yaklaşımı ile Rekabet Hukuku düzenlemelerinin karşı karşıya gelmesi anlamında yorumlanmamalıdır. Bazı durumlarda her iki yaklaşımın amaçları örtüşebilmektedir.

İkinci olarak, her ne kadar ülkemiz rekabet hukuk sistemi, AB Rekabet Hukuku müktesebatını benimsemiş ise de AB Rekabet Hukuku'nun temelleri de ABD'deki Rekabet Hukuku sistemine dayanmaktadır. 1890 yılından itibaren Rekabet Hukuku'nu (antitröst) uygulayan ABD, bu alanda sahip olduğu iktisadi ve hukuki deneyimlerle tüm ülkelere referans teşkil etmektedir. Daha önce de ifade edildiği üzere, bugün ABD Rekabet Hukuku'nun gelişiminde iki iktisat okulunun çok önemli katkıları olmuştur. Bu okullardan birincisi Harvard Okulu'dur. Bu okulun iktisadi görüşleri 1940-1970 yılları arasında mahkemeler üzerinde belirleyici bir rol oynamıştır. Okulun temel görüşü, piyasalardaki rekabetçi sürecin hakim güçler (tekeller) tarafından kamu aleyhine engelleneceğidir. Dolayısıyla devlet, piyasaların düzenlenmesinde belirleyici rol oynamalıdır.

Diğer taraftan, 1970'li yıllarda piyasaların işleyişine çok fazla müdahale edilmemesi gerektiğini savunan Chicago Okulu'nun görüşleri daha etkin olmaya başlamıştır. Chicago Okulu iktisatçılarından Demsetz (1973), Harvard Okulu temsilcilerinden Bain'in (1956) ortaya koyduğu ve piyasaların işleyişini anlatan yapı-davranış-performans paradigmasının gerçekleri yansıtmaktan uzak olduğunu ampirik çalışmalarla ortaya koymuştur.

Sonuç olarak, ABD rekabet mahkemeleri (Federal Trade Commission gibi), uzun bir süre Harvard Okulu perspektifini, daha sonra ise Chicago Okulu görüşlerini yansıtan kararlar vermişlerdir. Ancak Harvard Okulu'nun temellerini attığı yapı-davranış-performans paradigması piyasaların rekabet süreci açısından değerlendirilmesinde etkinliğini hala sürdürmektedir. Bu bölümde, Rekabet Hukuku'nun giriş engelleriyle ilgili verdiği kararlarda hangi iktisat okulu yaklaşımını benimsediğini de ortaya koymaya çalışacağız.

Üçüncü sorunun yanıtlanmasıyla da, ülkemizde piyasaya girişlerin engellenmesi suretiyle oluşturulan rekabet ihlalleri, diğer ihlallerle karşılaştırıldığında önemli bir yer tutup tutmadığı, giriş engellerinin sektörel anlamda dağılımı ve girişleri engellemede hangi stratejilerin uygulandığı ortaya konmaya çalışılacaktır.

Bu bölümde giriş engelleri dolayısıyla, rekabet ihlali oluşturduğu iddia edilen 8 soruşturma; stratejik yaklaşım, iktisat okulları ve Rekabet Hukuku açısından, ihlal ettikleri maddeler bazında incelenecektir.

5.1. Zorunlu Unsurlara Erişimin Engellenmesi Suretiyle Girişlerin Engellenmesi

Bu başlık altında iki soruşturma incelenecektir.

Birinci soruşturma, Star Gazetesi'nin, gazete ve dergi dağıtım pazarında Birleşik Basın Dağıtım A.Ş.³⁸, BİRYAY Birleşik Yayın Dağıtım A.Ş.³⁹ ve YAYSAT Yayın Satış Pazarlama ve Dağıtım A.Ş.⁴⁰'nin; Star Gazetesi'nin son satış noktalarındaki satışını önlemek suretiyle bu gazetenin faaliyetlerini zorlaştırmaları, diğer taraftan Star Gazetesi'nin dağıtımını üstlenen ve son satış noktalarına ulaştıran MEDYA Pazarlama Org. Hiz. İth. Tic. A.Ş.⁴¹'nin aynı pazara girişini engellemelerinin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesine aykırı olduğu dolayısıyla ilgili teşebbüslerin cezalandırılmaları gerektiğiyle ilgilidir.

İkinci soruşturma ise, Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. ve Telsim Mobil Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş. tarafından, İŞ-TIM Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.'nin "ulusal dolaşım" (roaming) talebinin reddedilmesi suretiyle 4054 sayılı Kanun'un ihlal edilip edilmediğinin tespiti ile ilgili başvurusudur.

Soruşturmaların incelenmesine geçmeden önce soruşturmalara alt yapı oluşturmak amacıyla zorunlu unsur doktrininin stratejik yönetim, iktisat okulları ve Rekabet Hukuku açısından incelenmesi önem arz etmektedir.

Zorunlu unsurlara erişimin engellenmesi; stratejik yönetim ve iktisat okulları açısından mutlak maliyet avantajları arasında görülmüştür. Bu nedenle önce mutlak maliyet avantajları ele alınacak daha sonra ise, zorunlu unsur kavramı incelenecektir.

5.1.1. Mutlak Maliyet Avantajları

Mutlak maliyet avantajları pazarda yerleşik firmanın potansiyel gircilere göre, üretim, dağıtım ve hammadde gibi esaslı konularda avantajlı bir durumda olmasını ifade eden

- ³⁸ Kararın bundan sonraki bölümlerinde kısaca "BBD" olarak anılacaktır.

- ³⁹ Kararın bundan sonraki bölümlerinde kısaca "BİRYAY" olarak anılacaktır.

- ⁴⁰ Kararın bundan sonraki bölümlerinde kısaca "YAYSAT" olarak anılacaktır.

- ⁴¹ Kararın bundan sonraki bölümlerinde kısaca "MEDYA" olarak anılacaktır.

önemli bir giriş engelidir. Harbord ve Hoehm (1994:416), mutlak maliyet avantajı terimini, “pazardaki mevcut firmalar ile pazara yeni girecek firmalar arasındaki maliyetler açısından eşit olmayan bir durum” şeklinde tanımlamışlardır.

OFT (Office of Fair Trade) ise (1998:10), “piyasada mevcut firmanın herhangi bir veri üretim düzeyini, piyasaya yeni girecek firmadan daha düşük uzun dönem birim maliyetle üretme yeteneği” şeklinde tanımlamaktadır.

Mutlak maliyet avantajları çeşitli unsurlardan kaynaklanabilir. Örneğin; yeni girecek firmaya nazaran kurulu firmanın sahibi olduğu daha üstün üretim teknikleri, temel patent hakları, işletme idaresini de içine alan daha iyi, üstün kaynaklara, üretim faktörlerine erişim imkanları, bu avantajlar arasında yer almaktadır. Diğer bir avantaj da potansiyel firmanın, üretim girdileri için kurulu firmaya nazaran daha yüksek fiyatlar ödemek zorunda olmasından ve kurulu firmanın da alışlarının tamamı üzerinden, girdi temin eden firmadan indirimler sağlıyor olmasından kaynaklanabilir (Singleton, 1986:6). Bain, mutlak maliyet avantajı yaratan unsurları şöyle sıralamaktadır (Koutsoyiannis, 1997:346-347):

- a) Mevcut firmaların, üstün üretim tekniklerini kontrol altında tutmaları ve yeni girecek firmaları bu üretim tekniklerinden yararlandırmamaları veya bir ücret karşılığında yararlandırmaları,
- b) Mevcut firmaların, üretimde gerekli ve önemli bir hammadde veya doğal kaynağa sahip olmaları veya kontrol altında tutmaları,
- c) Yeni girecek firmaların, üretim faktörlerini mevcut firmaların sağladığı nispette uygun şartlarda sağlayamamaları,
- d) Yeni girecek firmaların, yatırım için gerekli fonları, mevcut firmaların sağladığı ölçüde uygun şartlarda sağlayamamaları,
- e) Yerleşik firmanın üretim süreçlerinin dikey olarak bütünleşmesi dolayısıyla daha düşük maliyetli üretim imkanı,
- f) Uzman yönetici personelin becerileri. Tümüyle yeni bir firma eğitilmiş yönetici personel bulmakta güçlük çeker ve normalde diğer firmalardan yönetici çekebilmek için daha yüksek bir ücret ödemek zorunda kalır.

Porter'ın Rekabet Stratejisi (1980) adlı çalışmasında, piyasa giriş engelleri arasında “mutlak maliyet avantajları” giriş engeli olarak sayılmamış olmakla birlikte, giriş engel teşkil eden pek çok eylemi bu başlık altında değerlendirmek mümkündür. Örneğin; dağıtım kanallarına sahiplik, hammaddeye rahat erişim, öğrenme veya deneyim eğrisi, elverişli yerlere sahiplik, girişleri caydırıcı fiyatlama gibi unsurları mutlak maliyet avantajları içinde değerlendirebiliriz.

İktisat okullarının giriş engelleri konusunda uzlaştığı tek maddenin “mutlak maliyet avantajları” olduğunu söyleyebiliriz. Chicago İktisat Okulundan Stigler'de bu unsuru bir giriş engeli olarak görmektedir. Çünkü mutlak maliyet avantajı, sektöre önceden girenleri, yeni gireceklere göre maliyet açısından çok daha avantajlı bir konuma taşımaktadır.

Rekabet yasası açısından değerlendirildiğinde, mutlak maliyet avantajına sahip firmanın, hakim durumdaki firmayla eşdeğer olduğu kanaatine varılmaktadır. Ülkemiz rekabet yasasında hakim durumda olmak per se (tek başına) yasak olarak kabul edilmemiştir. Ancak, hakim durumunu kötüye kullanması yasaktır. Rekabet yasasında hakim durum (md.3); “belirli bir piyasadaki bir veya birden fazla teşebbüsün, rakipleri ve müşterilerinden bağımsız hareket ederek fiyat, arz, üretim ve dağıtım miktarı gibi ekonomik parametreleri belirleyebilme gücü” şeklinde tanımlanmıştır. Hakim durumun kötüye kullanılması ise; “bir veya birden fazla teşebbüsün ülkenin bütününde; ya da bir bölümünde bir mal veya hizmet piyasasındaki hakim durumunu tek başına; yahut başkaları ile yapacağı anlaşmalar; ya da birlikte davranışlar ile kötüye kullanması” şeklinde tanımlanmıştır. Hakim durumun hangi hallerde kötüye kullanılmış sayılacağı ise, 6. maddede sınırlandırmaya tabi tutulmadan beş madde şeklinde açıklanmıştır. Buna göre, yukarıda mutlak maliyet avantajı olarak öne sürülen ilk dört madde uygulaması hakim durumun kötüye kullanılmasını düzenleyen maddelerle uyum içindedir. Yani bu maddelerin yeni gircilere karşı uygulanması Rekabet Hukuku'nun amaçlarıyla çatışmaktadır. Diğer iki madde ise; düşük maliyetli üretim ve uzman personel temini avantajı, bir iç yeterlilik oluşturduğunda Rekabet Hukuku'yla ters düşmemektedir.

Yukarıda da ifade edildiği üzere, mutlak maliyet avantajı piyasaya yeni girişlerde caydırıcı bir rol oynamaktadır. Bu caydırıcılık; öğrenme ve deneyim eğrileri, hammaddeye sahiplik, uzman personel, daha düşük kredi imkanları dolayısıyla daha

düşük üretim maliyeti nedeniyle piyasaya girişleri engelliyorsa Rekabet Hukuku'yla çatışmaz. Ancak, piyasaya girmek isteyenlere bu unsurları makul şartlarda kullandırmama durumunda ise, hakim durumun kötüye kullanılması kavramı çerçevesinde işlem yapılır.

Mutlak maliyet avantajına, zorunlu unsurlara erişimin engellenmesi açısından da yaklaşabiliriz. Her ne kadar aşağıda ayrı bir başlık altında incelenecek ise de zorunlu unsuru; piyasaya girmek için mutlak kullanması gereken veya kendisine erişilemediği zaman, bir rakip firmanın müşterilerine servis sağlaması imkansız hale gelen unsurlar veya alt yapı öğeleri şeklinde tanımlayabiliriz.

5.1.2. Zorunlu Unsur Doktrini

Piyasalara girişi engelleyici unsurlardan biri de faaliyetine başlamak veya devam etmek için işletmenin gereksinim duyduğu zorunlu hammadde veya kaynaklara erişimin engellenmesidir. İşletme üretimi için gerekli kaynağa ulaşamadığında üretim yapamayacak, dolayısıyla pazara girmeyecek veya eğer pazarda ise, ilgili pazardan çıkmak zorunda kalacaktır (Karakaya ve Stahl, 1991:23). Zorunlu unsurlara erişimin engellenmesi, yukarıda incelenen mutlak maliyet avantajlarından biri veya birkaçının yeni giricilere kullandırılmaması sonucu ortaya çıkar. Ancak bu kavramın daha ayrıntılı incelenmesi gerekmektedir. Çünkü daha önceden piyasaya girmiş olan bir teşebbüsün alt yapısından yararlanılmak istenmesi durumunda, buna izin verilecek midir?

Zorunlu unsur doktrini, hakim durumdaki teşebbüslere getirilen anlaşma yapma yükümlülüğü bağlamında ortaya çıkan özel bir uygulamadır. Zorunlu unsur doktrini, genellikle dikey bütünleşik piyasalarda söz konusu olmaktadır. Birbirleriyle bağlantılı olan pazarlardan birisinde hakim durumdaki bir teşebbüsün sahip olduğu bir imkan/tesis/altyapı vb. bağlantılı pazardaki rekabetçi yapı için vazgeçilmez ise ve bu unsurun alternatifinin oluşturulması hukuki, teknik veya ekonomik açıdan mümkün değilse, bu durumda bu unsuru alt piyasalardaki rakip teşebbüslerin kullanımına açmak için zorunluluk getirilmektedir (Ölmez, 2003:3).

Zorunlu unsur doktrini, Rekabet Hukuku uygulamasının olduğu ülkelerin çoğunda hemen hemen aynı anlamda kullanılmaktadır. OECD'nin 1996 yılında yayınlamış olduğu "Zorunlu Unsur Kavramı" başlıklı çalışmada (OECD, 1996), zorunlu unsur;

“Rakiplerin bağlantılı piyasalarda mal veya hizmet üretmek için yararlanmak zorunda oldukları ve aynısının yapılmasının imkansız olduğu veya ekonomik olarak rasyonel olmadığı unsurdur” şeklinde tanımlanmıştır.

Aynı çalışmada, AB uygulamasında konuya, Roma Antlaşması’nın 82’nci maddesinde yer alan “hakim durumun kötüye kullanılması” kavramı çerçevesinde yaklaşıldığı, zorunlu unsur kavramının, hakim durumda olan bir firmanın hizmet veya mal sağlamanın reddi anlamında değerlendirildiği, dolayısıyla “hakim durumda bulunma” ölçütünün yeterli sayılarak, zorunlu unsura sahip olan teşebbüsün mutlaka tekel konumunda olmasının gerekmediği belirtilmiştir (Ölmez, a.g.e., 5).

Konuya ilişkin ABD uygulaması, AB uygulamasından görece daha farklıdır. Avrupa Birliğinde, doktrinin uygulanması için hakim durumda olma kriteri önkoşul sayılırken, ABD uygulamasında tekel olma koşulu aranmaktadır. Bu nedenle ABD uygulamasının AB uygulamasına göre daha sınırlı olduğu söylenebilmektedir.

OECD’nin yukarıda anılan çalışmasında, zorunlu unsur sahibinin pazara girecek olan bir firmanın makul koşullar çerçevesinde bu unsurlardan yararlanmasına izin vermemesinin, firmanın pazara girişini engellediği için rekabet ihlali olarak değerlendirilmesi gerektiği, hatta zorunlu unsura sahip firmanın belirli şartlar çerçevesinde rakiplerini bu unsurlardan yararlanmasını sağlayacak tedbirler alınmasının rekabetin tesisi için gerekli olduğu belirtilmiştir.

Zorunlu unsur doktrininin genel hatlarını çizmek açısından, bir unsurun zorunlu unsur olarak kabul edilmesi ve zorunluluk tespiti ardından Rekabet Hukuku açısından bu unsurun kullandırılmamasının bir ihlal teşkil etmesi için hangi şartların gerektiği hususlarının açıklanmasına ihtiyaç duyulmaktadır.

5.1.3. Zorunlu Unsur Uygulanmasında Genel Kriterler

Bir teşebbüsün faaliyetinin zorunlu unsur doktrini çerçevesinde ihlal niteliği taşıması için öncelikle unsurun zorunlu olduğunun ispatlanması ve ardından bu unsura erişimin reddediliyor olması gerekmektedir (Yurtççek, 2000:74). Bir unsurun zorunlu unsur olarak kabul edilmesi için temelde iki kriter bulunması gerekmektedir. Bunlar; (1) unsura sahip firmanın ilgili pazarda hakim durumda olması ve (2) bu unsurun benzerinin ‘makul şartlarda’ yapılamıyor olmasıdır. Zorunlu unsur tespit edildikten sonra Rekabet

Hukuku açıısından ihlal teşkil etmesi için (1) bir reddetme eyleminin bulunması ve (2) bu reddetme eyleminin haklı gerekçelere dayanmıyor olması zorunluluğu bulunmaktadır.

Zorunluluk doktrininin bir olayda uygulanabilmesi için öncelikle unsurun zorunlu olup olmadığıın tespit edilmesi gereklidir. Zorunluluğun belirlenmesi için varlığın hem aşağı (ikincil) pazardaki rekabet için hayati bir önem taşıdığıın; hem de benzerinin kurulmasının pratikte ve makul ölçütler çerçevesinde imkansız olduğunun gösterilmesi gerekmektedir. Unsurdan faydalanmak isteyen rakipler, buldukları piyasada faaliyetlerini sürdürmek veya rekabetin varlığı için bu unsurun mutlaka gerekli olduğunu göstermek zorundadırlar. İlgili kaynağın sadece daha avantajlı olması yeterli değildir.

Komisyon; “...zorunluluğun ispatlanması için sadece reddetme sonucunda bir uygunsuzluk hatta bir takım ekonomik kayıplar yeterli değildir....ve teşebbüsün alternatifi olmaması nedeniyle pazardan dışlanacağını ispatlaması gerekir..”

diyerek unsurun hayati derecede önemli olması gerektiğini vurgulamıştır (Tekdemir, 2001:14).

Komisyon “...bir teşebbüs tarafından kontrol edilen unsur, söz konusu kontrol beraberinde aşağı pazarda tüm rekabeti yok etme gücünü taşıyorsa zorunludur...”, diyerek aynı yaklaşımı benimsemiştir. Komisyon’un bu görüşünde, zorunlu unsur doktrininin rakipleri korumak için değil tüm bir piyasanın rekabetçi yapısını korumak için kullanılması gerektiği, reddetme eyleminin mevcut veya potansiyel rakiplerin pazara girişi önünde ağır bir engele neden olduğunun gösterilmesinin gerekliliği kabul edilmektedir.

Zorunlu unsura girişin reddedilmesinin kötüye kullanma olabilmesi için, unsurun benzerinin kurulmasının sadece giriş yapmak isteyen teşebbüs için değil aynı zamanda, diğer teşebbüsler içinde de zor olması gerekmektedir.

Hakim durumda bulunma kriteri, bir unsurun zorunlu olması için unsura sahip firmanın ilgili piyasada hakim durumda bulunması gerekmektedir. Zorunlu unsur doktrininin temel mantığından hareketle zaten hakim durumda kabul edilmeyen bir teşebbüsün sahip olduğu bir unsura zorunlu demek yanlış olacaktır.

Komisyon'un telekomünikasyon sektörü için yayınladığı giriş tebliğinde, “*zorunlu unsur olarak kabul edilen bir unsura girişi kontrol eden bir teşebbüs 86. madde (eski 82) anlamında hakim durumda kabul edilir; fakat hakim durumdaki bir teşebbüs herhangi bir zorunlu unsuru kontrol etmeyebilir (Par. 69)*” denmektedir. Buradan anlaşıldığı üzere bir unsurun zorunlu olduğu tespit edildiğinde o unsuru kontrol eden teşebbüs de otomatikman hakim durumda sayılacaktır.

Alternatif unsurun kurulmasının imkansızlığı veya rasyonel olmaması; unsurun zorunluluğunu ispatlamak için alternatif, sürdürülebilir bir varlığın makul ve uygulanabilir bir şekilde kurulmasının imkansız olduğunun; ya da rasyonel olarak mümkün olmadığının ispatlanması gerekmektedir. Unsurun alternatifinin kurulmasının zor olmasında bazı kriterler şunlardır (Areeda ve Howenkamp, 1996: 736): Coğrafi ve topografik güçlükler, hukuki sınırlamalar, doğal tekel durumu, darboğaz (bottleneck) oluşumu, unsurun kurulması için kamu desteğinin gerekliliği, minimum bir pazar koşulu, teknolojik kısıtlamalar ve ekonomik kısıtlamalar.

Yüksek yatırım maliyeti bir unsuru zorunlu hale getirebilir; fakat bu durum her sektörün kendine özgü dinamiklerine göre değerlendirilmelidir. Yatırım miktarının piyasaya giriş için bir engel oluşturabilmesi için yatırım maliyetinin başka teşebbüslerin aynısını yapamayacağı kadar yüksek olması yeterlidir. Bununla birlikte rakiplerin aynı yatırımı yapmaları durumunda dezavantajlı duruma gelecekleri veya ek maliyetlere girecekleri savunması doktrinin uygulanması için yeterli değildir. Doktrin teşebbüsleri tek tek değil piyasadaki tüm rekabeti koruma amacına yöneliktir. Bu nedenle yatırım maliyetlerinin piyasadaki tüm rekabeti bozacak düzeyde olması durumunda doktrin uygulanabilecektir (Venit ve Kallaugher, 1994 : 324).

Bir unsurun benzerini yapmak her halükarda rakipler için maliyet teşkil edecektir. Eğer alternatif unsurun yapılamaması kriteri dar yorumlanırsa, bir unsuru ilk yapan teşebbüs haksızlığa uğramış olacak ve sonucunda hiçbir teşebbüs işlerini kolaylaştırıcı yeni bir

unsur yaratmak için çaba sarf etmeyecek, diğer firmaların bunu gerçekleştirmesini ve kendilerinin kolayca bu unsurdan faydalanmalarını bekleyeceklerdir.

Alternatif unsurun kurulamaması ilkesi sıkı bir şekilde uygulanırsa, zorunlu unsur doktrininin uygulanabileceği gerçek durumlar; genellikle, doğal tekel özellikleri gösteren veya benzerlerinin kurulması kanun ile yasaklanan ve/veya genellikle özel teşebbüslerce kurulmadığı için kamu kaynaklarıyla desteklenen varlıklarla sınırlı kalacaktır. (Areeda ve Hovenkamp, 1996: 675).

Reddetme eyleminin varlığı; zorunlu unsur doktrininin uygulanmasında hakim durumun kötüye kullanılması kapsamında rekabetin kısıtlandığının iddia edilebilmesi için öncelikle bir reddetme eyleminin varlığı gerekmektedir. Ortada bir reddetme eylemi bulunmadığı takdirde zorunlu unsur doktrininin de uygulamasına gerek kalmayacaktır. Reddetme eylemi açıkça olabileceği gibi bazı durumlarda rakiplere karşı unsurdan faydalandırmamak için çok ağır şartlar ileri sürmek vasıtasıyla da olabilir ki, bu tür ağır şartlar komisyon tarafından reddetme eylemi ile aynı ağırlıkta bir ihlal gibi değerlendirilmektedir (Ölmez, 2003:15).

Reddetme eylemine ilişkin olarak AB Rekabet Hukuku bakımından tartışılması gereken çok önemli bir husus, üst pazarda güçlü olan teşebbüsün reddetme eyleminin kötüye kullanma olarak değerlendirilebilmesi için aşağı pazarda pazar gücüne sahip olmasının gerekli olup olmadığıdır. ABD uygulamalarında üst pazarda tekel konumunda olan teşebbüsün aşağı pazarda da önemli bir pazar gücüne sahip olması şartı aranmaktadır. Bu şart, aslında doktrinin ABD'deki uygulama kapsamını oldukça kısıtlamaktadır (Tekdemir, 2001).

ABD uygulamasında benimsenmeyen görüşe göre, zorunlu unsurun uygulanması için bu unsuru kontrol eden teşebbüsün aşağı pazarda hakim durumda olması bir önkoşul değildir. Bir teşebbüsün üst pazarda hakim durumda olması ve alt pazardaki rekabeti etkilemesi yeterlidir, denilmektedir (Nikolinakos, 1999:407; Lang, 1994:482). Bununla birlikte zorunlu unsuru kontrol eden teşebbüsün hem üst; hem de alt piyasalarda faaliyette bulunması, alt pazardaki rekabetin kısıtlanma olasılığını daha fazla artıracığından dolayı rekabet otoritelerinin bu tür piyasalarda daha dikkatli olmaları gerekebilecektir.

Zorunlu unsura sahip olan teşebbüs alt piyasada faaliyette bulunmuyorsa ve alt piyasalardaki herhangi bir teşebbüsün bu unsurdan faydalanmasını engelliyorsa, rekabet otoritelerinin tavrının ne olacağı ABD uygulamasında açık değildir. Bu nedenle ABD uygulamasının zayıf olduğu düşünülmektedir. Bir unsur, zorunlu olarak kabul edildikten sonra bu unsura sahip olan teşebbüsün hangi piyasada faaliyette bulunup bulunmadığının önemi olmadığı, bu konunun sadece reddetme eyleminin ağırlığıyla alakalı olabilecek bir konu olduğu kabul edilebilir.

Objektif gerekçelerin olmaması ilkesi; zorunlu unsurdan yararlanma talebinin reddedilmesinin per-se ihlal olarak kabul edilmemesi gerekmektedir. Eğer zorunlu unsura sahip teşebbüsün unsurdan faydalandırmamak için haklı gerekçeleri var ise, unsur, zorunlu olarak kabul edilse dahi reddetme eylemi ihlal teşkil etmez. Objektif gerekçeler duruma göre farklı olabilmektedir. Genelde teknik uyumsuzluk, kapasite yetersizliği, ek maliyetler gerekliliği gibi çeşitli gerekçeler ileri sürülebilir. Bu gerekçelerin her olayda ayrı ayrı ve o vakaya özgü değerlendirilmesi gerekmektedir (Ölmez, 2003:17).

Bir reddetme eylemi olduğunda, zorunlu unsura sahip teşebbüsün gerekçelerinin ele alınması, haklı olup olmadığının veya reddetme eyleminin giderilmesi için yapılması gereken şeylerin neler olduğunun ve bunların teşebbüs tarafından giderilmesinin ne derece mümkün olabileceğinin tespiti, doktrinin adil bir şekilde uygulanması için çok önemlidir.

Yukarıda da ifade edildiği üzere, Rekabet Hukuku uygulamalarında sıkça karşılaşılan bir kavram olan zorunlu unsur doktrininin uygulanabilmesi için öncelikle unsura sahip firma, hakim durumda olmalıdır; ikinci olarak, erişilmek istenen unsura makul şartlarda ulaşılamıyor olması gerekmektedir. Ve daha sonra da bir reddetme eyleminin olması ve bu reddetme eyleminin makul bir gerekçeye dayanması gerekmektedir. Aksi takdirde belli bir maliyet yükleyen tüm unsurları rakip firmalardan talep etme hakkı doğar ki, bu da rekabetin özüne aykırıdır.

Bu açıklayıcı bilgilerden sonra başlangıçta belirttiğimiz iki soruşturmanın incelemesine geçebiliriz.

İlk soruşturma Star Gazetesi'nin müracaatıyla ilgilidir. Star Gazetesi'nin, Rekabet Kurumu'na yaptığı bir başvuruda; gazete ve dergi dağıtım pazarında Birleşik Basın Dağıtım A.Ş., BİRİYAY Birleşik Yayın Dağıtım A.Ş. ve YAYSAT Yayın Satış Pazarlama ve Dağıtım A.Ş.'nin;

-Star Gazetesi'nin, son satış noktalarındaki satışını önlemek suretiyle, bu gazetenin faaliyetlerini zorlaştırmaları, diğer taraftan Star Gazetesi'nin dağıtımını üstlenen ve son satış noktalarına ulaştıran MEDYA Pazarlama Org. Hiz. İth. Tic. A.Ş.'nin aynı pazara girişini engellemelerinin 4054 sayılı Kanun'un 6.ncı maddesine aykırı olduğu dolayısıyla ilgili teşebbüslerin cezalandırılmaları gerektiğiyle ilgili başvurusunda;

Özetle şu hususlara yer verilmiştir:

- Star Gazetesi'ni yayınlayan Ulusal Basın Gazetecilik Matbaacılık ve Yayıncılık Sanayi A.Ş.'nin, Star Gazetesi'ni kendi dağıtım şirketi vasıtasıyla gazete bayilerine ulaştırmakta olduğunu; ancak BBD ve YAYSAT'ın bayiler üzerindeki hakimiyetlerini kullanarak, Star Gazetesi'nin satışını engellemek amacıyla bayilerine baskı yaptıkları ve bayilerin bu nedenle Star Gazetesi'ni satmaktan kaçındıkları,
- Her gazete grubu için ayrı bir bayilik ağının oluşturulmasının ekonomik olarak büyük bir israfa yol açmakta olduğu, bunun yanı sıra, gazetelerin nitelikleri gereği rakipleri ile aynı bayide satılmalarının gerektiği, diğer gazetelerle aynı bayide satılmayan bir gazetenin yayın hayatına devam edebilme şansının bulunmadığı, dolayısıyla, Hürriyet ve Sabah gruplarının, sahip oldukları dağıtım sistemi ve bayilik ağları sayesinde, rekabetçi bir piyasada olmaması gereken suni giriş engelleri yarattıkları, piyasaya yeni girecek şirketlerin bu dağıtım ve bayi ağından faydalanmalarının zorunlu olduğu belirtilmektedir.

Raportörler, Rekabet Kurulu'nun aldığı soruşturma kararı çerçevesinde, yapılan incelemeler ve teşebbüslerin savunmaları ışığında;

- 1- "Gazete ve dergi dağıtım" piyasasında birlikte hakim durumda bulunan, BBD, BİRİYAY ve YAYSAT'ın;

- Kendi bayilerine mal tedarikini, piyasaya yeni giren bir dağıtım şirketinin ürünlerini satmama şartına bağlamak,
- Piyasaya yeni giren bir dağıtım şirketinin dağıttığı ürünleri, bayilerine sokmayarak, yani ticari faaliyet alanına başka bir teşebbüsün girmesine doğrudan veya dolaylı olarak engel olmak; ya da rakiplerin piyasadaki faaliyetlerini zorlaştırmayı amaçlayan eylemlerde bulunmak,
- Gazete ve dergi dağıtım piyasasındaki hakimiyetin yaratmış olduğu finansal, teknolojik ve ticari avantajlardan yararlanarak, başka bir mal veya hizmet piyasasındaki rekabet koşullarını bozmayı amaçlayan eylemlerde bulunmak,
- Tüketici tercihleri üzerinde, kısıtlamalara yol açabilecek eylemlerde bulunmak suretiyle,

Kanun'un 6'ncı maddesini ihlal ettikleri, BBD, BİRYAY ve YAYSAT'ın Kanun'un 16'ncı maddesinin ikinci fıkrası gereğince cezalandırılmaları gerektiği⁴²,

2- Gazete ve dergi satışı faaliyetini de içerecek şekilde, belediyelerce ihdas edilen ve belediyelerce veya belediyelerin yetki verdiği kişilerce, üçüncü şahıslara kiralanana satış büfelerinin, ilgili pazara giriş açısından önemi dikkate alındığında;

Söz konusu yerlerde, kiracının, "hangi dağıtım şirketinden gelirse gelsin, mevzuata ve yasalara uygun, irsaliyeli her türlü mevcuteyi, makul bir ücret veya komisyon oranı karşılığında satmasını temin edecek" düzenlemelerin yapılması, aksi bir durumda haklarında hukuki işlem başlatılacağına ilişkin ilgili Kurul Kararı'nın, yetkili mercilere bildirilmesinin uygun olacağı ve yine, daha önce kendilerine muafiyet tanınan dağıtım şirketleriyle ilgili olarak; 1997/3 ve 1997/4 sayılı Grup Muafiyeti Tebliği'nin, "diğer sağlayıcıların dağıtımın farklı aşamalarına girişlerinin önemli ölçüde zorlaştırılması" durumunda, Tebliğ'in sağladığı muafiyetin, Kurul tarafından geri alınabileceğine ilişkin, "Muafiyetin Geri Alınması" başlıklı 6'ncı maddesi uyarınca, ilgili pazarın yapısı gereği, ilgili pazarda faaliyet gösteren herhangi bir dağıtım şirketinin, son satış noktaları ile yapacağı anlaşmaların, "rakip malları satmama veya dağıtmama" gibi münhasırlık sağlayan bir hüküm içermesi durumunda, 1997/3 ve 1997/4 sayılı Tebliğler

⁴² Rekabet Kanununun 16. maddesi, idari para cezalarını düzenlemektedir.

ile sağlanan muafiyetten yararlanamayacaklarının Kurul Kararı ile ilânının, ilgili pazarda rekabetin tesisi için zorunlu olduğu, düşüncesinde olduklarını bildirmişlerdir.

Yapılan soruşturmalar ve pazar incelemeleri sonucunda Rekabet Kurulu aşağıdaki kararı vermiştir:

- Gazete ve dergi dağıtım piyasasında, birlikte hakim durumda bulunan BBD, BİRYAY ve YAYSAT'ın,

- 1- Sürekli olarak, mal tedarik ettikleri, son satıcıları, dağıtımını yaptıkları ürünler ile rakip dağıtım şirketinin getirdiği ürünler arasında, tercih yapmaya zorlamak ve rakip dağıtım şirketinin getirdiği ürünleri, teşhir edip satan, son satıcıların bayiliklerini iptal etmek, bu noktalara, mal tedarikini kesmek veya bu yönde tehdit ya da uygulamalarda bulunmak, dolayısıyla piyasaya yeni giren bir dağıtım şirketinin dağıttığı ürünleri bayilerine sokmamak,
- 2- Gazete ve dergi dağıtım piyasasındaki hakimiyetin yaratmış olduğu finansal, teknolojik ve ticari avantajlardan yararlanarak gazete ve dergi yayıncılığı piyasasındaki rekabet koşullarını bozmayı amaçlayan eylemlerde bulunmak suretiyle,

4054 sayılı Kanun'un 6'ncı maddesinin (a) ve (d) bentlerini ihlal ettiklerine ve dolayısıyla bu teşebbüslerin Kanun'un 16'ncı maddesinin ikinci fıkrası gereğince para cezası ile cezalandırılmalarına karar verilmiştir.

Rekabet Kurulu bu kararında açık olarak ifade edilmemekle birlikte, zorunlu doktrin unsurunu uygulamıştır. Zorunlu doktrini kısaca, piyasaya girmek isteyen bir teşebbüsün bir ikinci alternatifin mümkün olmadığı durum olarak tarif edebiliriz. Bu olayda da Star Gazetesi'nin, kendi satış noktalarını oluşturması imkansız gibidir. Çünkü söz konusu ürün olan gazete, rakipleriyle aynı yerde satılmak durumundadır. Bazı gazete satış noktaları, diğer gazeteleri dağıtan firmalar tarafından uzun süreli olarak kiralama yoluyla kendilerine bağlandığından aynı yerde ikinci bir gazete satış noktasının açılması hukuken mümkün gözükmemektedir. Örneğin; bazı büyük şehirlerdeki anacade güzergahlarındaki gazete satış büfeleri veya şehirlerarası yolcu terminallerindeki gazete satış noktaları gibi. Kurulun da belirttiği gibi, bazı ürünler rakipleriyle rekabet edebilmek için onlarla aynı şartlarda mücadele edebilme imkanına sahip olmalıdır.

Dolayısıyla belediyelerin gazete satışı için izin verdiği büfeler yasal olduğu sürece hangi yayıncıdan gelirse gelsin tüm gazeteleri diğerleriyle yanyana satmak zorundadırlar ve bu gazeteleri yayınlayan kuruluşların bayilerine bir başka gazeteyi satmaları halinde bayiliklerinin iptal edileceği gibi korkutularla engelleme hakları yoktur. Rekabet Kurulu bu kararı ile zorunlu doktrin unsurunu yerinde kullanmıştır.

Stratejik açıdan dağıtım kanallarına sahip olmak veya bir teşebbüsün dağıtım kanallarını tekelinde bulundurulması bir rakabet avantajı olarak ifade edilmektedir. Ancak bu dağıtım kanallarına erişim piyasaya girmek isteyen bir başka teşebbüs tarafından kullanılması zorunlu ve başka bir alternatif mümkün değilse, Harvard Ekolüne göre zorunlu unsurlara sahip teşebbüs bu unsuru piyasaya girmek isteyen diğer teşebbüsle paylaşmak durumundadır. Aksi durumda hakim, durumu kötüye kullanma olarak yorumlanacak ve yasal yaptırımlarla karşılaşılacaktır. Diğer taraftan Chicago Ekolüne göre, üretimde bulunan bir firmanın dağıtım kanallarını da kontrolü altında tutması firmanın daha etkin olmasını sağlar ve bu durum tekelleşme olarak kabul edilmemelidir. Ancak bu soruşturmada, gazete dağıtım ve son satış noktalarındaki kontrolü elinde bulunduran firma(lar) bu noktaları kontrol etmek suretiyle, yeni yayıncının gazetesinin satışını engellemektedirler. Yeni firmanın özellikle son satış noktalarında, kendi adına bayi kurma veya var olan bayiler anlaşma yapma imkanı olmadığından, bu soruşturmada Kurul zorunlu unsur doktrinini yerinde kullanmıştır. Çünkü bazı alanlarda (şehirlerarası otobüs terminallerinde, şehrin işlek meydanlarında vb) satış noktaları sınırlıdır ve rakiplerin kontrolü altındadır. Bu soruşturmada rekabet avantajı yaratmak için kullanılan bir stratejinin rekabet yasalarıyla çatıştığı görülmektedir.

Bu konudaki ikinci soruşturma ise, İş-Tim'in, Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. ve Telsim Mobil Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş. tarafından, İŞ-TİM Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.'nin "ulusal dolaşım" (roaming) talebinin reddedilmesi suretiyle 4054 sayılı Kanun'un ihlal edilip edilmediğinin tespiti ile ilgili başvurusudur.

İş-Tim (Aria) şikayet dilekçesinde özetle; Turkcell ve Telsim'in, İŞ-TİM'in ulusal dolaşım (roaming) talebini reddetmeleri suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 6. maddesinin (a) ve (e) bendlerini ihlal ettikleri iddia edilerek,

- Rekabeti bozucu uygulamaların tespitini sağlamak ve bu uygulamaların devamını önlemek için 4054 sayılı Kanun'un öngördüğü tüm tedbirlerin alınması, Kanunun 9. maddesinin son hükmüne göre geçici tedbir olarak ulusal dolaşımı başlatma kararı verilmesi⁴³,
- 4054 sayılı Kanunun 57. ve 58⁴⁴. maddeleri uyarınca söz konusu iddialara konu olan uygulamaların bugüne kadar sebep olduğu ve ulusal dolaşım yürürlüğe girinceye kadar sebep olacağı, İŞ-Tim'in maruz kalacağı zararların tazmininin sağlanması için gerekli tespitlerin yapılması, talep edilmektedir.

Kurum yapmış olduğu incelemeler neticesinde, gerekçe ve hukuki dayanak kısmında şu hususlara vurgu yapmıştır:

..... Rekabet Hukuku bakımından ulusal dolaşım hizmeti; pazara yeni giren operatörlerin başlangıç için oldukça yüksek olan yatırım maliyetlerine destek sağlanması ve faaliyete başlanılan ilk dönemlerde Turkcell ve Telsim gibi yerleşik işletmecilerin sunduğu kapsama alanı olanaklarının yeni giren işletmecilere de sunulması ile bu teşebbüslerin de abone kaydetmeye başlamalarının sağlanması ve tıpkı yerleşik operatörlerin yaptığı gibi yatırımlarını abonelerden elde ettikleri gelirlerle finanse etmelerine olanak tanınmasını sağlamaktadır.

Ancak ulusal dolaşım hizmeti karşılığında Turkcell ve Telsim tarafından talep edilen ücretlerin İŞ-TIM'in maliyetlerini aşırı derecede arttıracak kadar yüksek olduğu, bu denli yüksek fiyatların hizmetin sağlanmasının reddi anlamına geldiği açıktır.

..... Turkcell ve Telsim'in GSM altyapı hizmetleri pazarında birlikte hakim durumda oldukları belirlenmiştir. Ayrıca, İŞ-TIM'in imtiyaz sözleşmesi hükümleri gereğince kendi altyapısını inşa ederek kapsama alanını GSM hizmetleri pazarında, Turkcell ve Telsim ile rekabet edebileceği seviyeye getirinceye kadar geçecek süre içinde yararlanmak zorunda olduğu, Turkcell ve/veya Telsim'in altyapısına alternatif başka bir unsurun bulunmadığı tespit edilmiştir. Bu nedenle İŞ-TIM için Turkcell ve/veya Telsim'in altyapısından yararlanmak üzere ulusal dolaşım hizmeti almak zorunlu bir unsurdur. Turkcell ve Telsim'in objektif gerekçeler olmadan İŞ-TIM'in bu unsura

⁴³ Yasanın 9. maddesi ihlale son vermeyi düzenlemektedir.

⁴⁴ Yasanın 57. maddesi, tazminat hakkını; 58. maddesi, zararın tazminini düzenlemektedir.

erişimini reddederek, 4054 sayılı Kanunun 6. maddesinin (a) paragrafında örnek olarak belirtilen “ticari faaliyet alanına başka bir teşebbüsün girmesine doğrudan veya dolaylı olarak engel olunması; ya da rakiplerin piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırılmasını amaçlayan eylemler” gerçekleştirmesi, hakim durumlarını “birlikte davranışları” ile kötüye kullanma olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla Turkcell ve Telsim'in bu davranışları, 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal etmektedir.

Sonuç olarak; Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. ve Telsim Mobil Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.'nin GSM telekomünikasyon altyapı hizmetleri pazarında birlikte hakim durumda buldukları, GSM altyapı hizmetleri pazarında birlikte hakim durumda bulunan Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. ve Telsim Mobil Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.'ye ait altyapıların, GSM hizmetleri piyasasında faaliyet gösteren teşebbüslerin piyasaya girişleri aşamasında “zorunlu unsur” niteliğinde olduğu, Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. ve Telsim Mobil Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.'nin sahip oldukları GSM telekomünikasyon altyapısından, İŞ-TİM Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.'nin ulusal dolaşım yoluyla yararlanma talebini reddettikleri ve bunun objektif gerekçelere dayanmadığı; bu tespitler ışığında, Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. ve Telsim Mobil Telekomünikasyon Hizmetleri A.Ş.'nin, GSM telekomünikasyon altyapı hizmetleri pazarında hakim durumlarını birlikte davranışları ile kötüye kullanarak, GSM hizmetleri pazarına rakiplerinin girmesine engel olan eylemleriyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiklerine, karar verilmiştir.

Rekabet Kurumu bu kararıyla, Yaysat davasında ismini zikretmeden doğru uyguladığı “zorunlu unsur doktrini”ni kanımızca bu davada yanlış yorumlamıştır, ki, bu husus karara karşı oy kullananların gerekçelerinde de görülmektedir.

Buradaki birinci eleştiri, raportörlerin ayrıntılı bir çalışma yapmadan, iki GSM firmasını da birlikte hakim durumda yorumlamalarından kaynaklanmaktadır. Daha önceki bir davada⁴⁵ yapılan tespit, konuşma açısından operatörlerin pazar payı hesaplandığında Turkcell %70 ve Telsim %30 pazar payına sahip olarak

⁴⁵ Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.'nin 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. ve 6. maddelerini ihlal edip etmediğinin tespiti, Karar Sayısı:01-35/347-95, Karar Tarihi: 20.7.2001

gösterilmektedir. Dolayısıyla bu piyasada Turkcell tek başına hakim durumdadır. Bu piyasada iki operatör olduğundan ve girişler yasal olarak engellendiğinden, Telsim'in bu olaydaki durumu, "kurunun yanın da yaşında yanması" olarak değerlendirilebilir.

Bir diğer husus ise, zorunlu unsur kavramının yanlış yorumlanmasıdır. Buradaki zorunlu unsur varsayımı, Telsim ve Turkcell'in GSM altyapılarının Aria için zorunlu unsur olduğu kabulüne dayanmaktadır.

Oysa Rekabet Hukukunda "zorunlu unsur" kısaca, bir ikincisinin gerçekleştirilmesi mümkün olmayan ve bu nedenle aynı sektörde faaliyette bulunmak isteyen rakip teşebbüslerin de yararlandırılmasının tek çözüm olduğu bazı olanakları kastetmek için kullanılır. Bir pazarda faaliyet gösteren teşebbüsler bunun dışında herhangi bir gerekçeyle rakiplerinin işini kolaylaştırmak zorunda tutulamazlar, tutulmamalıdır. Zira aksine bir tutum ticaretin temelinde yatan, iyi ve başarılı olanın üstünlüğü kuralının çiğnenmesine kadar varan anlamlar taşıyabilir ki, rekabet otoritesinin görevi bu olmasa gerektir.

Soruşturma konusu olayda karar piyasaya önce giriş yapmış bulunan iki GSM operatörünün, sonra gireceklerden daha büyük belirsizlikler içinde, daha büyük riskleri göze alıp yatırım kararı vererek gerçekleştirdikleri altyapıları pazara yeni giriş yapacak bir rakibe kullandırma; ya da kullandırmama kararını ve gerekli izni kendi çıkarlarına uygun olduğu takdirde vermek haklarını yok edici biçimde, rakibin para ve çaba harcayıp kendi altyapısını gerçekleştirmek zorunda olmasının daha hakça ve eşitlikçi bir durum olduğu gözardı edilerek ve sonuçta yalnızca GSM pazarında rekabetin artmasına tamah etmekten kaynaklanan bir heyecan içinde verilmiştir. Bu ise, Kurul'un "zorunlu unsur" kavramını yanlış yorumlamasıyla mümkün olmuştur. Başka bir deyişle, soruşturmaya muhatap olan iki GSM operatörünün ulusal dolaşım talebini reddetmek için kararda kabul edildiği üzere objektif gerekçelere dayanma yükümlülüğü yoktur ve fiyatta anlaşamadıkları takdirde yani salt kendi yararlarını gözeterek bu konudaki önerileri reddedebilirler. Bu durumda da pazara yeni girecek operatöre, gerekli zahmet ve maliyete katlanarak kendi altyapısını gerçekleştirmek düşer.

Bu kararda son olarak değinilmesi gereken önemli bir konu daha vardır. Rekabet Kurulu gerekçeli kararında "İş-Tim'in imtiyaz sözleşmesi hükümleri gereğince kendi altyapısını inşa ederek kapsama alanını GSM hizmetleri pazarında, Turkcell ve Telsim

ile rekabet edebileceği seviyeye getirinceye kadar geçecek süre içinde yararlanmak zorunda olduğu, Turkcell ve/veya Telsim'in altyapısına alternatif başka bir unsurun bulunmadığı tespit edilmiştir.” denilerek, ihale verilirken sanki bu teşebbüslerin alt yapısı tabiri caizse “çantada keklik” olarak görülmüştür. Bu noktada konuyu biraz daha başa götürerek ele aldığımızda alt yapı kurmanın neden İş-Tim için bu kadar masraflı olduğu ortaya çıkmaktadır.

Hatırlanacağı üzere, 3. ve 4. cep operatörleri için Türk Telekom ihaleye çıktığında birinci ihale bedeli emsal olarak alınacak ve 4. operatör bu bedel üzerinden ihaleye girecekti. İş-Tim ihaleyi beklentilerin üzerinde (3,5 milyar dolara) bir bedelle alınca, 4. operatör ihaleye giremedi ve 4. operatör Türk Telekom (Aycell) oldu. Eğer, ihalede İş-Tim lisans bedeli olarak o kadar yüksek bir bedel önermeseydi, alt yapı için gerekli olan finansmanı rahatlıkla sağlayabilir ve cep telefonu piyasasına İş-Tim'le(Aria) birlikte bir başka operatör daha katılabilirdi. İş-Tim'in ihaledeki davranışı (beklentilerin üzerinde lisans bedeli ödemesi) piyasaya bir başka cep telefonu operatörünün girmesine engel olmuştur. Ancak, İş-Tim'in bu süreçte etik davranmadığını söylemek doğru bir yaklaşım olmaz. İş-Tim yasaların kendine tanıdığı hakları kullanmış ve piyasaya girişi engellemiştir. Dolayısıyla alt yapı için kullanması gereken parasal kaynağı ihale bedelini yüksek tutarak giriş engellemek için kullanmıştır.

Dolayısıyla kendisi bir başka operatörün piyasaya girişini engellemek pahasına, çok yüksek bir giriş lisans bedeli ödediği için ayrıca alt yapı kurmak için gereken finansman konusunda zorlandığı ortadadır. Ancak daha öncede belirtildiği gibi, ilk iki operatör ilk cep telefonu ihalesinde belirsizlik ortamında belli bir bedel ödeyerek hazırlamış oldukları alt yapıyı kullanılmamakta veya yüksek bir bedel istemekte, bu nedenle de haksız sayılmamaları gerekmektedir.

Zorunlu unsurlara erişimin engellenmesiyle piyasaya girişlerin zorlaştırılmasını içeren iki soruşturmada Kurul aynı kararı vermiştir. Piyasaya girişler yerleşik firmalar tarafından engellenmiştir. Yukarıda da ifade edildiği üzere, iki soruşturmada olaylar birbirinin benzeri değildir. Kurul'un gazete davasında doğru yorumladığı “zorunlu unsur doktrini” kanımızca bu davada eksik yorumlanmıştır. Telsim ve Turkcell'in alt yapılarını kullanılmamakla Aria'nın işini zorlaştırdıkları doğrudur. Ancak Aria için piyasaya girişler tamamen engellenmiş değildir. Bazı alt yapı maliyetlerine katlanmak

suretiyle giriş engelleri aşılabilecek niteliktedir. Star Gazetesi'nin karşılaştığı giriş engelleriyle, Aria'nın karşılaştığı giriş engelleri aynı şartlarda değerlendirilemez.

Yukarıda ele alınan her iki davada da sektörde yerleşik firmaların oluşturdukları stratejik giriş engelleri Rekabet Kurulu tarafından oyunun kuralı olarak değerlendirilmemiş ve sektöre girişi engelleyici davranışlar olarak görülmüştür. Başlangıçta bir avantajmış gibi görünen bu stratejik davranışlar firmaları yasalarla karşı karşıya getirmiş ve yüklü idari para cezalarına maruz bırakmıştır.

5.2. Tekelci Anlaşmalarla Girişlerin Engellenmesi

Girişleri engelleyici ve rakipleri dışlayıcı davranışlardan biri de tekelci anlaşmalardır. Bu anlaşmalar, sağlayıcı ile müşteri veya dağıtıcı arasında yapılan ve genellikle tekelden satın alma ya da tekelden dağıtım olarak adlandırılan anlaşmalardır (Yanık, 2002:25).

Hakim firma ile müşteri arasında tekelci anlaşmaların mevcudiyeti halinde, piyasaya yeni giren bir teşebbüsün dağıtıcılarla kendi ürünlerinin de dağıtılması yönünde anlaşma yapması çok zordur ve bu durum yeni girişlerin maliyetlerini artırarak yeni teşebbüsün rekabet gücünü kısıtlayabilmektedir. Rakip ürünlerin satın alınmaması veya dağıtılmaması yükümlülüğü sebebiyle potansiyel rakip sağlayıcı, hakim firma ile tekelci nitelikte anlaşma akdetmiş müşterilerle anlaşma yapamamakta ve pazar dışında kalmaktadır. Buna rağmen girişlerin gerçekleşmesi durumunda yeni rakibin verimlilik avantajlarından kaynaklanan ekonomik kazançlarının bir kısmı hakim firma tarafından çekilebilmektedir.

Hakim firma, müşteriler arası koordinasyon eksikliklerini kullanarak onlara küçük bir menfaat sağlama karşılığı onların münhasır dağıtıcı veya satın alıcı teşebbüs olmasını gerçekleştirmektedir. Bağımsız müşterilerin tekelci anlaşmalar yapmaları, pazarın daha sonraki girişlere kapatılması etkisini doğurabilmektedir. Cezai hükümler içeren tekelci anlaşmalar, müşterilerin kendi aralarında eşgüdüm sağlanması halinde bile girişleri engellemektedir. Çünkü yeni giren teşebbüs, alıcıların mevcut firma ile yaptıkları anlaşmayı bozmaları neticesinde katlanacakları cezai müeyyideleri ve maliyetleri tazmin etmek zorundadır. Bu da yeni girişlerin maliyetini artırmaktadır (Yanık, a.g.e.,:25).

Daha önce de ifade edildiği üzere, gerek anlaşmalarla, gerekse hakim durum ve birleşme ve devralmalarla ilgili işlemlerin bir kısmına Rekabet Kurumu izin vermektedir.

Yasanın 8. maddesine göre, ilgilerin başvurusu üzerine Kurul, yapılan anlaşmanın 4, 6 ve 7. maddelere aykırı olmadığıyla ilgili menfi tespit belgesi verebilir (Örn. 2003/3 sayılı Rekabet Kurulu Tebliği ile Değişik, Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği, Tebliğ No : 2002/2).

Bunun nedeni olarak ise, yaptıkları anlaşmanın ticari hayatın belirsizlikten kurtulması olarak açıklanmaktadır. Böylece bazı anlaşmalara Kurul izin vermekte, izin alan firmalar da bu izin çerçevesi içinde faaliyetlerini sürdürmektedirler. Ancak Rekabet Kurumu'ndan izin alınmayan tekelleri anlaşmaların ortaya çıkarılması durumunda idari para cezası uygulanır.

Rekabet Kurumu'na bu yönde intikal eden ve piyasaya girişi engellediği iddia edilen iki soruşturmadan birinde, girişlerin engellendiği, diğerinde giriş engeli tespit edilmediği sonucuna varılmıştır.

Giriş engeli tespit edilen Karbogaz⁴⁶ soruşturmasında; “likit karbondioksit pazarında faaliyet gösteren Karbogaz Karbondioksit ve Kurubuz San. A.Ş. (Karbogaz A.Ş.)'nin, müşterileriyle yaptığı uzun süreli münhasır sözleşmelerle rekabeti bozucu faaliyetlerde bulunduğu belirtilerek, ilgililer hakkında gerekli işlemlerin yapılması” talep edilmiştir.

Raportörler, Karbogaz'la ilgili olarak, “.....Karbogaz A.Ş.'nin özellikle 1997 yılından beri bilinçli olarak yapmış olduğu uzun süreli münhasır tedarik sözleşmeleri yoluyla ve diğer eylemleriyle pazara giriş engeli yarattığı, bu yolla pazardaki rakiplerin faaliyetlerini zorlaştırdığı ve bu nedenle söz konusu eylem ve işlemlerin 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesi anlamında hakim durumunu kötüye kullanılması olarak değerlendirilmesi gerektiğini” belirtmişlerdir.

Rekabet Kurulu Karbogaz davasında “....Karbogaz A.Ş.'nin mevcut rakiplerinin faaliyetlerini zorlaştırması ve aynı zamanda pazarı rekabete kapatarak potansiyel

⁴⁶ Rekabet Kurulu Karar No:02-49/634-254, 23.08.2002

rakiplerin pazara girmesini engellediği, bu çerçevede alıcılarla yaptığı uzun vadeli sözleşmelerle de piyasada hakimiyetini artırdığı ve diğer rakiplerinin pazara girişini önemli ölçüde engellediği” sonucuna ulaşmıştır.

Rekabet Kurulu bu davada, AT Rekabet Hukuku uygulamalarını da dikkate alarak, hakim durumun kötüye kullanılmasının tanımını, “... teşebbüsün varlığı ile doğrudan ilişkili olan ve piyasa yapısına rekabetin normal işleyişindeki şartlardan farklı yöntemlerle etkide bulunmak suretiyle rekabetin devamını veya büyümesini engelleyen ve bu nedenle rekabetin zayıflamasına yol açan her türlü davranıştır...”. şeklinde yapmıştır.

Karbogaz’ın, ilgili ürün pazarı olan likit karbondioksit pazarında hakim durumda olduğu kabul edilmiştir. Ancak, bu piyasa diğer rakiplere kapalı değildir. Ayrıca, yapılan sözleşmelerin uzun süreli olmaları (3-5 yıl) kurul tarafından, bir bağlayıcılık olarak kabul edilmiştir. Bunun yanında, kararda sözü edilen “rakiplerin faaliyetlerini zorlaştırma” rekabetin özünde var olan bir kavramdır. Karbogaz piyasadaki hakimiyetini kullanarak müşterileriyle (Coca Cola, Kristal Kola, Kızılay Maden Suyu v.b.) pekala uzun süreli anlaşmalar imzalayabilir. Dolayısıyla Rekabet Kurulu’nun Karbogaz’la ilgili bu tespiti kanımızca doğru bir tespit değildir.

Şikayet sahibinin gizli tutulduğu bir başka soruşturmada ise, Doluca ve Kavaklıdere Şarapçılık⁴⁷ tarafından münhasırlık uygulamaları dolayısıyla rakiplerin pazara girişini engelleyerek hakim durumlarını kötüye kullandıkları iddia edilerek, ilgili firmalar hakkında soruşturma açılması istenmiştir.

Şikayet dilekçesinde restoran, kafe-bar ve gece kulüpleri tarzındaki noktaların şikayetçinin özel mahsul ve kalitedeki şaraplarını butik tarzında pazarlayabileceği özel mekanlar oldukları ve bu mekanların hakim durumda bulunan Kavaklıdere ve Doluca ile çalışmaya mecbur tutulmaları nedeniyle pazara girişlerin engellendiği ve böylece hakim durumlarını kötüye kullandıkları vurgulanmaktadır.

Yapılan araştırmalarda Türkiye’de 25 adet şarap üreticisinin bulunduğu ve pazarda hakim durumda olduğu iddia edilen Doluca ve Kavaklıdere’nin 2002 yılı itibariyle sırasıyla %8.2 ve %8.5 oranlarında pazar payının bulunduğu, Tekel’in %18.3 ve diğer

⁴⁷ Dosya sayısı, 2005-3-9, Karar Sayısı, 05-38/489-117, Karar Tarihi, 02.02.2005

bir üretici olan Yazgan'ın %8.2 pazar payı olduğu, pazardan en büyük payı alan dört üreticinin pazarın %56.8'ini ellerinde bulduklarını, girişleri engelledikleri iddia edilen iki firmanın pazar payının %16.7 olduğu, ayrıca ilgili firmaların bahsedildiği üzere münhasır satıcılık sistemini yoğun olarak kullanmadıkları tespit edildiğinden haklarında soruşturma açılmayacağına karar verilmiştir.

Tekelci anlaşmaları iktisat okulları açısından değerlendirdiğimizde, özellikle Harvard Okulu'nun bu konudaki olumsuz yaklaşımı bellidir. Alıcılarla tek yanlı sözleşmeler imzalamak, sermayenin tekeli; ya da benzer merkezileştirme eğilimlerini artırır. Chicago Okulu'na göre, etkinlik-verimlilik analizi açısından bakıldığında, piyasanın yapısı tekeli merkezileşmenin önünde bir engel oluşturmaktadır. Bu nedenle bağlayıcı bir anlaşma yönetim stratejisi olarak anlamlı iken, tekeli oluşturucu; ya da tekeli güçlendirici bir faktör olarak ele alınması yanlıştır (Kuntalp ve diğ., 1999:42).

Porter (2000), Rekabet Stratejisi adlı çalışmasında, rekabet yoğunluğunun yapısal belirleyicileri arasında, giriş tehdidinden sonra, mevcut rakipler arasındaki rekabetin yoğunluğundan bahsetmektedir. Birbirlerine rakip teşebbüsler, bazen aralarındaki rekabeti, karşılıklı anlaşmalarla bitirebilmekte ve diğer rakiplerine karşı baskı uygulayabilmektedirler. Özellikle teşebbüs sayısının sınırlı olduğu piyasalarda bu tür anlaşmaların daha sık yapıldığı iddia edilmektedir. Bu anlaşmalar mevcut rakipleri piyasa dışına itme amaçlı olabilecekleri gibi, yeni giren teşebbüsün girişini engelleme şeklinde de gerçekleşebilmektedir. Ancak, her birleşme Rekabet Hukuku'na yasaklanmamıştır. Özellikle araştırma ve geliştirmeye yönelik birleşmeler ve birleşmeden elde edilecek ekonomik kazanç, rekabeti önemli ölçüde kısıtlamıyor ise, bu durumda teşebbüsler dördüncü bölümde de değinildiği üzere muafiyet rejiminden yararlanabilmektedirler. Özetle rekabet yasasında her türlü birleşme per se olarak yasaklanmamıştır.

5.3. Reklamlar Suretiyle Girişlerin Engellenmesi

Reklamlar yoluyla girişlerin engellenip engellenmediği, hem stratejik yönetim yaklaşımı; hem de iktisat okulları açısından üzerinde sıkça durulan bir konu olmuştur. Özellikle iktisat okulları bu konuda bir mutabakat sağlamaktan oldukça uzak görünmektedir. Reklamı hem ürün farklılaştırma; hem de yeni ürünler konusunda tüketicileri bilgilendirmede bir araç olarak algılayanlar olduğu gibi diğer yandan reklam

harcamalarının boyutu göz önüne alındığında aynı zamanda piyasaya girişleri engelleyici bir strateji olduğu da ifade edilmektedir.

Pass ve diğerleri, reklam harcamalarını, ürün farklılaştırma faaliyetleri çerçevesinde giriş engeli oluşturması muhtemel olan stratejik davranışlardan biri olarak görmektedir (Pass ve diğ., 1994:52). Tüketici gözünde ürünleri ikame edilemez kılarak, ürüne karşı bağımlılık oluşturmak için önemli çapta reklam faaliyetlerine gidilebilmektedir. Reklama yönelik olarak yapılan harcamaların, potansiyel rakiplerin katlanamayacağı çapta sermaye gereksinimi doğurması muhtemeldir. Ekelund ve Saurman (1999:35), reklamın süreklilik arz etmesi halinde tüketici zevklerini değiştireceğini ve potansiyel rakiplerin de zarar etme endişesi ile piyasaya girmekten vazgeçeceklerini ifade etmektedirler.

Bu çerçevede reklamın giriş engellerine neden olabileceği üç farklı yoldan bahsedilebilir. Bunlardan birincisi, mevcut firmaların piyasa koşulları gereği veya girişleri caydırmak amacıyla yoğun bir reklam faaliyeti içinde bulunmalarıdır. Bu durumda piyasaya girmek isteyen firmaların piyasaya nüfuz ederek marka tutkunluğunu kırabilmesi için belli seviyede reklam yapması gerekecektir. Böylelikle giriş eğilimindeki firmaların, mevcut firmalar karşısında yapmaları gereken asgari reklam harcamaları dolayısıyla mutlak maliyet dezavantajları bulunabilir.

Öte yandan, reklam alanında ölçek ekonomilerinin varlığı da mevcut firmaları avantajlı konuma getirebilir. Reklam alanındaki ölçek ekonomilerinin birkaç nedeni vardır. Öncelikle reklamın satışlar üzerinde herhangi bir olumlu etki sağlayabilmesi için asgari bir sınır bulunabilir. Asgari miktarda gerçekleştirilmesi gereken reklamın ürün birimi başına maliyeti, diğer batık sabit maliyetlerdeki gibi üretim miktarı arttıkça düşebilecektir. Ürün birimi başına reklam maliyetinde sağlanan bu düşüş mevcut firmaları avantajlı hale getirecektir. Bununla birlikte tüketicilerin reklamdaki etkilenmesi için belli seviyede reklamdaki haberdar olmaları gerekiyorsa veya firmanın satın alacağı reklamın asgari bir seviyesi bulunuyorsa, asgari reklam harcamalarına ilişkin alt sınırlardan bahsedilebilir. Reklam alanında ölçek ekonomilerinin varlığı halinde, giriş yapmayı planlayan firmanın ölçeği söz konusu reklam harcamalarını karşılayamayacak seviyede iken maliyet dezavantajından dolayı giriş mümkün olmayabilecektir.

Üçüncü olarak, reklam veya üretim alanında ölçek ekonomileri söz konusu iken, reklam için gerekli fonların bulunması konusu da bir giriş engeli teşkil edebilecektir (Davut, 1994:131). Böylelikle reklamın gerek stratejik olarak gerekse doğal şekilde kullanımı sonucunda ortaya çıkan çeşitli giriş engelleri, söz konusu piyasanın yapısına göre yoğunlaşma doğurucu etkiler meydana getirebilecektir⁴⁸.

Öte yandan, mevcut firmaların yeni gireceklere karşı, girişin gerçekleşmesi halinde saldırgan şekilde reklam faaliyetleriyle tepki verecekleri sinyali, belli bir caydırıcılık içerebilir. Girişe karşı saldırgan reklam tepkisine ilişkin bazı örnekler şöyledir (Waldman ve Jensen, 2000:331): Yüzyılın dönümünde American Tobacco Company'nin, pazar payı Türk tütün markaları tarafından tehdit edildiğinde, kendi Türk tütünü markalarını çıkararak ve reklam harcamalarını satışlarının %0.5'inden %20.3'üne artırarak cevap verdiği görülmüştür. Aynı şekilde, Procter&Gamble yeni kafeinsiz kahvesi olan "High Point"i 1980'de piyasaya sunduğunda, General Food hakim markası "Sanka"nın reklam harcamalarını % 700 artırmıştır.

1966'daki deterjan sektörüne ilişkin olayda ise, MMC (Monopolies and Mergers Comission)'nin araştırmasına göre Lever Brothers ve Procter&Gamble firmaları, 1960'larda deterjan piyasasının %95'lik kısmını yaklaşık oranlarla ellerinde bulundurmaktaydılar. Burada, piyasadaki rekabetin derecesi ve bu iki firmanın fiyat yükseltici ve girişleri engelleyici davranışları üzerinde duruldu. Dikkat çeken unsurlar, yüksek fiyatlar, yüksek karlılık ve geniş satış ve promosyon harcamalarıydı. Komisyon, deterjan sektörünü reklam yoğun bir piyasa olarak nitelendirerek, buna yönelik yüksek harcamaların bir giriş engeli vazifesi gördüğü kanaatine ulaştı. Ayrıca sektörde ölçek

⁴⁸ Efes Pazarlama ve Dağıtım Ticaret A.Ş. (Efpa)'nin nihai satış noktalarının fiyatlandırma politikasına müdahale etmek ve hakim durumunu kötüye kullanmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiği iddiasıyla ilgili bir kararda, reklamın farklı bir boyutuna da yer verilmiştir. Kararda "Alkollü bir içecek olan biranın, televizyon ve radyo gibi iletişim kanallarında reklamlarının yapılamıyor olması, pazara yeni teşebbüslerin girmesinin önündeki en önemli engel olarak ortaya çıkmaktadır. Efpa pazarda yıllardır faaliyet gösteriyor olmasının neticesinde sağlamış olduğu Efes markasının bilinilirliğini, özellikle sportif ve sanatsal faaliyetlere yapmış olduğu destek sayesinde sürdürmeyi ve daha da güçlendirmeyi başarabilmiştir. Pazara yeni girme niyetinde olan teşebbüsler ise, ürünlerini geniş tüketici kitlelerine tanıtılabilmek amacıyla radyo ve televizyon reklamlarını kullanamamaları nedeniyle bira pazarından uzak durmuşlardır. Bira pazarında faaliyet gösterebilmek için tüketiciler tarafından tanınan bir markaya ihtiyaç duyulması, önemli bir pazara giriş engeli olarak değerlendirilmektedir" diyerek daha önceden kazanılmış olan marka bilirliliğinin bir giriş engeli olduğunu belirtmiştir.

ekonomilerinin geçerli olduğu, normal koşullarda piyasaya giriş yapabilecek firmaların bulunduğu; ancak mevcut firmaların reklam, Ar-Ge ve marka çeşitlendirme faaliyetlerinin giriş maliyetlerini önemli ölçüde artırdığı anlaşıldı. Bu doğrultuda Komisyon, yüksek reklam ve promosyon harcamalarının tüketiciye herhangi bir fayda sağlamayıp sadece maliyetleri artırmalarından dolayı gereksiz olduğu sonucuna vardı. Bu olayda reklam faaliyetlerinin batık maliyet niteliklerinin girişleri engellemede bir stratejik avantaj olarak kullanılabileceği gündeme gelirken, belli bir monopol gücünün korunmasına hizmet edebileceği de ortaya koyulmuş oldu (Bal, 2003:40).

Son olarak vurgulanması gereken bir nokta da talebi artırmada reklamın nihai başarısı, ürünün kalitesi ve niteliklerinden ayrı düşünülmemelidir. Müşterinin aldığı üründen memnun olması ve bunun sonucu olarak da ürünü tekrar almak istemesinde bu nitelikler çok büyük öneme sahiptir. Ancak eğer ürün, kalite veya performansının düşük olması sebebiyle tüketicilerin beklentilerine cevap veremezse, tüketiciler bu durumdan memnun kalmayacak ve kulaktan kulağa yayılan söylentiler satışları daha da düşürecektir (Pass ve diğ., 1994:58). Bu yönüyle bakıldığında kalitesiz bir ürünün reklamı, batık maliyet olarak geri dönecektir.

Ekelund ve Saurman (1999:37) geleneksel görüşe göre, reklam nedeniyle yaratılan giriş engellerinin rekabeti engelleyeceğini, böyle bir durumda fiyatlar ve karların kesin biçimde rekabet piyasasına oranla daha yüksek olacağını ifade etmektedirler. Bu açıdan bakıldığında reklam toplumsal açıdan istenmeyen bir durum yaratmaktadır. Çünkü piyasaların rekabetçi olmasını ve etkin işlemlerini engeller ve tüketici refahını azaltır. Diğer yandan Pepperell ve Turner (1981:30), tüketicileri yeni bir ürün hakkında bilgilendirmenin en kolay yollarından birinin reklam olduğu, bu nedenle de bir giriş engeli olarak görülmemesi gerektiğini ifade etmektedirler. Tüsiad da reklamın marka ve firma bilinirliği yarattığı için ticari hayatın olmazsa olmaz şartlarından biri olduğunun ifade etmektedir (Tüsiad, 2002:76).

Ülkemiz Rekabet Hukuku analizlerinde bir ilk olan Avea'nın Turkcell'in yoğun reklamları dolayısıyla piyasaya girişlerinin engellendiğiyle ilgili müracaatı, bu konuda ilkin başlangıcı olarak görülebilir.

Avea'nın (Avea İletişim Hizmetleri A.Ş.), Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.'nin kapsama alanı ile ilgili yaptığı yoğun reklamlar yoluyla Avea İletişim Hizmetleri

A.Ş.'nin pazara girişini engellediği, faaliyetlerini zorlaştırdığı ve dolayısıyla 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesini ihlal ettiğiyle ilgili şikayet dilekçesinde⁴⁹ özetle;

“Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. yaklaşık 4 aydır ‘Orada burada, her yerde Turkcell’ sloganıyla fixboard, megalights, raket, otobüs durakları ve otobüsler üzerinde ve ayrıca ‘Sınırdan geçen Turkcell Tırları’ ile hemen hemen tüm televizyon kanallarında Ulusal Dolaşım anlaşması yapmaması nedeniyle gerçekleştirdiği rekabet ihlallerinin kendisine verdiği göreceli üstünlüğün reklamını yaparak Avea İletişim Hizmetleri A.Ş.’nin pazara girişini engellemekte ve faaliyetlerini zorlaştırmakta ve böylece 4054 sayılı RKHK’nın 6. maddesini ihlal etmekte ve;

- Avea’nın pazara giriş sürecinde olduğu,

- Pazar payının Turkcell’in çok altında olduğu,

-Avea’nın yeterli seviyede kapsama alanına sahip olmamasının yeni müşteri edinebilmek için katlandığı maliyetleri artırdığı ve bunun önemli bir giriş engeli oluşturduğu,

- Şikayetin reklamın içeriğine olmadığı, pazara girişi engellemeye ve rakip teşebbüsün faaliyetini zorlaştırmaya yönelik reklam eyleminin şikayet edildiği, belirtilmektedir.

Rekabet Kurulu, reklamlar vasıtasıyla özellikle ABD’de yaratılan rakiplerin maliyetini yükseltme yönteminin çok sık kullanıldığını; ancak AB’de spesifik bir örneğinin olmadığını, bu davranışın gerçekten piyasaya girişleri engelleyip engellemeyeceğinin tespitinin çok zor olduğuna vurgu yaptıktan sonra, Turkcell’in ilgili piyasada hakim durumda olduğunu; ancak bu davada ilgili pazarda hakim durumda olmanın analiz edilmesine gerek görülmediği, burada dikkate alınması gereken davranışın, hakim durumu kötüye kullanıp kullanmadığının tespit edilmesi ve Turkcell’in davranışının buna göre değerlendirilmesi gerektiğini belirtmiştir. Daha sonra Turkcell’in bu pazara erken girmenin verdiği avantajla altyapısını ve dolayısıyla kapsama alanını genişlettiği, söz konusu reklamda, Turkcell’in tüm Türkiye’yi kapsama alanına aldığı belirtilerek söz konusu üstünlüğe vurgu yapıldığı, ayrıca uluslararası dolaşım anlaşmaları yoluyla dünyanın birçok bölgesinde abonelerine hizmet verdiği de ifade edilmiştir. Bunu

⁴⁹ Dosya Sayısı,2005-2-22, Karar Sayısı,05-24/281-76, Karar Tarihi, 14.04.2005

takiben Avea'nın sahip olduğu müşteri portföyü açısından pazara giriş aşamasında olup olmadığı tartışılır bir pozisyondadır (pazara giriş aşamasını geçmiştir) denilerek, imzalanan sözleşme gereği, Avea'nın yapması gereken bazı yatırımları yapmamaktan dolayı müşteri kaybetmiş olabileceğine vurgu yapılarak (2004 yılı raporlarına dayanarak), pazara girişin ilk yıllarında önemli olan kapsama alanı sorununun halihazırda pazarda faaliyet göstermek için kritik olmaktan çıktığı, şikayet edilen reklamlarda Turkcell'in yurt içi ve yurt dışında sahip olduğu kapsama seviyesinden kaynaklanan üstünlüğünü tanıtmasının normal bir rekabet yöntemi olarak kabul edilmesi gerektiğine değinilmiştir. Ayrıca, aşırı reklam yoluyla hakim durumun kötüye kullanılması konusunda doktrinde ve uygulamada örnek alınabilecek bir uygulama da bulunmamaktadır diyerek, Turkcell tarafından yapılan reklamın var olan bir durumun teyidi anlamına geldiği, bunun da Avea'nın piyasaya girişini engellemediği, dolayısıyla Turkcell hakkında bir soruşturma açılmasına gerek olmadığı karara bağlanmıştır.

Bu soruşturma ile ilk kez, hakim durumdaki bir firmanın reklamlar yoluyla piyasaya girişi engelleyip engellemediği tespit edilmek istenmiştir. Rekabet Kurulu, davalı firmanın ilgili piyasada hakim durumda bulunduğunu; ancak bu davada hakim durumda olmanın değil bu durumu kötüye kullanıp kullanmadığının daha önemli olduğuna vurgu yaparak, ilgili firmanın reklamlar vasıtasıyla giriş engellemediğini, çünkü piyasaya giriş engellendiği iddia edilen firmanın bu eşiği geçmiş olduğunu bu nedenle Turkcell tarafından hazırlanan reklamın bir rekabet ihlali oluşturmayacağı belirtilmiştir. Buradaki bir diğer husus ise, bu konuda daha önce bir uygulamanın olmadığı hususuna vurgu yapılması ise, Rekabet Kurumu'nun karar verirken başka ülke mahkemeleri kararlarını da dikkate aldığı göstermesi açısından önemlidir.

İktisat okulları açısından reklam harcamalarının giriş engeli yaratıp yaratmadığına baktığımızda ise, Harvard Okulu, reklam harcamalarının giriş engellerinin en önemlileri arasında saymaktadır. Örneğin; Pepsi'nin sahra çölünün girişindeki küçük bir bakkal üzerine 25 metre kare boyunda bir reklam levhası asması, söz konusu küçük işletmenin bulunduğu bölgedeki satışları artırmak maksadından ziyade, bir dünya markası olmak için sarf ettiği harcamaların büyüklüğüne delalet etmektedir. Chicago Okulu ise, reklamların seçenekler hakkında tüketicilere bilgi vererek onların tercih yapmasını kolaylaştırdığını iddia etmektedir. Diğer yandan Harvard Okulu'na göre, reklamlar

tüketicinin aldatılması ve piyasaya ilişkin bilgilerin eksik değerlendirilmesi gibi sonuçlara yol açabilmeleriyle de giriş engeli teşkil edebilmektedirler.

Staretjik bir davranış olarak değerlendirildiğinde, reklamın bir giriş engeli yaratıp yaratmayacağı üzerindeki tartışmalar iktisat okulları paralelinde devam etmektedir. Ekelund ve Saurman (1999), Reklam ve Piyasa Süreci adlı çalışmasında her iki görüşü de değerlendirerek, reklamın bir bilgilendirme aracı olarak değerlendirilmesi gerektiğini belirtmektedirler. Reklamın giriş engeli yarattığını iddia edenler ise, büyük firmaların reklam için ayırdıkları devasa bütçeleri örnek göstererek reklamın, ilgili piyasalara küçük işletmelerin girişini engellediğini ifade etmektedirler.

5.4. Teşebbüs Birliği Kararlarıyla Girişlerin Engellenmesi

Teşebbüsler arası işbirliği faaliyetlerinin ana hedefi, mevcut veya potansiyel rekabeti bertaraf ederek yeni teknolojiler bulmak, maliyetleri düşürmek gibi hususlardan kaynaklanacak masraflardan kurtulmak ve düşük fiyatlar yerine, yüksek fiyatlarla satış yapmak fırsatını ele geçirmektir (Topçuoğlu, 2001). Belirli bir mal veya hizmet piyasasında yüksek karlarla faaliyet gösteren teşebbüsler, piyasaya yeni girişleri önlemek suretiyle bu konumlarını muhafaza etmek isteyeceklerdir (Wish, 1993:2).

Rekabetin temeli daha önce de söz edildiği gibi, işletmelerin bağımsız ekonomik karar alabilme özgürlüğüne dayanır. Bir işletmenin özgür iradesiyle bir mal veya hizmet piyasasında çalışmaya başlaması, onun en doğal haklarından biridir. Bu kararın o piyasada eskiden beri var olan işletmeler tarafından engellenmesinin rekabeti sınırlayacağı açıktır. Üzerinde durulması gereken bir diğer nokta, piyasaya yeni girecekleri engellemek için anlaşmalar yapan işletmeleri buna iten nedendir. İşletmeler arası rekabeti etkileyen anlaşmalar, genellikle yüksek kar elde etmek amacıyla yapılırlar. Yüksek kar oranıyla çalışılan bir piyasada eskiden beri çalışan işletmeler, yeni girişimcilerin de aynı piyasaya katılması halinde, kendi kar marjlarının düşeceğinin farkındadırlar (Aslan, 2001:87).

Rekabet yasasında teşebbüs birliği, teşebbüslerin belli amaçlara ulaşmak için oluşturduğu tüzel kişiliği haiz; ya da tüzel kişiliği olmayan her türlü birlikleri kapsamaktadır. Özellikle meslek birlikleri arasındaki örgütlenmeler teşebbüs birlikleri için örnek sayılabilir (Akıncı, 2001:180).

Teşebbüs birliği kararlarıyla piyasaya girişlerin engellenmesine TÜRSAB soruşturması yerinde bir örnektir.

Seyahat acentesi kurmak isteyen fakat giriş aidatını yüksek bulan girişimcinin, Rekabet Kurumu'na yaptığı müracaatta, Rekabet Kurumu; kısa adı TÜRSAB olan Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği'ni giriş aidatını yüksek tutarak mesleğe girişi önlediği gerekçesiyle suçlu bulmuş ve TÜRSAB'a giriş aidatı ile ilgili işlemi iptal etmesi için 45 günlük süre vermiştir⁵⁰.

Kararda özetle şu görüşlere yer verilmiştir: 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un uygulanması bakımından “Seyahat Acenteliği Hizmetleri” pazarında faaliyet gösteren seyahat acentelerinin birer “teşebbüs”, seyahat acentelerinin ilgili mevzuat gereği üye olmak zorunda buldukları TÜRSAB'ın da bir teşebbüs birliği” olduğu ve TÜRSAB Genel Kurulu'nda alınan soruşturma konusu kararın ise, bir “teşebbüs birliği kararı” olduğunu⁵¹,

TÜRSAB'ın 2001 yılı Kasım ayında yaptığı 15. Genel Kurulu'nda aldığı karar ile piyasaya yeni girişleri engelleyici nitelikte yüksek giriş ücreti belirlemek suretiyle Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiği belirtilerek, tespit edilen ihlalin sona erdirilmesi için piyasaya giriş engeli teşkil eden giriş ücreti ile ilgili uygulamanın durdurulmasını ve bu yönde işlem yapıldığı konusunda Kurum'a bilgi verilmesi gerektiğinin TÜRSAB'a bildirildiği, vurgulanmaktadır.

⁵⁰ Rekabet Kurumu'na intikal eden Çağdaş SARAÇ imzalı dilekçede, Türkiye Seyahat Acentaları Birliği (TÜRSAB)'nin Kasım 2001 tarihinde alınan Genel Kurul kararı ile seyahat acentesi kurmak isteyen turizm girişimcilerinden TÜRSAB Giriş Aidatı adı altında 35.000.000.000.-TL talep edilmesinin yeni seyahat acentelerinin kurulmasını engellediği ve Türk turizmini baltaladığı, TÜRSAB'ın bu uygulamasının, Türk turizminin 3-5 tane büyük tur operatörü firmanın eline geçmesine neden olduğu ve Kasım 2001 tarihinden önce acente açmış olanların bu uygulama ile büyük rantlar sağladığı ifade edilmiştir. Ayrıca, Kurum kayıtlarına intikal eden Tuğrul Ali TUFAN imzalı dilekçede, TÜRSAB'ın belirlediği 50.000.000.000 TL'lik giriş aidatının piyasaya giriş engeli yarattığı, bu durumun 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un 4. maddesine aykırılık teşkil ettiği; Halil TURAN imzalı dilekçede ise, TÜRSAB Genel Kurulu'nca belirlenen 50.000.000.000 TL tutarındaki üyelik ödentisinin bugünkü ülkemiz koşullarında oldukça yüksek olduğu, dolayısıyla rekabet koşullarını ortadan kaldırarak girişimciliği azalttığı, söz konusu giriş ücretinin ne amaçla alındığının ve yeni üyeye sunulacak hangi hizmetin karşılığı olduğunun açık olmadığı, yüksek giriş ücretinin yeni seyahat acentesi açılmasını engelleyerek, eski acentelerin devir bedelleri yoluyla haksız kazanç elde etmelerine neden olduğu ifade edilmiştir.

⁵¹ Raportörlerin yapmış oldukları araştırmalarda, AB ülkelerinin bazılarında Örn. Almanya, İngiltere, Fransa, İspanya, İrlanda ve Belçika'da seyahat acentesi açmak için TÜRSAB gibi bir birliğe üye olmak zorunlu değildir.

Kurul kararında özetle, şu hususları vurgulamıştır.

“4054 sayılı Kanun’un 4. maddesinde “Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma; ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri” yasaklanmıştır. Maddenin devamında, bu haller tahdidi olmamak üzere sıralanmış, maddenin (d) bendinde “...piyasaya yeni gireceklerin engellenmesi” de ‘rekabeti sınırlayıcı anlaşma, uyumlu eylem ve kararlar’ arasında sayılmıştır. Söz konusu maddenin gerekçesinde de, teşebbüslerin ortak sorunlarıyla ilgilenmek üzere oluşturdukları birliklerin zaman zaman üyeleri arasında rekabeti önleyerek üyelerinin daha fazla kazançlar elde etmelerine hizmet edici kararlar alabilecekleri, bu gibi kararların da rekabet sistemine aykırı ve yasak olduğu ifade edilmektedir.

TÜRSAB’ın iki yılda bir yapılan genel kurul toplantılarında giriş ücreti ve yıllık aidatlar iki yıl için belirlenirken, 1997 yılındaki genel kurul toplantısından itibaren giriş ücreti için her yıl artış yapıldığı, yıllık aidatlar içinse iki yılda bir artış yapıldığı belirlenmiştir. Bunun yanısıra, giriş ücretleri 1995 seviyesinin 1997 yılında 4 katına, 1998 yılında 6 katına, 1999 yılında 17 katına, 2000 yılında 70 katına ve 2002 yılında 100 katına çıkmıştır. Aynı dönemde yıllık aidat miktarı (A) grubu seyahat acenteleri için 33.3 katına, (B) Grubu seyahat acenteleri için 35 katına, (C) grubu seyahat acenteleri için 50 katına çıkmıştır.

TÜRSAB’a üye olmak için ödenen giriş ücreti, pazara yeni giriş yapılırken katlanılan bir maliyet kalemidir⁵². Yukarıdaki tanımlar ışığında, ‘pazara giriş engeli’ işlevi gören TÜRSAB giriş ücreti şu nitelikleri taşımaktadır:

Sermaye Gereksinimi: En temel giriş engeli olan sermaye gereksinimi, pazara yeni giriş yapan firmanın katlanmak durumunda olduğu başlangıç maliyetleri için ihtiyaç duyulan sermayeyi ifade etmektedir. Seyahat acenteleri hizmetleri pazarına giriş yapmak için ofis kurulması, reklam harcamaları, gerekli donanımın sağlanması gibi başlangıç maliyetlerine katlanmak gerekmektedir. Bunlara ek olarak, TÜRSAB’a nakit olarak ödenmesi gereken giriş aidatı, ayrıca bir maliyet kalemi oluşturmaktadır.

⁵² 33 meslek kuruluşunda giriş aidatı 5 milyon ile 490 milyon Türk Lirası arasında değişmektedir. Örneğimizdeki TÜRSAB vakasında ise giriş aidatı 50 milyar liradır.

Batık Maliyet: Pazara giriş yapmak için yapılan bazı harcamalar, kısa veya uzun vadede likiditeye dönüştürülemeyebilir. Örneğin; promosyon harcamaları, başka bir amaç için kullanılmayacak ekipman, pazarlama ağı için yapılan yatırımlar, vb. batık maliyet kalemi teşkil edebilirler. TÜRSAB giriş aidatı, sadece sektöre giriş yapmak için ödenen, bunun karşılığında temin edilen belge de çoğu zaman likit olmayan veya bütünüyle geri döndürülemeyen bir maliyet kalemi niteliğindedir.

Tablo 10: 1995'ten Günümüze TÜRSAB Giriş Ücretleri ve Yıllık Aidatları(*)

Yıllar	Giriş Ücreti (TL)	Yıllık Aidatlar (TL)		
		A Grubu	B Grubu	C Grubu
1995	500,000,000	3,000,000	2,000,000	1,000,000
1996	500,000,000	3,000,000	2,000,000	1,000,000
1997	2,000,000,000	20,000,000	17,500,000	15,000,000
1998	3,000,000,000	20,000,000	17,500,000	15,000,000
1999	8,500,000,000	30,000,000	25,000,000	20,000,000
2000	12,000,000,000	30,000,000	25,000,000	20,000,000
2001	35,000,000,000	100,000,000	70,000,000	50,000,000
2002	50,000,000,000	100,000,000	70,000,000	50,000,000

(*) Rakamlar bir önceki yılın kasım ayından itibaren geçerlidir.

Pazardan Çıkış Engeli: Pazara giriş yapmak için üstlenilen maliyetler, işlerin iyi gitmemesi durumunda pazardan çıkmayı rasyonel olmaktan çıkarabilir. Bu nedenle, çıkış engellerinin yüksek olduğu bir pazar, yeni giriş yapmayı alıkoyucu bir etki yapabilir. TÜRSAB giriş ücreti, anında likiditeye dönüştürülemediği veya yatırılan nakit para bütünüyle geri alınamadığı durumlarda pazardan çıkış engeli niteliğini taşımaktadır⁵³.

Giriş ücretinin reel olarak giderek yükselmesi, pazara daha sonra giriş yapanın daha fazla giriş maliyetine katlanmasına neden olmaktadır. Bu miktara, halen faal olan acenteler karar verdiklerinden dolayı, TÜRSAB Genel Kurulu'na ait olan bu tasarruf,

⁵³Seyahat acentesi işletme belgesi iptal edildiğinde, giriş ücreti iade edilmemektedir. Devir söz konusu olduğunda ise, işletme belgesinin değeri bölgeden bölgeye değişmektedir. Örneğin; giriş ücretinin 50 milyar TL seviyesinde olduğu sırada İstanbul'da bu miktar 35-40 milyar TL, Bursa ve Marmaris'te 25-30 milyar TL arasında değişmekte olduğu, soruşturma sırasında görüşülen sektör çalışanları tarafından ifade edilmiştir.

aynı zamanda Krattenmaker ve Salop (1986)'un ifadesiyle “rakiplerin maliyetini yükseltici bir davranış” niteliğindedir.

TÜRSAB'ın Rekabet Kurumu'na gönderdiği savunmasında, 15.olağan genel kurulda, giriş aidatlarının artırılması yönünde, üyeler tarafından üç farklı fiyat teklifinin sunulduğu ve bu tekliflerin;

1-TÜRSAB giriş ücretinin 10.000 ABD Dolarına endekslenip; birinci yıl 20.000.000.000 TL, ikinci yıl ise 30.000.000.000 TL ile sınırlandırılması yönündeki önergeye imza atan seyahat acenteleri (Birinci Önerge),

2-Giriş ücretinin birinci yıl 100.000.000.000 TL, ikinci yıl 150.000.000.000 TL olması yönündeki önergeye imza atan seyahat acenteleri (İkinci Önerge),

3-Giriş ücretinin birinci yıl 35.000.000.000 TL, ikinci yıl 50.000.000.000 TL olması yönündeki önergeye (Üçüncü Önerge) ;

şeklinde olduğu ve bu tekliflerden üçüncü şıkkın kabul edildiği belirtilmektedir.

Ancak bu artışın TÜFE vb. gibi verilerden bağımsız belirlendiği, bu rakamın yüksek belirlenmesinin mevcut seyahat acentelerine rant sağladığı (çünkü seyahat acentesi belgesi devredilebilmektedir), dolayısıyla TÜRSAB kararının ülke gerçeklerinden bağımsız ve girişi engelleyecek derecede yüksek olduğu kurul kararında belirtilmiştir.

Sonuç olarak Rekabet Kurulu; TÜRSAB Genel Kurulu'nca belirlenen üyelik giriş ücretinin, ilgili pazara girişi engelleyici nitelikte, dolayısıyla ilgili pazarda “rekabeti engelleyici, bozucu veya kısıtlayıcı” bir etki doğuran bir teşebbüs birliği kararı olduğu sonucuna ulaşmıştır. TÜRSAB kararı oy çokluğuyla alınan bir karardır, karara karşı çıkanlar, TÜRSAB'ın kazanç sağlamak amacıyla oluşturulan ve ülkemizin tanıtımında çok önemli bir yer tuttuğunu, dolayısıyla giriş aidatlarını kanuni bir yetkiye dayanarak belirledikleri ve bu duruma müdahale etmenin serbest piyasasının işleyişine müdahale anlamına geldiğini, dolayısıyla Rekabet Kurulu'nun vermiş olduğu karara katılmadıklarını ifade etmişlerdir. Her ne kadar, giriş ücretlerini belirlemek TÜRSAB tüzüğünde var ise de, giriş ücretlerinin anormal derecede yüksek belirlenmesinin temel nedenlerinden birinin sektördeki yerleşik firmaların sayısının sınırlandırılması olduğu ortadadır. Önemi bir neden ise, firmalar izin belgelerini ikinci şahıslara ve tüzel kişilere

devredebileceği için yerleşik firmaların değerinin artması ve ayrıca bir kazanç sağlamaları söz konusudur. Bu tıpkı bir şehirdeki taksi plaka pazarına benzetilebilir. Şehirdeki taksilere bir sayı sınırlaması getirildiğinde, mevcut taksilerin plakaları olduğundan çok daha değerli bir hale gelir. Eğer bir sınırlandırma olmasa, sadece giriş için belli bir ödeme yeterli olsa ve piyasadaki karı yeterli bulmayan taksicilerin ödedikleri giriş ücretini geri alamamaları söz konusu olsa idi, taksi plakaları bu denli yüksek rakamlara ulaşamayacaktı.

TÜRSAB kararı, hukuki açıdan bir teşebbüs birliği kararı olarak gözükmekle birlikte, kararın altında yatan temel neden stratejik ve iktisadi bir unsurdur. Bu unsuru “rakiplerin maliyetini yükseltme” şeklinde ifade edebiliriz. Ekonomik bir yarışın söz konusu olduğu bir ortamda, ya kendi maliyetlerinizi düşürecek; ya da rakiplerinizin maliyetini artıracak yöntemleri geliştirmek zorunluluğunuz vardır (Stiglitz, 1996:114). Rakiplerin maliyetlerini artırmanın çeşitli yöntemleri vardır. Örneğin; Patent stratejileri, reklam ve ar-ge harcamaları gibi. Ancak yasal bir statü nedeniyle daha öncekilerin katlanmadıkları bir maliyete yeni girenlerin katlanmak zorunda bırakılması bu durumu kötüye kullanmak olarak yorumlanır. TÜRSAB’ın uygulamaları bir anlamda Stigler (1968)’in giriş engeli tanımına da uymaktadır. Stigler’e göre giriş engeli, daha öncekilerin (yerleşik firmaların) katlanmadıkları ancak; yeni girenlerin katlanmak zorunda oldukları maliyeti artırıcı eylemlerdir.

Teşebbüs birliği kararlarıyla piyasaya girişlerin engellenmesiyle ilgili ikinci bir soruşturma ise, SMSD⁵⁴ (Sürtünme Malzemeleri Sanayicileri Derneği) ile ilgilidir. Rekabet Kurumu’na Bekemler Otomotiv İç ve Dış Ticaret A.O. tarafından, SMSD bünyesinde bir araya gelen Frentek Balata, Beşer Balata, Kale Balata, Balatacılar Balata, Berke Balata ve Eren Fren’in piyasaya girmek isteyen bir rakip teşebbüs olan Bekemler’in faaliyetini zorlaştırma ve kısıtlama amacıyla, ürünlerini yeniden satış amacıyla satın alan teşebbüslere, rakip teşebbüsün ürünlerini satmama yönünde baskı yapmak konusunda ortak karar aldıkları ve bu nedenle 4054 sayılı kanunu 4/d bendini ihlal ettikleri dolayısıyla yapılan soruşturmada idari para cezasına çarptırılmışlardır.

Rekabet Kurulu, SMSD bünyesinde bir araya gelen balata üreticisi firmaların, Kanun’un 4. maddesinde belirtildiği şekilde piyasaya girmek isteyen bir teşebbüsün,

⁵⁴ Dosya sayısı, 2004-4-123, Karar sayısı, 05-64/925-248, Karar Tarihi, 04.10.2005

piyasaya girişini engellemek amacıyla kurdukları dernek vasıtasıyla engel olmaya çalıştıkları için bir teşebbüs birliği kararı olduğuna hükmetmiştir. Eğer bu soruşturmada ilgili teşebbüslerin her biri bağımsız olarak rakibin piyasaya girmesini engelleme amacıyla faaliyet göstermiş olsaydı, Kurul tarafından cezalandırılmalarını gerektirecek bir işlem yapmış olmayacaklardı. Çünkü hiçbir firma tek başına ilgili piyasada hakim durumda olmayacağı için hakim durumda olmayan bir firmanın rakiplerinin piyasaya girişini engelleme çabaları piyasa koşulları içinde değerlendirilebilirdi. Soruşturma heyeti kararın derneğin dokümantasyonlarına dayanarak verildiğini tespit etmişlerdir.

Yukarıdaki incelemeler, rekabet yasası ile stratejik yönetim yaklaşımlarının aynı zamanda çatışma konularını da ortaya koymaktadır. Ancak stratejik giriş engelleri yukarıdakilerle sınırlı değildir. Bu stratejilerden biri de yıkıcı fiyat uygulamalarıdır. Ülkemiz Rekabet Hukuku uygulamalarında yıkıcı fiyat uygulamak suretiyle piyasaya girişlerin engellendiğiyle ilgili soruşturmaya ulaşamamıştır. Ancak mevcut teşebbüsleri piyasa dışına çıkarmayı amaçlayan çok sayıda yıkıcı fiyat uygulaması örneği mevcuttur. Bu nedenle kısaca bu kavram üzerinde de durmak gerekmektedir.

5.5. Yıkıcı Fiyatlamalar Yoluyla Giriş Engelleri

Porter'in giriş engelli içinde değerlendirmede; ancak sektöre giriş koşulları içinde önemli bir yer tuttuğunu belirttiği fiyatlandırma politikası, günümüz ticari hayatında önemli bir giriş engeli yaratmaktadır. Bilindiği üzere tam rekabet piyasasında çok sayıda alıcı ve satıcı olduğundan, satıcılardan birinin ürününü düşük fiyata satması piyasaları etkilemez. Ancak eksik rekabet piyasalarında ise, satıcı veya oyuncu sayısı sınırlı olduğundan piyasalar uygulanan fiyata çok duyarlıdır.

Eğer potansiyel rakip piyasaya girdikten sonra yıkıcı fiyatla karşılaşacağını düşünüyorsa, piyasaya girmekten vazgeçer (OECD, 1998: 111). Yıkıcı fiyatlandırmada teşebbüsün uyguladığı fiyatlar rakip teşebbüslerin ilgili pazardan elimine edilmelerine yol açar. Bu teşebbüsler pazardan ayrıldıklarında ise, hakim durum yaratan teşebbüs rakip firmaları pazar dışına çıkarmak için uyguladığı fiyatlandırmadan doğan kaybını telafi etmek adına fiyatları yukarı çeker (Baydar, 2004:8). Yıkıcı fiyatlar, giriş engelleri tahlillerinde önemli bir yer tutan, tanımlanması zor ve karışık olan bir kavramdır. Bir

fiyatlama davranışının yıkıcı olarak adlandırılabilmesi için çeşitli kriterlerin karşılanması gerekmektedir. Bu kriterler, öncelikle davranışın fizibil olması, ikinci olarak uygulanan fiyatın maliyetlerin altında olması ve üçüncü olarak da yıkıcı fiyat döneminde uğranılan kayıpların daha sonra fiyat yükseltme ile karşılanabilir olmasıdır (Yanık, 2003:23, Stiglitz, 1996:353-354).

Yıkıcı fiyatı; Kaserman ve Mayo (1995:128), “bir teşebbüsün, mevcut rakipleri piyasa dışına çıkarmak, potansiyel rakiplerin pazara girişini engellemek, mevcut rakiplerin fiyatları düşürme eğilimlerini sindirmek amacıyla, ürünü veya hizmeti maliyetinin altında bir fiyata satması” şeklinde tanımlamaktadır.

Bir başka açıdan yıkıcı fiyat uygulaması, bir tür yatırım olarak değerlendirilebilir. Yıkıcı fiyat uygulaması ile mevcut zaman diliminde çeşitli maliyetlere katlanan ve potansiyel karlardan vazgeçen teşebbüs, böylelikle uygulamadan sonraki dönemde tekeli kar sağlayarak katlanmış olduğu zararlardan daha fazlasını karşılamayı planlamaktadır (Sullivan ve Harrison, 1998:323).

Normal rekabet koşulları altında, fiyatın düşmesinin etkin olmayan firmaları piyasanın dışına itmesi, yani bir bakıma piyasa mekanizmasının etkin olmayan firmaları cezalandırması doğaldır. Yıkıcı fiyat uygulamasındaki fark, fiyatların suni bir şekilde düşürülerek etkin olan rakiplerin kasıtlı olarak piyasa dışına itilmesidir (Bisop ve Walker, 1999:123).

Piyasalardaki her maliyetin altındaki fiyat belirlemelerini otomatik olarak yıkıcı fiyat olarak algılamamak gerekir. Bir fiyatlandırmanın yıkıcı fiyat olarak kabul edilebilmesi için taşınması gereken bazı unsurlar vardır. Bunlar; iktisadi üstünlük, olağan dışı düşük fiyat, niyet ve hasat'tır (OECD; 1998:110).

İktisat okullarının fiyatlama politikalarına yaklaşımlarında da farklılık vardır. Chicago Okulu aşırı fiyatlandırmaya rekabet yasalarıyla müdahale edilmemesini; çünkü aşırı karlılığın diğer firmaları da o sektöre çekeceğini ve uzun vadede aşırı karlılığın ortadan kalkacağını iddia etmektedir. Aynı şekilde bugün ABD’de aşırı fiyatlandırmaya mahkemeler yoluyla müdahale edilmemektedir. Diğer taraftan fiyat politikasının kendini en çabuk hissettirdiği alan yıkıcı fiyatlandırma.

Aşağıda yıkıcı fiyatlandırma ile ilgili iki ABD mahkeme kararı sunulmuştur (Ekdi, 2003).

Tütün Davası (Brook Kararı): Brook Kararı'na konu olan sigara pazarında toplam altı firma (P.Morris %40; R.J.Reynolds %28; B&W %12; Liggett %2.3) faaliyet göstermekte ve fiyatlar yılda iki kez yükselmektedir. Diğer yandan, sigaraya olan toplam talep azalmakta ve firmaların atıl kapasiteleri oluşmaktadır. Liggett 1980'de markasız sigarasını, diğer sigaraların fiyatlarından %30 daha ucuza pazara sürmüştü ve daha önce bu tür bir fiyat rekabetinin görülmediği bu oligopolistik piyasada kısa sürede başarılı olmuştur. Bunun ardından Reynolds ve B&W, Liggett'in fiyatını kırmaya başlamıştır. Sonuçta Liggett maliyetinin altında satışa dayanamamıştır.

Liggett, B&W'yi farklı dağıtıcılarına farklı indirimler yapma yoluyla fiyat kırdığı için, Robinson-Patman Kanunu çerçevesinde dava etmiş; mahkeme, %12'lik pazar payının B&W'nin yıkıcı fiyat uygulamasını anlamsız kıldığı sonucuna ulaşarak davayı reddetmiştir.

Söz konusu davada yargıç, Robinson-Patman Yasası'nın diğer antitröst yasaları ile birlikte yorumlanması gerektiğini belirterek, Robinson-Patman'ın "rekabeti kısıtlama etkisi" yerine Sherman Yasası'nın "tekelleşme amacı gütmeye" unsuru üzerinde durmuş ve "yıkıcı fiyatın amacının tekelleşme olduğu, firmanın tekel konumuna gelemeyecek olması durumunda yapılan fiyat düşürme eyleminin yalnızca müşterilere yarar sağlayacağı, dolayısıyla oligopolistik bir piyasada B&W'nin tekeli kar elde etme olanağının bulunmadığı" sonucuna ulaşmıştır (Hovenkamp 1999, 363-365).

Matsushita Kararı: *National Union Electric Corporation* (NEU) ve Zenith, yedi Japon televizyon üreticisini, (1) kendi ülkelerinde fiyatları tekelci seviyede belirlemek (2) elde ettikleri kârı ABD pazarındaki yerli üreticileri pazarın dışına itmek amacıyla yıkıcı fiyat uygulamada kullanmakla itham etmiştir. Bunun yanısıra, söz konusu komplonun başarılı olması durumunda ABD'li üreticiler pazarın dışına itileceği için ABD'li tüketicilerin tekelci fiyatlarla karşı karşıya kalacaklarını öne sürmüşlerdir.

Amerikan Yüksek Mahkemesi, 11 yıl süren davanın sonucunda, 1986 yılında;

a- Yıkıcı fiyat uygulamasının 20 yıldır devam etmesinin iddia edildiği; ancak bu sürenin sonunda dahi şikayet edilenlerin toplam pazar payının %50'yi bulamadığı;

buna karşın Zenith'in pazar payının %24 olduğu ve pazarda ikinci sırada %20'lik payı ile yine bir Amerikan şirketinin bulunduğu;

b- Yirmi yıl boyunca uygulanan stratejinin Japon şirketlerinin ABD'de tekel konumuna gelmelerini sağlayamadığı dikkate alındığında, bu şirketlerin bundan sonra da tekelci kâr elde etmeleri yönünde bir umutlarının bulunmasının makul olmadığı ve ilgili pazarın yapısal niteliklerinin de buna elverişli olmadığı;

c- Şikayetçilerin iddia ettikleri komplo ya da rekabeti sınırlayıcı anlaşmaya ilişkin herhangi bir delil öne süremedikleri gerekçeleriyle davayı reddetmiştir.

Amerikan Yüksek Mahkemesi; pazar payları, giriş engelleri gibi unsurları göz önünde bulundurmuş, şikayet edilenlerin yıkıcı fiyat uygulamasına teşebbüs etmelerinin rasyonel bir davranış olmayacağı sonucuna ulaştıktan sonra fiyat-maliyet analizi yapmaya gerek duymamıştır. Dolayısıyla, söz konusu karar, herhangi bir fiyat-maliyet analizine girişmeden önce pazarın yapısal özelliklerinin dikkate alınması; öncelikle yıkıcı fiyat uygulamasının mümkün ve makul bir strateji olduğunun sorgulanması ve bu yolla asılsız şikayetlerin elenmesinin sağlanması yolunu açması nedeniyle Amerikan antitröst hukuku açısından önemlidir (Kaserman ve Mayo 1995, 140-142).

Yukarıdaki davlarda da görüldüğü üzere, yıkıcı fiyat uyguladığı iddia edilen teşebbüslerin öncelikle pazar payına bakılmaktadır. Eğer hakim pozisyonda değilse uyguladığı fiyatın etkileri sınırlı olacağından yaptırıma tabi tutulmamaktadır.

Ülkemiz Rekabet Hukuku uygulamalarında, yıkıcı fiyat yoluyla girişlerin engellendiği yönünde bir soruşturma örneği yoktur. Ancak, mevcut rakipleri piyasa dışına itme amaçlı soruşturma sayısı oldukça fazladır. Aygaz, Cumhuriyet/Star Gazetesi ve Coca-Cola soruşturmaları yıkıcı fiyat soruşturmalarından birkaç tanesidir⁵⁵.

⁵⁵ Coca Cola Kararı, Rekabet Kurulu Karar No: 04-07/75-18, 23.01.2004; Cumhuriyet/Star Kararı, Rekabet Kurulu Karar No: 99-56/599-381; 1999. (RG. Yay.Tar: 19.08.2000; No:24245); LPG Kararı, Rekabet Kurulu Karar No:93/750-159; 1998 (RG.Yay.Tar:09.12.2000; No:24255).

Yıkıcı fiyat, işletmenin bilinçli olarak uyguladığı bir giriş engeli stratejisi olabilir. Bu yönüyle firmaların yıkıcı fiyat uygulamadan önce piyasa paylarını iyi belirlemiş olmaları gerekmektedir. Yıkıcı fiyat uygulamaları bu nedenle rekabet yasalarıyla çatışmaktadır.

Porter (2000: 17), giriş tehdidi arasında saydığı “girişi caydırıcı fiyat” stratejisinin hem sektöre giriş teşvik edebileceğini hemde potansiyel gircileri sektörden uzak tutabileceğini ifade etmektedir. Eğer uygulanan fiyat marjinal maliyetin biraz üzerinde ve karlılık sektör ortalaması seviyesinde ise (limit fiyat) yeni girciler için çok cazip bir pazar oluşturmaz. Diğer taraftan uygulanan fiyatın yüksek olması potansiyel rakipler için cazip bir piyasa anlamına gelmektedir. Rekabet yasaları açısından uygulanan fiyatın maliyetin üzerinde veya aşırı olması yasalarla çatışmaz, rekabeti bozucu olan fiyat uygulaması, maliyetin altında olan ve hakim firma tarafından uygulanan fiyattır.

5.6. Devletin Düzenleyici Faaliyetlerinden Kaynaklanan Giriş Engelleri

Devletin bazı düzenleyici faaliyetleri pazara girişleri değişik yollarla etkileyebilmektedir. Bu düzenlemelerin toplumsal faydaları olmakla birlikte, bazı piyasalarda rekabeti kısıtlama sonucu toplumsal refah kayıplarına da yol açmaktadırlar (Porter, 2000:16). Ayrıca, devletin girişleri etkileyen pek çok düzenleyici faaliyeti açıkça görülmeyebilmektedir Bazı devlet düzenlemeleri doğrudan girişleri engellemeye yöneliktir. Bunlar özellikle ulaşım sektöründe görülmektedir. Örneğin; taksilerin otobüslerle ve özel araçlarla rekabeti engellenmiştir. Burada amaç, pazarda belli bir disiplinin sağlanmasıdır (OECD, a.g.e.,:103). Bugün bile pek çok ülkede elektrik, gaz ve telefon hizmetleri kamu tarafından yerine getirilmektedir (Stiglitz, 1996:349). Dolayısıyla özel teşebbüslerin bu alana girişleri baştan yasaklanmıştır. Piyasaya girişler sadece bazı alanlarda kamunun işlettiği teşebbüslerle sınırlı değildir. Hükümetlerin siyasi tercihlerini yansıtan pek çok yasa ve yönetmelikler de giriş engelleri yaratmaktadır. Bunlar aşağıda ele alınmıştır.

5.6.1. Gümrük Tarifeleri

Bazı ülkelerde özellikle yurtdışından mal veya hammadde ithalatlarına uygulanan yüksek vergiler bu ülkeye mal veya hammadde satmak isteyen işletmelerin mallarını ülke içindeki mallara göre daha pahalı hale getireceğinden bir giriş engeli olarak kabul edilebilir. Ancak özellikle bazı ürünlere olan talebin aşırı yüksek ve marka tutkunluğu bu ürünlerin fiyatlarının yüksek olmasına rağmen talep edilmelerine bir engel teşkil etmez. Ülkemiz açısından bir örnek vermek gerekirse, yurt dışından ithal edilen bir otomobilin çeşitli vergilerle Avrupa'daki satış fiyatının iki katına yaklaşıyor olmasına rağmen talep görmesidir.

5.6.2. Yasal ve İdari Giriş Engelleri

Yasal ve idari giriş engelleri, özellikle gelişmekte olan ülkelerde çok sık rastlanan bir olgudur. Yasal giriş engelleri, kamu kuruluşlarını veya kamu yararına çalıştığı kabul edilen yarı kamu kuruluşlarını korumak amacıyla ihdas edilmiştir (Türkkan, 2001:267).

Özellikle gelişmekte olan ülkelerde, yasal engeller yanında idari engellerin de önemli bir yer tuttuğu görülür. Bu engellerin önemli bir kısmı “bürokratik giriş zorlukları” niteliğindedir. Bu zorluklar, genellikle idarenin subjektif değerlendirmelere dayanarak verdiği izinleri elde etmedeki güçlüklerle dayanır.

Yasal ve idari nitelikteki engellerden önemli bir bölümü de kamunun niteliklerine göre ortaya koyduğu giriş ön koşulları çerçevesinde oluşabilir. Örneğin; banka, sigorta, döviz bürosu, aracı kurumlar vs.'nin kurabilmesi için belli bir minimum sermaye eşiği konulabilir. Aynı şekilde bu tür kuruluşların kurucularının da bazı özelliklere sahip olması (mahkumiyet almama gibi) aranabilir. Bazen kamunun giriş aşamasında veya işleyiş aşamasında yerine getirilmesini istediği çeşitli ağır yükümlülükler de girişi caydırabilir. Mevcut firmaların bu yükümlülüklerle uymadan faaliyet göstermesi, caydırıcılığı azaltıcı etki yaratmayabilir. Çünkü bazı yeni girişimciler, yasal olmayan yollara girmekten çekinebilirler (Nicholson, 1990:422).

5.6.3. Kamu Şirketlerinin Yarattığı Giriş Engelleri

Bazı alanlarda yasal ve idari giriş engelleri olmasa bile, yerleşik bir kamu kuruluşunun o alanda faaliyet göstermesi, girişi caydırıcı etkiler yapabilir. Kamu kuruluşlarının girişi caydırıcı etkileri şu şekilde ortaya çıkabilir (Türkkan, 2001 :268):

- Sosyal veya politik nedenlerle düşük fiyata mal satışı,
- Sosyal veya politik nedenlerle, kamu kuruluşlarının hammadde alımlarında yüksek fiyat vererek, diğer firmaların da hammadde alım fiyatının yükselmesine neden olmaları,
- Sosyal veya politik nedenlerle kamu kuruluşlarının yüksek ücret ödeyerek diğer firmaları da piyasa fiyatının çok üzerinde bir ücret ödemek zorunda bırakması gibi durumlar, girişi caydırıcı etki yaratabilir.

Devletin düzenleyici faaliyetlerinden kaynaklanan giriş engellerini Demsetz (1982), giriş engellerinin temel kaynağı olarak görmektedir. Diğer taraftan yapı-davranış-performans yaklaşımının temsilcilerinden Porter da devlet politikalarından kaynaklanan engelleri, giriş engelleri arasında kabul etmektedir.

Rekabet yasasında, özellikle yasal ve idari giriş engelleri kısmında da açıklandığı üzere, bazı kamu kuruluşlarını ilgilendiren yasalar rekabet ihlallerine yol açmaktadır. Rekabet Kurulu bu gibi soruşturmalarda, Bor-Etibank soruşturmasında olduğu gibi, teşebbüslerin yasaya dayanarak faaliyetlerini icra ettiğine vurgu yaparak, soruşturma açmamaktadır. Kanımızca bu önemli bir rekabet ihlali doğurmaktadır. Zaten Rekabet Kurumu da Rekabet yasasıyla çatışan kamu düzenlemeleriyle ilgili bir çalışmanın içinde olduğunu belirtmiştir.

Bu konuyla ilgili bir diğer soruşturma da MNG Havayolları ve Taşımacılık A.Ş.'nin Devlet Hava Meydanları İşletmesi Genel Müdürlüğü hakkındaki şikayetidir. Rekabet Kurumu'na yapılan şikayette özetle;

“11 uçağı ile kargo ve yolcu taşımacılığı yapan MNG Havayolları ve Taşımacılık A.Ş. (MNG)'nin, sahip olduğu (B) grubu çalışma ruhsatı ile kendi uçaklarına yer hizmeti verebildiğı; ancak MNG'nin diğer yerli ve yabancı hava taşıyıcılarına da yer hizmeti vermek için DHMİ'den (A) grubu çalışma ruhsatı almasının zorunlu olduğu, DHMİ'den (A) grubu çalışma ruhsatı alabilmek için öncelikle 15.000.000 ABD Doları'nın peşin olarak ödenmesi gerektiğı, bu miktarın piyasaya giriş engeli yaratacak kadar yüksek olduğu, ayrıca bu ücretin piyasada faaliyet gösteren Havaş Yer Hizmetleri A.Ş. (Havaş)'den ve Çelebi Hava Servisi A.Ş. (Çelebi)'den alınmadığı, dolayısıyla ayrımcılık yapıldığı ve bu şirketlerin de çabaları sonucu piyasaya yeni bir şirketin

giremediği, DHMİ'nin bu ücretlerde indirim yapmayarak piyasada oluşan kartelin devamını sağladığı" iddia edilmektedir.

Kurum raportörleri iddiaları ciddi bularak DHMİ hakkında soruşturma açılmasının uygun olacağını belirtmişlerdir.

Yapılan soruşturma neticesinde, "kamusal düzenlemenin bulunduğu iktisadi bir alanda faaliyet gösteren DHMİ'nin ihlal içerdiği iddia olunan eylemi yasadaki düzenlemenin bir sonucu olduğundan ve anılan teşebbüsün söz konusu fiyatlandırmaya bağımsız olarak karar verme imkanı bulunmadığından 4054 sayılı Kanun uyarınca bir işlem yapılamayacağı kanaatine varılmıştır. Dolayısıyla, DHMİ'nin ilgili pazara girişi yüksek çalışma ruhsatı tarifesi belirlemek suretiyle pazara giriş engeli oluşturduğunu ve aynı uygulama ile pazarda mevcut teşebbüsler ve pazara yeni girecek teşebbüsler arasında ayrımcılık yarattığını kabul etmek mümkün değildir" diyerek, yasalarla düzenlenen bir izin verme söz konusu olduğu için Rekabet Kurulu, DHMİ'nin MNG'ye karşı bir ayrımcılık yapmadığını, yasaları uyguladığını ifade ederek, DMHİ hakkında bir soruşturma açılmasına gerek olmadığına karar vermiştir.

Burada, DHMİ'nin bir ayrımcılık yapmadığına katılmakla birlikte, daha önce ruhsat alan iki firmanın A grubu çalışma ruhsatı alabilmek için ödemiş oldukları ücretle yeni giren firmanın ödeyeceği ücret arasında bir fark olup olmadığının araştırılarak bu ücretin bir giriş engeli yaratıp yaratmadığının ortaya konmaması bir eksiklik olarak gözükmektedir. Bir diğer husus ise, daha önce de ifade edildiği üzere pazı piyasalarda giriş şartlarının yasalarla düzenlenmiş olması ve Rekabet Hukuku uygulamaları dışında tutulmasıdır.

Bu soruşturmada yasalardan kaynaklanan bir hakkın bir başka teşebbüse kullandırılmaması söz konusudur. Daha önce sektöre girmiş olan firmalarla aynı sektöre girmek isteyen bir başka kuruluşa farklı şartlar öne sürülmektedir. TÜRSAB örneğindeki gibi önceki girenlerle, sonra girenler arasında bir maliyet dezavantajı söz konusudur. Demsetz (1982) 'in ifade etmek istediği giriş engelleri için güzel bir örnek teşkil etmektedir.

Sonuç

Bu bölümde, Rekabet Kurumu'na intikal eden, 8 adet giriş engeliyle ilgili soruşturmanın stratejik yönetim, iktisat okulları ve Rekabet Hukuku açısından karşılaştırmalı olarak değerlendirmeleri yapılmıştır.

Burada öncelikle şu hususun belirtilmesi gerekir ki, stratejik yönetimin rekabet avantajı oluşturmak için öngördüğü piyasa yapısı ile Rekabet Hukuku'nun etkin rekabet oluşumu için öngördüğü piyasa yapılarıyla bazı yönlerden uyuşmamaktadır. Bu nedenle Porter (1980)'in öne sürdüğü ve firma performansını pazar etkinliğine bağlayan stratejilerin çoğu, rekabet yasası ile çatışma halindedir. Örneğin; rakipler için gerekli olan alt yapı unsurları, hammaddeye sahiplik, dağıtım kanallarına sahiplik gibi. Eğer firma bu unsurları bünyesinde bulunduruyor ve sektöre girecek firma için, bu unsurlar hayati öneme sahipse, hakim firma bu unsurları belli bir bedel karşılığında yeni giren firmaya vermek veya kullandırmak durumundadır. Aksi takdirde Star Gazetesi soruşturmasında olduğu gibi cezai müeyyideyle karşı karşıya kalabilir. Buradan şu sonucu da çıkarabiliriz: Porter'in ileri sürdüğü ve pozisyon yaklaşımında avantaj olarak sunduğu bazı stratejiler aslında bir dezavantaja dönüşebilir. Bu nedenle özellikle kaynaklara dayalı yaklaşımın öne sürdüğü "taklit engelleri", rekabet yasalarının uygulandığı piyasalarda firmaları daha rekabetçi kılabilir. Çünkü taklit engellerinin özü rekabet yasalarıyla çatışmamaktadır.

Bir diğer konu rekabet uygulamaları ve iktisat okulları değerlendirmeleridir. Özellikle Harvard Okulu daha önceki bölümlerde de incelendiği üzere pek çok unsuru giriş engel olarak görmekte rekabet yasalarıyla müdahaleyi gerekli görmektedir. Diğer taraftan, piyasalara duyduğu aşırı güvenle Chicago Okulu çok az unsuru giriş engeli olarak görmektedir. Chicago Okulu'na göre rekabet ihlallerinin en önemli unsuru, devletin düzenleyici faaliyetlerinden kaynaklanan faaliyetleridir.

Sonuç bölümünde de ayrıntılı olarak üzerinde durulacağı üzere, 344 soruşturmanın 8 tanesi giriş engelleriyle ilgilidir ve giriş engeli tespit edilen soruşturma sayısı ise, 5 tanedir. Toplam soruşturma sayısı dikkate alındığında Toplam soruşturmalar içinde giriş engelleriyle ilgili soruşturma oranı % 2.32'dir. Toplam soruşturmalar içinde giriş engeli tespit edilen soruşturma oranı ise, % 1.45'tir. Bu açıdan bakıldığında giriş engellerinin rekabet ihlalleri içinde önemli bir yer tutmadığı söylenebilir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Piyasa ekonomisinde fonksiyonel işlerliğin merkezi unsuru olarak etkin bir rekabet sürecinin varlığı ön koşul olarak görülmektedir. Ancak rekabet sürecinin çeşitli nedenlerle bozulması, engellenmesi ve sınırlandırılması söz konusu ekonomide kaynak dağılımının, gelir dağılımının ve bunlara bağlı olarak politik güç dağılımının bozulmasına neden olmaktadır. Bu da toplumun demokratik olma anlayışından uzaklaşılması sonucunu doğurmaktadır. İşte böyle bir durumda ekonomideki rekabet sürecini yeniden yaratmak ve oluşturmak için ekonomik politikalardan sorumlu kurumların yasal ve ekonomik olmak üzere bir takım önlemler almaları gerekmektedir. Alınan önlemlerin bütünü ülkenin rekabet politikasını oluşturmaktadır. Rekabet sürecinin devamlılığını sağlamak için de devletin bilinçli bir rekabet politikası oluşturması gerekmektedir.

Bu çerçevede rekabet politikasının üç temel amacından söz edilmektedir.

- Rekabeti sınırlayan anlaşmaların ve hakim durumun kötüye kullanılmasının engellenmesi,
- Pazarda hakim durum yaratarak rekabeti olumsuz etkileyecek birleşme ve devralma girişimlerinin engellenmesi,
- Devlet yardımlarının izlenmesi, etkinliğe ve rekabete aykırı devlet yardımlarının yasaklanması.

Rekabet politikası piyasada etkin rekabetin korunması ve gelişmesini sağlamak amacıyla rekabet olanaklarını genişletmekte, rekabetçi eğilim ve istekleri özendirilmektedir. Ancak devletin bir rekabet politikasının bulunmaması piyasalarda başarılı olanın değil, güçlü olanın egemen olması ve rekabetin ortadan kalkması sonucunu doğurmaktadır.

Piyasa ekonomisinde rekabet politikası, genel ekonomi politikası içinde önemli bir yere sahiptir. Çünkü piyasa ekonomisinde rekabet sürecinin etkin işlememesi, ekonomik düzenin ve bununla karşılıklı bağımlılık ilişkisi içinde olan sosyal ve politik düzenin fonksiyonel işlerliğini kaybetmesine neden olmaktadır. Dolayısıyla piyasa sisteminin merkezi unsurunu oluşturan rekabet sürecindeki bozukluk, ekonomik sistemin bütününe tehdit etmektedir.

Piyasalarda rekabet sürecini olumsuz etkileyen unsurlardan biri de, gerek anlaşmalarla ve gerekse hakim durumdaki teşebbüslerin bu hakimiyetlerini kötüye kullanarak piyasaya yeni girişleri engelleme veya piyasadaki mevcut rakipleri piyasa dışına çıkarma şeklindedir. Bu davranışların bir kısmı şirketlerin pazara nüfuz etme stratejilerinin bir parçası olabilir. Ancak, yasal olmayan firma stratejileri nedeniyle piyasalardaki rekabet sürecinin olumsuz etkilenmesi durumunda devletin piyasalara müdahale etme gerekliliği ortaya çıkar. Özellikle stratejik yönetim yaklaşımı ile Rekabet Hukuku düzenlemelerinin piyasa yapıları ve giriş engelleri konusunda çatışma halinde olduklarını belirtmeliyiz. Stratejik yönetim pazara giriş engellerinin yüksek olmasını öngörürken, Rekabet Hukuku bu engellerin düşük olmasını öngörmektedir. Aynı şekilde stratejik yönetim, piyasaların rekabetçi yapıdan uzak olmalarını firma başarısı için ideal piyasa olarak nitelerken, Rekabet Hukuku ise kıyasıya bir rekabetin olduğu piyasaları ideal piyasa olarak görmektedir.

Giriş bölümünde ifade edildiği üzere, bu çalışmanın amacı, Rekabet Hukuku'nun piyasaların rekabetçi işlevini sürdürmedeki rolünü giriş engelleri açısından tespit etmektir.

Rekabetin sağlıklı bir şekilde oluşmasının önemli bir koşulu, bozulmayacak bir rekabet düzenini sağlayacak olan hukuki altyapıyı oluşturmaktadır. Bir ekonomide gerçek anlamda rekabetçi bir ortamdan ve piyasa düzeninden söz edebilmek için o ekonomide rekabetle ilgili hukuki düzenlemelerin mevcudiyeti büyük önem taşımaktadır. Piyasada faaliyet gösteren firmalar arasında rekabetin sınırlanması, bozulması ve ortadan kalkması sonucunu doğuracak anlaşmaları, hakim durumun kötüye kullanılmasını ve tekelleşmeye yol açacak birleşmeleri önleyecek olan yasaklayıcı ve düzenleyici hukuki düzenlemelerin bütününe "Rekabet Hukuku" denilmektedir.

Rekabet Hukuku'nun konusu, rekabet koşullarının gerçekleştirilmesi için gerekli tedbirlerin alınması ile bu koşulların gerçekleşmediği piyasalarda faaliyet gösteren teşebbüslerin, rekabet piyasasında faaliyet gösteriyormuş gibi davranmalarını sağlamak oluşturmaktadır. Rekabet kanunları piyasaların kendi iç mekanizmaları ile gelişmesini sağlamaya ve piyasaları gerek devletin gerekse özel kişilerin müdahalelerine karşı korumaya yönelik hükümleri içerir. Rekabet Hukuku piyasada çeşitli amaçlara ulaşmak için hazırlanmıştır, bu amaçlar:

- Piyasanın kendi iç mekanizmaları ile gelişmesini sağlamak,
- Etkin rekabeti korumak,
- Önceden kestirilebilen ve daha rekabetçi olan bir iş çevresi oluşturmak ve sürdürmek,
- Piyasa güçlerini daha da kuvvetlendirmek,
- Ülkedeki girişimci ruhunu canlandırmak, şeklinde ifade edilebilir.

Kısacası rekabet yasası ile ekonomik etkinlik ve tüketici refahını arttırmak için rekabeti bir araç olarak uygulamak ve özendirmek amaçlanmaktadır. Bu amaçlara ulaşmak için uygulanan Rekabet Hukuku'nun; rekabeti kısıtlayan davranış ve faaliyetleri yasaklayarak, kişilerin temel hak ve özgürlüklerini koruma altına almak, tüketicinin korunmasını sağlamak, piyasada girişimci ruhunu ve serbest rekabeti canlandırmak, küçük ve orta ölçekli işletmelerin büyük işletmelerle rekabet edecek hale gelmelerini sağlamak, devletin ekonomiye müdahalesini ve piyasa dengelerinin bozulmasını önemli ölçüde önlemek gibi ekonomik açıdan olumlu etkileri vardır. Ancak Rekabet Hukuku devletin rekabet politikasının tamamını ifade etmez.

Rekabet politikasının diğer unsurlarını;

- Rekabet politikasının korunması ve geliştirilmesine yönelik tedbirler; Rekabet Hukuku, kamu iktisadi teşekkülleri ve özelleştirme, ticarete teknik engel anlaşmaları, makro ekonomik istikrar, yabancı sermaye izinleri,
- Haksız rekabetin önlenmesine yönelik tedbirleri; tüketicinin korunması yasası, fikri ve sınai mülkiyet haklarının korunması yasası, anti-damping ve anti-sübvansiyon anlaşmalar, haksız rekabet yaratacak teşviklerle ilgili düzenlemeler, gümrük mevzuatı, çevre mevzuatı, kalite ve standardizasyon, vergi politikaları, devlet yardımları,
- Uluslararası rekabet gücünü artırılmasına yönelik tedbirler; eğitim ve insan sermayesi, teknoloji politikası, rekabet gücünü artırıcı teşvikler, olarak sayabiliriz.

Rekabet Hukuku, rekabet politikasının unsurlarından sadece birini oluşturmaktadır. Bu çalışmada konular Rekabet Hukuku eksenli olarak ele alınmıştır. Ancak konuların

incelenmesinde yan unsurlar olarak iktisat okullarının ve stratejik yönetim düşüncesinin de önemli katkıları dikkate alınmıştır. Çalışma beş bölümden oluşmaktadır.

Birinci bölümde; sırasıyla, rekabet kavramı piyasalar açısından ve rekabet teorisinin gelişimine katkıda bulunan iktisat okulları açısından açıklanmaya çalışılmıştır. Daha sonra rekabet politikası ve Rekabet Hukuku kavramları açıklanmış olup, Rekabet Hukuku'nun rekabet politikasının bir parçası olduğu ve piyasaların regüle (düzenlenmesinde) edilmesinde kullanılmasının neden gerektiği üzerinde durulmuştur. Bu bölümde ayrıca, rekabet hukuk sistemleri hakkında bilgi verilerek, Rekabet Hukuku'ndan beklenen faydalar açıklandıktan sonra sırasıyla Rekabet Hukuku'nun tarihi gelişimi ABD, AB ve Türkiye açısından ele alınmış ve AB ile ABD rekabet hukuk sistemlerin farklılıkları ortaya konulmaya çalışılmıştır.

İkinci bölümde ise, ABD'de Rekabet Hukuku'nun (antitröst yasası) gelişiminde önemli rol oynayan endüstri iktisadının iki temsilcisi Harvard ve Chicago Okulları hakkında bilgi verildikten sonra, endüstri iktisadında ve rekabet hukukunda girişlerin engellenmesi konusundaki görüş ayrılıkları ortaya konulmaya çalışılmıştır. Çünkü bu iki iktisat okulu özellikle piyasaların işleyişinde rekabet kavramına farklı yaklaşmaktadırlar dolayısıyla piyasaya girişlerin engellenmesi noktasında da farklı argümanlar ortaya koymakta ve mahkemeler üzerinde etkili olabilmektedirler.

Üçüncü bölümde giriş engelleri, stratejik yönetim yaklaşımı açısından değerlendirilmiştir. Bu bölümde daha çok neden firmaların girişleri engelledikleri sorusuna stratejik yönetim yaklaşımında öne çıkan iki bakış açısıyla yaklaşmıştır. Ancak bu sorunun yanıtını verebilmek için stratejik yönetim düşüncesi felsefesini ortaya koyan bir başka soruya da yanıt aramak gerekmiştir. Kısaca ifade etmek gerekirse, stratejik yönetimde rekabet avantajı oluşturmada ve sürdürmede rekabet avantajının kaynağı nedir sorusu stratejik yönetimin temelini oluşturmaktadır (Barca, 2002b: 31). Bu soru ekseninde farklı yaklaşımlar ortaya konmuştur, bazı yazarlar bu konuda on yaklaşım, bazıları ise beş yaklaşım olduğunu ifade etmektedirler. Ancak, De Wit ve Meyer (1999), üzerinde kuruldıkları temellere indirildiğinde, bu konudaki görüşlerin iki temel yaklaşım etrafında toparlanabileceğini ifade etmiştir. Bu çalışmada da De Wit ve Meyer'in görüşleri doğrultusunda, yukarıda ifade edilen iki soru pozisyon yaklaşımı ve kaynaklara dayalı yaklaşım açısından incelenmiştir.

Pozisyon yaklaşımı, bir firmanın rakiplerinden daha başarılı olup olmadığını piyasanın yapısı ve firmanın piyasa içinde aldığı pozisyona bağlar, diğer taraftan karlılığını uzun süre devam ettirebilmesi için, piyasaya girişlerin sınırlandırılması veya engellenmesi gerekir. Böylece firma karlılığını uzun süre sürdürebilir.

Kaynaklara dayalı görüş ise, firma başarı veya başarısızlıklarının nedenini, firmaların kendi içlerinde geliştirdikleri ve rakiplerine göre daha iyi iş yapmalarını olanaklı kılan kaynak ve kabiliyetlere bağlamaktadır. Karlılığın sürdürülmesi için ise, pozisyon yaklaşımın aksine, giriş engellerine değil taklit engellerine vurgu yapmaktadır. Eğer firmalar karlılıklarını devam ettirmek istiyorlarsa, ürettikleri ürün veya hizmetlerin rakipleri tarafından kolaylıkla taklit edilemeyecek (core competence) yetkinliklere dayalı olması gerektiğini ifade etmektedirler.

Dördüncü bölümde ise, piyasaya giriş engellerini hukuki düzenlenme şekli ve sınırları çizilmiştir. Rekabet yasasında rekabet ihlalleri anlaşmalar ve hakim durumun kötüye kullanılması suretiyle meydana gelmektedir. Bu bağlamda giriş engelleri de anlaşmalar ve hakim durumun kötüye kullanılması bağlamında ele alınmıştır.

Beşinci bölümde, Rekabet Kurumuna giriş engelleriyle ilgili yapılan 8 adet başvuru, stratejik yönetim, iktisat okulları ve rekabet yasası çerçevesinde incelenmiştir. Bu süreçte her bir dava stratejik yönetim ve Rekabet Hukuku ve iktisat okulları açısından çatışma noktaları ve birleşme noktaları da göz önüne alınarak incelenmiştir. Burada şu hususun belirtilmesi önemlidir, özellikle kaynaklara dayalı yaklaşımda öne sürülen ve karın sürdürülebilir kılınmasına yol açan temel yeteneğe dayanan stratejik uygulamalar, Rekabet Hukuku ile çatışmamaktadır. Hatta bu tür davranışların oluşturulması rekabet yasalarıyla desteklenmektedir. Diğer taraftan Porter'ın öne sürdüğü bazı firma davranışları Rekabet Hukuku ile çatışmaktadır. Rekabet avantajı yaratmak için uygulanan stratejilerin rekabet yasalarıyla çatışmaması önem arz etmektedir.

Çalışmamız, Rekabet Kurumu'nun faaliyetine başladığı 1997 yılı ile Haziran 2005 tarihlerini kapsayan 344 Adet rekabet ihlali başvurusunu kapsamaktadır. Bu kararlardan sadece 8 tanesinin şikayet konusu giriş engelleriyle ilgilidir. Rekabet Kurumu bu soruşturmalardan 5 tanesinde girişlerin engellendiğini tespit etmiş, diğerlerinde girişlerin engellenmediğini veya ilgili teşebbüslerin yasalarla korunduğunu

ifade etmiştir. Çalışmanın ana kütleyle ilgili bilgiler aşağıdaki tabloda verilmiştir. Bu tabloda 4. madde teşebbüsler arasındaki anlaşma ve işbirliği neticesindeki rekabet ihlallerini, 6. madde hakim durumun kötüye kullanılmasını bir diğer sütun ise her iki maddenin birlikte kullanılmasyla rekabetin aksamasına neden olan durumları ifade etmektedir.

Tablo: 1997-2005 Yılları Arasındaki Rekabet İhlali Soruşturmaları

Yıllar	4'üncü Madde	6'ncı Madde	4 ve 6'ncı Maddeler Birlikte	TOPLAM
1997	2	3	0	5
1998	3	2	0	5
1999	9	10	13	32
2000	21	16	16	53
2001	12	19	10	41
2002	18	15	5	38
2003	18	11	9	38
2004	49	26	16	91
2005*	22	14	5	41
Toplam	154	116	74	344

*Haziran 2005 itibarı ile sonuçlanan dosyalar. (2005 yılı soruşturmalarında incelenen 1 dava, SMSD Karar tarihi, 04.10.2005 olduğundan, Rekabet Kurumu tarafından hazırlanan 2005 yılı ilk yarı faaliyet raporunda yer almamıştır. Bu dava 2005 yılı 4. md.kapsamına ilave edilmiştir)

Rekabet Kurumu'na girişlerin engellendiği iddiasıyla yapılan başvurulara ilişkin değerlendirmeler özet olarak aşağıda değerlendirilmiştir. Soruşturmanın değerlendirilmesinde stratejik yönetim ve iktisat okulları yaklaşımları da ele alınmıştır.

Birincisi; Yaysat'ın (Sabah ve Milliyet Grubunun oluşturdukları dağıtım şirketi), Star Gazetesini, son dağıtım noktalarına sokmayarak (Yaysat bayilerinde sattırmayarak), Star gazetesinin piyasaya girişini zorlaştırmak istemesi; Rekabet kurumu, bu soruşturmada Yaysat'ın gazete dağıtım alanında tekel konumda olduğunu, gazetelerin özellikleri gereği diğer gazetelerle birlikte satılması gerektiğini, dolayısıyla bu durumu engellemenin hakim durumu kötüye kullanmak olacağını belirterek, gazetelerin, okuyucuyla buluşması için rakipleriyle aynı yerde satılmasının faaliyetini sürdürebilmesi için bir zorunluluk olduğunu, aksi takdirde gazetenin uzun süre ayakta

kalamayacağını, dolayısıyla, sadece kendi dağıtım şirketinden gelen gazeteleri bayilerinde sattırmasının hakim durumun kötüye kullanılması olarak değerlendirilmesi gerektiğini belirterek, Yaysat'ı suçlu bulmuştur. Rekabet Kurumu bu kararında ismini zikretmeden zorunlu unsur doktrinini de kullanmıştır. Çünkü bir gazete için, tüm Türkiye çapında ayrı ayrı binlerce gazete bayii oluşturmak, ekonomik olarak işletmeye çok büyük yük getirmekte ve ayrıca bazı noktalarda gazetenin satış imkanını ortadan kaldırmaktadır. Örneğin yerel yönetimlerce sadece gazete satmak amacıyla kiraya verilmiş olan şehrin işlek yerlerindeki gazete büfeleri veya şehirlerarası otobüs terminallerinde gazete büfeleri gibi.

Rekabet Kurumu'nun giriş engeli tespit ettiği ikinci soruşturma, Turkcell ve Tesim'in alt yapılarını İş-Tim'e(Aria) kullandırmamalarıyla ilgilidir. Bu davada İş-Tim (Aria), ulusal dolaşım için, Turkcell ve Telsim'in alt yapılarını kullanmak istemiş, fakat her iki şirketin de alt yapılarını kullandırmak için istemiş olduğu fiyatı yüksek bularak Rekabet Kurumu'na başvurmuştur. Rekabet Kurumu yapmış olduğu değerlendirmede, Turkcell ve Telsim'i, hakim durumlarını kötüye kullanarak, piyasaya girmek isteyen Aria'ya alt yapısını kullandırmayarak, zorunlu unsurlara erişimi engellemekten suçlu bulmuştur. Kanımızca, Yaysat soruşturmasında zorunlu unsur doktrinini yerinde kullanan Rekabet Kurumu, bu davada zorunlu unsur doktrinini yerinde kullanmamıştır. Çünkü zorunlu unsur doktrinini, kısaca ikinci bir alternatifin mümkün olmadığı durumu ifade eder, oysa Turkcell ve Telsim risk alarak kendi altyapılarını oluşturmuşlardır. İş-Tim'de pahalı olmakla beraber kendi alt yapısını oluşturabilirdi.

Porter'in giriş engelleri arasında gördüğü ve sektöre girmek isteyenleri kararlarından vazgeçirici bir unsur olarak ileri sürdüğü dağıtım kanallarına sahiplik yerleşik firmalar için bir avantaj unsuru olarak sunulmaktadır. Eğer dağıtım kanalları bir başka firma içinde zorunlu bir unursa ve objektif nedenler haricinde bu unsurları yararlandırmama söz konusu ise, bir avantaj gibi görünen unsur bir dezavantaja dönüşebilir ve rekabet yasalarıyla çatışabilir.

Rekabet Kurumu'nun giriş engelleri tespit ettiği üçüncü soruşturma ise, Türsab (Türkiye Seyahat Acenteleri Birliği) davasıdır. Türsab tüzel kişiliğe sahip bir kuruluştur. 2001 yılında, 15. genel kurulda aldığı kararla yeni seyahat acentesi açmak isteyen kişilerin 15 Milyar lira olan giriş aidatını 35 Milyar liraya çıkarmasıyla ilgilidir.

Rekabet Kurumu'nun yapmış olduğu analizlerde diğer sektörlerdeki aidat ortalamaları da dikkate alındığında, giriş aidatının bu denli yüksek belirlenmesinin diğer sektörlerle karşılaştırıldığında makul bir sebebinin olmadığı, bu durumun sektördeki (mevcut) firmaların değerlerini artırmaya (devredildikleri için) yönelik olduğu, dolayısıyla giriş aidatının aşırı yüksek tutulmasının ülke gerçekleriyle bağdaşmadığı, bu durumun iktisadi açıdan da bir açıklamasının olmadığı kararına varmıştır. Kurul Türsab'ın 15. genel kurulda almış olduğu giriş aidatıyla ilgili kararın sektöre yeni acente girişini engelleyebilecek nitelikte olduğu gerekçesiyle Türsab'ı suçlu bulmuş ve kararın iptal edilmesi için Türsab'a belli bir süre vermiştir.

Rekabet Kurumunun, bu kararı bazı açılardan eleştirilmiştir. Öncelikle genel kurulun giriş aidatı belirleme yetkisinin olduğu, bu yetkinin kullanıldığı belirtilmektedir. Dolayısıyla Rekabet Kanunu'nun Türsab'ın belirlediği giriş aidatına müdahale etmemesi gerektiği belirtilmektedir. Ancak, Rekabet Kanunu Türsab'ın bu davranışının "rakiplerin maliyetini yükseltici bir davranış" olarak belirlemiştir.

Diğer yandan stratejik yönetim açısından bakıldığında, rakiplerin maliyetini artırıcı reklam, ar-ge, patentli ürün gibi unsurlar yasal giriş engelleri ve maliyet artırıcı unsurlar iken, sadece belli bir belgeyi almak için ödenmesi gereken bir bedelin ülke gerçekleriyle uygun olmayacak şekilde ve keyfi olarak belirlenmesi, rekabet yasasıyla çatışma doğurmaktadır. Diğer taraftan bu uygulamayı yasal bir davranış olarak göstermek incelenmesi gereken ayrı bir konudur.

Rekabet Kanunu'nun girişlerin engellendiğini tespit ettiği kararlardan biri de Karbogaz kararıdır. Bu kararda, Karbogaz'ın müşterileriyle (Coca-Cola, Cristal Cola, vb) uzun vadeli sözleşmeler imzaladığı ve başka bir sağlayıcıdan mal almama şartı getirdiği tespit edildiğinden hakim durumunu kötüye kullandığı sonucuna varılmıştır. Rekabet yasasında, malların üretim ve dağıtımını ile hizmetlerin sunulmasında yeni gelişme ve iyileşmelerin ya da ekonomik veya teknik gelişmelerin sağlanması ve tüketicilerin bundan yarar sağlaması şartıyla, bazı rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalara muafiyet tanınabileceği, ayrıca dikey muafiyet yasası ile bazı anlaşmalara münhasır satıcılık imkanları sağlanabileceği belirtilmiş olmakla birlikte, Karbogazın, yasalarda öngörülen şartlarında dışına taşarak, sözleşmelere yasalarla çatışan maddeler koymak suretiyle 4. maddeyi ihlal ettiği tespit edilmiştir. Ayrıca sözleşmenin Rekabet Kurumundan izin

alınması şartına bağılı olmasına rağmen izin alınmamış olması da ikinci bir ihlal oluşturmuştur.

Stratejik açıdan bakıldığında özellikle gizli anlaşmalar olarak adlandırılan ve rekabet sürecini olumsuz etkileyen boykot, mal vermeyi reddetme, bölge paylaşımı ve fiyat ayarlamaları gibi davranışlar yasalarla çatışmaktadır. Diğer yandan büyük yatırım gerektirdiği için dağıtım kanalları oluşturmak, ar-ge yatırımları yapmak gibi ekonomik ve teknik gelişmenin sağlanması amacıyla yapılan anlaşmalar Rekabet Kurumuna bildirilmek kaydıyla yapılabilmektedir.

Giriş engeli tespit edilen son karar ise, SMSD (Sürtünme Malzemeleri Sanayicileri Derneği) ile ilgilidir. İlgili kararda davacı Bekemler Otomotiv'in SMSD bünyesinde bir araya gelen Frentek Balata, Beşer Balata, Kale Balata, Balatacılar Balata, Berke Balata ve Eren Fren'in Bekemler'in faaliyetini zorlaştırma ve kısıtlama amacıyla, ürünlerini yeniden satış amacıyla satın alan teşebbüslere, rakip teşebbüsün ürünlerini satmama yönünde baskı yapmak konusunda ortak karar aldıkları ve bu nedenle 4054 sayılı kanunu 4/d bendini ihlal ettikleri dolayısıyla yapılan soruşturma ile ilgilidir.

Rekabet Kurulu, SMSD bünyesinde bir araya gelen balata üreticisi firmaların, Kanun'un 4. maddesinde belirtildiği şekilde piyasaya girmek isteyen bir teşebbüsün, piyasaya girişini engellemek amacıyla kurdukları dernek vasıtasıyla, derneğe üye üretici firmaların mal sattığı işyerinde Bekemler'den gelen balataların satılmaması amacıyla bayileri zorladıkları ve mal vermeme şeklinde korkuttukları tespit edilmiştir. Bu kararı bir dernek çatısı altında yaptıkları için de bu kararın bir teşebbüs birliği kararı olduğuna hükmetmiştir.

Eğer bu soruşturmada ilgili teşebbüslerin her biri bağımsız olarak rakibin piyasaya girmesini engelleme amacıyla faaliyet göstermiş olsaydı, Kurul tarafından cezalandırılmalarını gerektirecek bir işlem yapmış olmayacaklardı. Çünkü hiçbir firma tek başına ilgili piyasada hakim durumda olmayacağı için, hakim durumda olmayan bir firmanın rakiplerinin piyasa girişini engelleme çabaları piyasa koşulları içinde değerlendirilebilirdi. Soruşturma heyeti kararın derneğin dokümantasyonlarına dayanarak verildiğini tespit etmişlerdir.

SMSD soruşturması da, Türsab soruşturmasında olduğu gibi, teşebbüs birliği kararıyla girişlerin engellenmesi örneğine benzemektedir. Ancak burada oluşturulan birlik, dağıtım kanallarına erişimi engellemektedir. Yaysat soruşturmasında olduğu gibi, ilgili firmanın ürünlerini satabilmesi için dağıtım kanallarına ulaşması zorunlu bir unsurdur. Aslında bu davada “zorunlu unsura erişimin engellenmesi” suretiyle girişler engellenmiştir. Fakat buradaki engelleme Yaysat davasındaki gibi katı bir şekilde değildir. Eğer firma ek masraflara katlanmayı göze alabilirse bu engelleri aşabilme imkanına sahiptir. Porter’ın avantaj olarak belirttiği dağıtım kanallarına sahiplik yine bu davada yasalarla çatışmıştır.

Yukarıda da görüldüğü üzere, genel olarak giriş engeli tespit edilen davalardaki stratejik uygulamaların çoğu rekabet yasalarıyla çatışma halindedir. Daha öncede ifade edildiği üzere, firma karlılığını sürdürmeye yönelik pozisyon yaklaşımının tezi, giriş engellerine dayanmaktadır. Bu engeller, endüstrideki mevcut firmaların karlılıklarını devam ettirmeye olanak tanırken, potansiyel girciler içinde olumsuz etkide bulunarak düşük karlar elde etmesine neden olmaktadır. Bu engelleri Porter (1980), altı başlık altında toplamıştır. Bunlar, ölçek ekonomileri, ürün farklılaştırma, sermaye gerekleri, geçiş maliyetleri, dağıtım kanallarına erişim ve ölçekten bağımsız maliyet dezavantajlarıdır.

Rekabet avantajı sürdürmeye yönelik kaynaklara dayalı yaklaşımın taklit engelleri ise, Porter’ın giriş engellerinden farklı olarak, girişleri engellemeye yönelik değil taklitleri engellemeye yöneliktir. Buna göre eğer bir firma, stratejik öneme sahip kaynak ve kabiliyetleri kolay taklit edilemeyecek derecede geliştirebilirse, rekabet avantajını sürdürebilecektir. Taklit engelleri rekabet yasalarıyla çatışmamakta hatta rekabet yasalarıyla aynı amaca hizmet etmektedirler. Diğer yandan Porter’ın öne sürdüğü bazı giriş engeli stratejileri rekabet yasalarıyla çatışmaktadır.

Giriş engelleri incelendiğinde bazı giriş engellerinin içsel yani firma tarafından geliştirilen bazılarının ise dışsal yani piyasa yapısıyla ilgili olduğu görülmektedir. İçsel engeller kaynaklara dayalı yaklaşımda öne sürülen ve rekabet avantajı yaratmada firmanın temel yeteneklerini taklit edilemez kılan değerlerdir. Bu değerler rekabet yasalarıyla çatışmamaktadır. Ancak bazı dışsal stratejiler rekabet yasasının sınırını zorlamaktadır. Dolayısıyla bu stratejileri uygulayan firmaların yasalarla sorunlar yaşaması muhtemel gözükmektedir.

Rekabet avantajı yaratma ve sürdürmede stratejik yönetim düşüncesinde ele alınan iki yaklaşımın, hareket noktası ve açılımları aşağıdaki tabloda sunulmuştur.

Stratejik Yönetim Açısından Yaklaşımlar	Hareket Noktası	Rekabet Avantajı Yaratma Stratejisi	Rekabet Avantajını Sürdürme Stratejisi	Rekabet Hukuku ile Çatışma ya da Uyuşma
Pozisyon Yaklaşımı	Her endüstri uzun dönemde eşit kar fırsatları sunmaz.	Firmalar (1), hangi endüstri içinde yer alacaklarını seçmelidir (2), endüstri içinde nasıl bir pozisyon alacaklarını belirlemelidirler.	Firmalar rekabetin yoğun olmadığı ve giriş engellerinin yüksek olduğu sektörleri seçmeli. Ayrıca, potansiyel girişler için, ölçek ekonomileri, dağıtım kanallarına erişimin engellenmesi, sahiplik, patent hakkından yararlanmama vb. gibi stratejiler geliştirmeli.	Firmaların girişleri engellemek için uyguladıkları stratejilerden bazıları (örn; dağıtım kanallarına erişimin engellenmesi, fiyat politikaları gibi) rekabet yasasıyla çatışmaktadır.
Kaynaklara Dayalı Yaklaşım	Aynı endüstri içindeki karlılık oranları Endüstriler arası karlılıktan daha fazladır.	Firma sahip olduğu üretken kaynak ve kabiliyetleri ile rekabet avantajı yaratır.	Firma taklit edilmesi güç ve yetkinlik ve ürünler geliştirmelidir.	Firmanın kendi içsel imkanlarıyla rekabet avantajı yaratması ve sürdürmesi, rekabet yasalarının amaçlarıyla uyum arz eder.

Yukarıdaki davaları, Sanayi İktisadı ve aynı zamanda anti tröst politikaların gelişimine katkısı olan Harvard ve Chicago İktisat okullarının perspektifinden inceleyecek olursak;

Yaysat davasında, Kurulun Harvard Ekolü görüşleri doğrultusunda karar verdiğini söyleyebiliriz. Chicago Okulu'na göre, dikey bütünleşmeler kolay kolay rekabetin kısıtlanmasını doğurmazlar. Tekelci pozisyondaki üreticinin dağıtım alanına da yatırım yapması, ona diğer üreticiler karşısında avantaj sağlamaz. Zira dağıtım ile üretim birbirini tamamlar (Postner, 1979).

Aynı görüşleri İş-Tim /Turkcell ve Telsim davaları için de öne sürebiliriz. Bu davada İş-Tim, Turkcell ve Telsim'in kendisine mobil iletişim altyapısını kullandırmadığı iddia

etmektedir. Giriş engeli tanımını ele aldığımızda, Turkcell ve Telsim sektörde ilk olmanın avantajını altyapı alanına yatırım yaparak kazanmışlardır. Dolayısıyla Aria'nın da bu yatırımları yapması bir gerekliliktir. Diğer yandan konunun ayrıntılı ele alındığı son bölümde de görüleceği üzere, Aria sektöre başka işletmeci girmesin diye, ihale bedelini çok yüksek tutarak alt yapı için harcayacağı kaynağın bir kısmını girişleri engellemek için kullanmıştır.

Türsab davasında ise, Türsab giriş aidatını yasaların kendisine verdiği yetkiyle ve genel kurulda oy çokluğuyla aldığı iddia etmektedir. Türsab'ın belirlemiş olduğu giriş aidatı yapılan çalışmalarda Türkiye ortalamasının çok üzerinde olduğu bir gerçektir. Çünkü, piyasaya daha önce girenler bu kadar yüksek bir giriş aidatı ödememişlerdir. Bu davada her iki okulunda görüşlerinin birleşebileceğini söyleyebiliriz. Çünkü Stigler (1982), giriş engelini daha önce yerleşik firmaların katlanmadığı, yeni girenlerin katlandığı maliyet dezavantajına neden olacak unsurlar şeklinde tanımlamıştır. Bu açıdan bakıldığında piyasaya yeni girecek bir seyahat acentesi ile iki yıl önce giren acentenin karşılaştıkları giriş masrafları aynı değildir.

Karbo gaz davasında ise, uzun süreli anlaşmalarla satıcılık sözleşmesi imzalanmıştır. Pazara girişler rakipler için zorlaştırılmıştır, ancak imkansız değildir. Alıcı durumundaki teşebbüsler ise, kendilerine daha ucuz tekliflerle gelen diğer satıcılarla, Karbo gazla sözleşmeleri bitince anlaşma imzalayabilirlerdi. Dolayısıyla bu kararda diğer rakipler için piyasaya giriş önünde fazla bir engel olmamasına rağmen Rekabet Kurumu giriş engeli olduğuna karar vermiştir. Kurulun bu kararı Harvard Ekolü görüşünü desteklemektedir.

SMSD kararıyla ilgili olarak ise, Kurul, rakip teşebbüs olan Bekemler firmasının ürününü sattırmamak amacıyla bağlı buldukları dernek vasıtasıyla dernek yazışmalarını kullanarak mal verdikleri bayilere baskı yapmışlar ve Bekemler'in piyasaya girmesine engel olmak istemişlerdir. Bu baskı kısmi bir etki doğurmuştur. Ancak Bekemler firmasının piyasaya girişini tamamen engelleyecek derecede bayiler üzerinde etkili olamamışlardır. Dolayısıyla bu durum piyasaya girmek isteyen bir rakibin faaliyetini zorlaştırmak olarak yorumlanabilecek iken, Kurul teşebbüs birliği kararıyla piyasaya girişlerin engellenmesi olarak değerlendirmiştir. Kurul bu soruşturmada Klasik Ekol'ün görüşlerini benimsemiştir.

Rekabet Kurulu'nun giriş engeli tespit etmediği davaları değerlendirdiğimizde, MNG Havayollarıyla ilgili birinci davada özetle MNG Havayolları, sahip olduğu B grubu yer hizmetleri belgesi ile ancak kendi uçaklarına yer hizmeti verdiğini, diğer havayollarına da hizmet vermek istediğinin bunun için A grubu yer hizmetleri lisansı gerektiğini ve DHMİ'nin (Devlet Hava Meydanları İşletmesi) bu ruhsat için 15.000.000 ABD Doları talep ettiğini, ancak mevcut A grubu lisansı olan iki özel işletmeden (Çelebi ve Havaş) bu bedelin tahsil edilmediğini dolayısıyla, mevcut şirketlerin de çabası sonucu bu piyasaya girmesine izin verilmediğini, DHMİ'nin lisans ücretlerinde indirim yapmayarak mevcut kartelin devamını sağladığını iddia etmektedir. Kurul yapılan incelemeler neticesinde, şu karara varmıştır. “Esasen, söz konusu A grubu çalışma ruhsatı ilk verilmiş tarifelerine ilişkin uygulamanın varlığı görevli raporörlerce tespit edilmekle birlikte, 2920 sayılı Türk Sivil Havacılık Kanunu'nun ücret tarifelerine ilişkin 37. maddesinde havaalanlarının kullanılması ve tesislerinden yararlanılması ve verilen hizmetlerin karşılığında alınacak ücretin yapılacak tarifelerle saptanacağı, bu tarifelerin Ulaştırma Bakanlığı'nın onayı ile yürürlüğe gireceği hükmü yer almaktadır. Bu çerçevede kamusal düzenlemenin bulunduğu iktisadi bir alanda faaliyet gösteren DHMİ'nin ihlal içerdiği ilan olunan eylemi yasadaki düzenlemelerin bir sonucu olduğundan ve anılan teşebbüsün söz konusu fiyatlandırmaya bağımsız olarak karar verme imkanı bulunmadığından 4054 sayılı kanun uyarınca biri işlem yapılamayacağı kanaatine varılmıştır. Dolayısıyla, DHMİ'nin, ilgili pazara girişi yüksek çalışma ruhsatı ilk tarifesi belirlemek suretiyle pazara giriş engeli oluşturduğunu ve aynı uygulama ile pazarda mevcut teşebbüsler ve pazara yeni girecek teşebbüsler arasında ayrımcılık yaptığını kabul etmek mümkün değildir.” Yukarıdaki karar ikinci bölümde incelenen kamu kaynaklı giriş engelleri için güzel bir örnektir. Kurul DHMİ'nin kendisinin bir ayrımcılık yapmadığını daha önce kabul edilen bir yasayı uyguladığını bu nedenle de haklarında girişi engellediğinden dolayı soruşturma açılmayacağını ifade etmektedir. Ancak bu konu yasalarla düzenlendiği için, kurul herhangi bir soruşturma açmamıştır. Ancak Ulaştırma Bakanlığı'na bir soruşturma açılabilirdi. Dolayısıyla bu soruşturmada, Chicago Okulu'nun öne sürmüştüğü devletin düzenleyici faaliyetlerinden kaynaklanan bir engel söz konusudur. MNG havayollarının ilgili piyasaya girişi yasal bir prosedür gösterilerek engellenmiştir.

Giriş engeli tespit edilmeyen bir diğer dava ise, isminin saklı tutulmasını isteyen bir şarap üreticisinin şikayetiyle ilgilidir. Şikayet dilekçesinde özetle, Doluca ve Kavaklıdere'nin (şarapcılığın) pazarın büyük bir bölümü ellerinde tuttıkları, İstanbul ve diğer büyük şehirlerde restoranları münhasırlık içeren (sadece kendinden mal almasını sağlayan) sözleşmelerle bağladıklarını, bu konuda örnek olarak 18 işyerinin ismini vererek, ayrıca listede olmayan pek çok işyerinde de aynı uygulamaların devam ettiğini, dolayısıyla kendisinin ilgili piyasaya (içki satan restoranlara) girişinin engellendiğini iddia etmektedir. Kurul'un incelemelerinde şikayetçinin ismini verdiği restoranlarla ve genel olarak ilgili ürün piyasasında yapılan incelemelerde, iddia edildiği gibi sadece Kavaklıdere ve Doluca şaraplarının değil, farklı şaraplarında satıldığı, bazı işyerlerinin kapanmış olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca piyasaya hakim olduğu iddia edilen iki firmanın toplam pazar payının % 16.7 olduğu ve dolayısıyla bu iki firmanın hakim durumlarını kötüye kullanarak girişleri engellediği iddiasının doğru olmadığına karar vermiştir. Rekabet Kurumu özellikle hakim durumun kötüye kullanıldığı iddia edilen soruşturmalarda öncelikle ilgili piyasadaki pazar payını dikkate almaktadır. Bu soruşturmada da ilgili piyasada 25 adet üretici bulunmaktadır. 2002 yılı itibarı ile pazarda %18.3 ile Tekel birinci sıradadır, sırasıyla Doluca %8.2, Kavaklıdere %8.5, Yazgan %8.2 ve diğerleri %56.8 paya sahiptirler. Pazarda yüksek bir yoğunlaşma bulunmadığından iki firmanın birlikte hakim durumda olmadıkları görüldüğünden, hakim durumda olunmayan bir piyasada hakim durumun kötüye kullanılmasından söz edilemez. Dolayısıyla bu konuda Kurul'un görüşü yerindedir.

Giriş engeli tespit edilmeyen son soruşturma ise, Avea'nın Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş.'nin kapsama alanı ile ilgili yaptığı yoğun reklamlar yoluyla Avea İletişim Hizmetleri A.Ş.'nin pazara girişini engellediği, faaliyetlerini zorlaştırdığıyla ilgilidir. Avea özetle, "Turkcell İletişim Hizmetleri A.Ş. yaklaşık 4 aydır 'Orada burada, her yerde Turkcell' sloganıyla fixboard, megalights, raket, otobüs durakları ve otobüsler üzerinde ve ayrıca 'Sınırdan geçen Turkcell Tırları' ile hemen hemen tüm televizyon kanallarında Ulusal Dolaşım anlaşması yapmaması nedeniyle gerçekleştirdiği rekabet ihlallerinin kendisine verdiği göreceli üstünlüğün reklamını yaparak Avea İletişim Hizmetleri A.Ş.'nin pazara girişini engellemekte ve faaliyetlerini zorlaştırmakta ve böylece 4054 sayılı yasanının 6. maddesini ihlal etmektedir." Diyerek ayrıca;

- Avea'nın pazara giriş sürecinde olduğu,

- Pazar payının Turkcell'in çok altında olduğu,

-Avea'nın yeterli seviyede kapsama alanına sahip olmamasının, yeni müşteri edinebilmek için katlandığı maliyetleri artırdığı ve bunun önemli bir giriş engeli oluşturduğu,

- Şikayetin reklamın içeriğine olmadığı, pazara girişi engellemeye ve rakip teşebbüsün faaliyetini zorlaştırmaya yönelik reklam eyleminin şikayet edildiği, belirtilmektedir.

Öncelikle bu soruşturmanın "reklamın" giriş engeli olup olmadığıyla ilgili ülkemiz uygulamalarındaki ilk soruşturma olması dolayısıyla önemli olduğunu belirtmek gerekir. Rekabet Kurulu soruşturma ile ilgili detaylı bir inceleme yaptıktan sonra özetle, şu hususlara vurgu yapmıştır.

Turkcell'in ilgili haberleşme sektöründe hakim durumda olduğunu ancak bunun ilgili soruşturma ile ilgilendirilemeyeceğini, pazara erken girdiği için yatırımlarını tamamladığını, sahip olduğu üstünlüğü vurgulamasının normal bir davranış olduğu, ayrıca Avea'nın pazara giriş sürecinde değil, gelişme sürecinde olduğunu ve pazarda zorlanmasının nedenlerinden birinin yeterli altyapı yapmamaktan kaynaklanabileceğini, Turkcell tarafından yapılan reklamın var olan bir durumun teyidi anlamına geldiği, bunun da Avea'nın piyasaya girişini engellemediğini, dolayısıyla Turkcell hakkında bir soruşturma açılmasına gerek olmadığına karar vermiştir. Kurul burada öncelikle, Avea'nın belirttiği ilgili madde çerçevesinde bir hakim durum olup olmadığını sonra da bu durumun kötüye kullanılıp kullanılmadığını tespit etmiştir. Turkcell ilgili piyasada hakim durumdadır, ancak hakim durumun kötüye kullanılması söz konusu değildir. Ayrıca Kurul, reklamın giriş engeli yaratıp yaratmadığıyla ilgili daha önce ülkemizde ve AB uygulamalarında spesifik bir örneğin bulunmadığına da gönderme yaparak, bu tür uygulamaların normal rekabetçi bir davranış mı yoksa kötüye kullanma mı olduğuna karar vermenin çok zor olduğunu belirtmiştir. Bu kararı ile Kurul daha önce konu ile ilgili örnek davaların kendisi için bir referans teşkil ettiğini de kabul etmiştir.

Daha öncede ifade edildiği üzere Rekabet Hukuku uygulamalarında sanayi iktisadının katkıları yadsınamayacak derecede önemli bir yer tutmaktadır. Çünkü sanayi iktisadı, gerçek hayatta endüstri sektöründe firma davranışlarını, firma stratejilerini, devletin

rekabet politikalarını ve geniş anlamda rekabet olgusunu inceleyen bir bilim dalıdır. Bu nedenle sanayi iktisadının gelişiminde rol oynayan farklı iktisat okullarının yaklaşımları Rekabet Hukuku'nu uygulayıcılar üzerinde önemli etkileri olmuştur.

Rekabet Hukuku ve Sanayi İktisadı'nın gelişimine katkıları olan bu iki okulun rekabet süreçlerine bakışları şu şekilde özetlenebilir.

Piyasaların düzenlenmesinde Rekabet Hukuku'nun uygulanmasını zorunlu gören Klasik Yaklaşım'ın (Harvard Okulu) temel varsayımları;

1. Rekabet ortamının kendiliğinden yaratılamayacağı,
2. Rekabetin kendi kendisini yıkıcı bir etkisinin olduğu,
3. Büyük firmaların egemen olduğu bir piyasada yüksek performansın monopolcü gücün kötüye kullanımı sonucunda elde edildiği,
4. Büyük firmaların etkin olmadıkları,
5. Birleşme ve anlaşmaların münhasıran monopolcü güç oluşturmak amacı ile yapıldığı,
6. Monopolcü ve oligopolcü gücün olduğu piyasalarda kaynak tahsisinin etkin bir şekilde yapılamayacağı, şeklindedir.

Yukarıdaki varsayımları değerlendirdiğimizde, Klasik Yaklaşım'ın, piyasaların düzenlenmesinde devletin rolünün maksimumlaştırılması yönünde olduğunu, birleşme ve devralmalara karşı olumsuz bir tutum içinde olduklarını ve tekel kavramına da sıcak bakmadıklarını söyleyebiliriz.

Piyasaların düzenlenmesinde, Rekabet Hukuku'nun zorunlu olmadıkça piyasaların işleyişine karışmaması gerektiğini öne süren Liberal Yaklaşım'ın (Chicago Okulu) temel varsayımları ise şunlardır.

1. Belli koşulların yerine getirilmesi durumunda rekabet ortamının oluşacağı,
2. Büyük firmaların egemen olduğu piyasalarda yüksek performansın monopolcü gücün kötüye kullanımından değil de, etkin bir firma yapısı oluşturulmasından kaynaklandığı,

3. Büyük firmaların etkin oldukları,
4. Birleşme ve anlaşmaların etkinlik sağlamanın bir aracı olduğu,
5. Monopolcü veya oligopolcü gücün olduğu piyasalarda dahi belli koşulların varlığı durumunda kaynak tahsisinin etkin bir şekilde yapılacağı,
6. Piyasaların verimli olanla verimli olmayanı hakimlerden daha iyi ayırt edebileceği, dolayısıyla, piyasa aksaklıklarına mümkün olduğunca az müdahale edilmesi gerektiğini, savunurlar.

Yukarıda da özetlendiği üzere piyasaların işleyişi ve devletin piyasalara müdahalesi konusunda her iki okulunda farkı gerekçelerle farklı yaklaşımları savundukları görülmektedir.

Bu iki yaklaşımın pratikteki sonuçları önemlidir. Çünkü, bu okulların antitröst politikaya katkıları özellikle ABD’de çok belirgin olarak görülmektedir. Daha öncede ifade edildiği üzere ABD’de hakimlerin rekabet davalarındaki tutumları büyük ölçüde etkilendikleri iktisatçıların görüş açısını yansıtmaktadır. Dolayısıyla, birleşmelerin tekel yaratacağı ve genellikle tekellerinde bu gücü kötüye kullanacağını iddia edilen Klasik Yaklaşım’ı benimsemiş bir hakimin önüne gelen bir birleşmeye izin vermemesini, bu şekilde açıklayabiliriz. ABD’de rekabet düzenlemeleri 1980 öncesinde karineci (per se) ve makul olma (rule of reason) yaklaşımını benimsemiştir. Per se çerçevesinde bir piyasada monopol konumda olan her firmanın monopol gücünü kötüye kullanacağı varsayılmıştır. Böylece bir bakıma monopol konumuna gelmesi yasaklanmıştır. 1980’li yıllardan önce ABD düzenlemelerinde, monopollerin güçlerini kötüye kullanıp kullanmayacağına bakılmaksızın yasaklanması gündemde tutulmuştur. Kuşkusuz uygulamada rekabeti sınırlayıcı her davranış birbirinden farklı sonuçlar verebilir. Bazı davranışlar rekabeti daha fazla sınırlarken, bazıları daha az sınırlayabilir. Bazı davranışlar rekabeti sınırlarken ekonomik açıdan olumlu sonuçlar hasil ederken bazıları etmeyebilir. İşte bu tür durumları göz önüne alan hakimler eğer haklı neden varsa rekabeti sınırlayıcı uygulamaların yasaklanmayabileceğini de düşünmeye başlamışlardır. 1980’li yıllardan itibaren per se yaklaşım terk edilerek, yani rekabeti sınırlayıcı olan her türlü uygulamaların hukuka aykırılığı bir yana bırakılarak case by case (tek tek olay) yaklaşımı ön plana çıkmaya başlamıştır. ABD’de antitröst

davalarında, 1915-1940 yılları arasında karineci bir yaklaşım, 1940-1970 yıllarında makul sebep ve daha sonraları da tek tek olay incelemelerinin kullanıldığını söyleyebiliriz.

Rekabet ihlalleriyle ilgili 344 kararın incelenmesi neticesinde, girişi engellediği iddia edilen 8 karardan 5 tanesi girişlerin engellenmesine yönelik olarak değerlendirmiştir. Giriş engelleriyle ilgili karar sayısının az olması, Rekabet Kurumu'nun giriş engellerine toleranslı yaklaştığı anlamına gelmemelidir. Üçüncü bölümde incelendiği ve yukarıda da özetlendiği gibi, giriş engelleriyle ilgili bazı davalarda (Telsim/Turkcell-Karboğaz) girişi engellediği iddia edilen şirketlerin iddia edildiği gibi, girişi engelleyip engellemedikleri tam net değildir. Dolayısıyla Rekabet Kurumu burada girişlerin engellendiğine hükmetmiştir. Buradan, giriş engelleri rekabet ihlalleri arasında önemli bir yere sahip değildir sonucu çıkarılmamalıdır. Rekabet Kurumu'na yapılan 8 başvurudan 5 tanesi girişin engellenmesi şeklinde sonuçlanmıştır. Bu da soruşturma konusu davaların %63'ünün girişlerin engellenmesi şeklinde sonuçlandığını göstermektedir.

Sonuç olarak, girişlerin engellenmesi suretiyle rekabetin aksatılması uygulamasının Rekabet Kurumu kararlarında önemli bir yer tuttuğunu göstermektedir. Burada bir diğer konuda toplam rekabet ihlalleri arasında giriş engelleriyle ilgili başvuru sayısının az olmasıdır.

Rekabet Kurumu'na intikal eden soruşturma sayısının az olmasının çeşitli nedenleri olabilir. Bunlar;

- 1-Piyasaların çoğunluğunun girişe açık olması,
- 2-Stratejik giriş engellerinden ziyade doğal giriş engellerinin olması,
- 3-Teşebbüsler tarafından piyasadaki rekabet aksaklıkları nedeniyle müracaat edilecek bir kurumun olduğunun bilinmemesi,
- 4-Piyasaların yeterince çekici (kar getirici) olarak algılanmaması,
- 5-Piyasaya girişlerle ilgili gayri kanuni yollara (mafya, tehdit vb) müracaat edilmesi,
- 6- Ülkemizdeki rekabet uygulamalarının henüz yeni olması dolayısıyla teşebbüslerin tam olarak bilgi sahibi olmaması,

7- Bazı hakim durum unsurlarının bir rekabet ihlali olarak algılanmaması (Örneğin, reklamlar ve dikey bütünleşmeler; çünkü AB ve ABD’de bu hususlar da rekabet ihlali olarak kabul edilebilmektedir).

4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun’da piyasaya girişlerin engellenmesine yönelik hükümler iki ayrı maddede ele alınmıştır. Aşağıdaki tabloda giriş engelleri ve ilgili maddeler özet olarak sunulmuştur.

Birinci ayırmda (4. maddede) girişlerin engellenmesinde iki veya daha fazla teşebbüsün işbirliği (gizli anlaşma) neticesinde ortaya çıkan bir giriş engeli söz konusudur (4/d). Maddenin amacı bakımından anlaşma, Medeni Hukukun geçerlilik koşullarına uymasa bile tarafların kendilerini bağlı hissettikleri her türlü uzlaşma ya da uyuşma anlamında kullanılmıştır. Anlaşmanın yazılı veya sözlü olmasının önemi yoktur.

No	İlgili Madde	Başvuru Konusu	Rekabet Kurulu Kararı
1	4/d	BBD, BİRYAY YAYSAT'ın Star gazetesinin son satış noktalarında satışının engellenmesi suretiyle piyasaya girişini engelledikleri iddiası.	BBD, BİRYAY ve YAYSAT'ın son satıcılara çeşitli şekillerde baskı yapmak suretiyle piyasaya yeni giren bir dağıtım şirketinin dağıttığı ürünleri bayilerine sokmadığı dolayısıyla idari para cezası uygulanmasına karar vermiştir.
2	4/d	TÜRSAB'ın 15.Genel Kurulunda yeni kurulacak seyahat acentelerinden alınması gereken giriş aidatını aşırı yüksek tutarak girişleri engellediği iddiası.	TÜRSAB'ın giriş aidatını yüksek tutarak sektöre yeni girişleri engellediği dolayısıyla, idari para cezası uygulanmasına karar vermiştir.
3	4/d	Turkcell ve Telsim'in alt yapılarını İş-Tim'e (Aria) kullandırmamak suretiyle, Aria'nın sektöre girişini birlikte hakimiyetlerini kötüye kullanarak engellediği iddiası.	İş-Tim'in telekomünikasyon sektörüne girebilmesi için, diğer şirketlerin kullandığı (Telsim ve Turkcell) alt yapıyı kullanması gerektiği, alt yapılarını kullandırmayan Telsim ve Turkcell'in Zorunlu Unsurlara erişimi engelledikleri için idari para cezası uygulanmasına karar vermiştir.
4	6/a	Karbogaz, mevcut rakiplerinin faaliyetlerini zorlaştırması ve aynı zamanda pazarı rekabete kapatarak potansiyel rakiplerin pazara girmesini engellediği iddiası.	Piyasadaki hakimiyetini, alıcılarla uzun süreli münhasır anlaşmalar yaparak kötüye kullandığı, diğer şirketlerin piyasaya girmesine engel oluşturduğu dolayısıyla idari para cezası uygulanmasına karar vermiştir.
5	4-6	MNG Havayollarının DHMİ'nin (A) Grubu Belge için yüksek fiyat isteyerek ilgili piyasaya girmesini engellediği iddiası.	DHMİ'nin ilgili yasaı uyguladığı, MNG için bir ayrımcılık yapmadığı, DHMİ'nin girişi engellemediğine karar verilmiştir.
6	6/a	Doluca ve Kavaklıdere Şarapçılık'ın hakim durumunu kötüye kullanarak piyasaya girişleri engellediği iddiası.	Doluca ve Kavaklıdere Şarapçılık'ın toplam pazar paylarının %16.7 olduğu ve münhasır satıcılık yapmadığı tespit edilmiştir.
7	6/a	Avea tarafından, Turkcell'in yapmış olduğu yoğun reklamların giriş engeli yarattığı iddiası.	Rekabet Kurulu, Turkcell reklamlarının giriş engeli yaratmadığına karar vermiştir.
8	4/d	SMSD bünyesinde faaliyet gösteren balatacılarının, Bekemler firmasının ürünlerini bayilerine baskı yaparak sattırmadığı ve ilgili firmanın sektöre girişini engellediği iddiası.	SMSD Derneği altında faaliyet gösteren firmaların, teşebbüs birliği kararıyla, Bekemler'in ilgili piyasaya girişini engellediklerine ve idari para cezası uygulanmasına karar vermiştir.

Teşebbüsler arasında bir anlaşmanın varlığı tespit edilemese bile teşebbüsler arasında kendi bağımsız davranışları yerine geçen bir koordinasyon veya pratik bir işbirliği sağlayan doğrudan veya dolaylı ilişkiler de eğer aynı sonucu doğuruyorsa yasaklanmıştır. Böylece teşebbüslerin kanuna karşı hile yolu ile rekabeti sınırlayıcı uygulamaları meşru göstermeleri engellenmek istenmiştir. Çoğu zaman teşebbüsler ortak sorunlarıyla ilgilenmek üzere aralarında tüzel kişiliği olan veya tüzel kişiliği olmayan birlikler oluştururlar. Bu birlikler zaman zaman üyeleri arasında rekabeti önleyerek üyelerinin daha fazla kazançlar elde etmelerine hizmet edici kararlar alabilirler. Bu gibi kararlar da rekabet sistemine aykırıdır ve yasaklanmıştır.

Bir anlaşmanın rekabet kanunu kapsamında olması için öncelikle en az iki rakip teşebbüs arasında yapılmış olması gerekir. Bu nedenle örneğin, aynı gruba bağlı iki firma arasında yapılan anlaşmalar Kanun'da yasaklanmamıştır. Bir anlaşmada rekabeti bozma, engelleme ya da kısıtlama amacı ya da bu şekilde bir etki olup olmadığı ya da ileriye dönük olarak bu ihtimali taşıyıp taşımadığı araştırılır. Bu ölçütlerin varlığı halinde dahi rakipler arasındaki AR-GE, işbirliği, uzmanlaşma, birlikte üretim ve birlikte satın alma anlaşmaları gibi değişik türdeki anlaşmalara belli koşullar altında 4. maddedeki yasaklamalardan muafiyet tanınabilmektedir.

İkinci ayırmada ise, hakim durumdaki bir teşebbüsün, hakim durumunu kötüye kullanarak girişleri engellemesi söz konusudur (6/a). Bu durumda da öncelikle teşebbüsün hakim durumda olup olmadığı yapılacak pazar araştırması sonucunda ortaya konmalıdır. Hakim durumun unsurları dördüncü bölümde incelenmiştir. Hakim durumun tespitinde bu unsurların tamamından veya bir kısmından yararlanılabilir. Eğer teşebbüs hakim durumda değilse soruşturmaya devam edilmeyecektir. Çünkü hakim durumda olmayan bir teşebbüsün faaliyetleriyle piyasaları tek başına etkilemesi mümkün değildir. İncelemiş olduğumuz bazı davalarda bununla ilgili örnekler verilmiştir. Eğer işletme hakim durumda ise Rekabet Kurumu'nun normal soruşturma süreci devam edecektir.

Burada akla gelebilecek bir soru da, hakim durumda olan teşebbüsün her davranışı kötüye kullanma olarak nitelendirilip nitelendirilmeyeceğidir.

Hakim durumda olan teşebbüs doğal olarak kâr elde etmek ve pazar payını korumak için diğer teşebbüsler gibi davranmaya devam edecektir. Örneğin rakiplerin satışlarını ve pazar paylarını artırmak için kampanyalar, fiyat indirimleri gibi politikalar uygulamasına tepki olarak hakim durumdaki teşebbüs de bu tür davranışlar içine girebilir. Bu davranışların meşru olduğu ve kötüye kullanma olarak değerlendirilemeyeceği açıktır. Ancak, hakim durumdaki teşebbüsün rakiplerini pazar dışına itmek için veya pazara girmeyi düşünen yeni bir teşebbüsü engellemek için maliyetin altında yıkıcı bir fiyatla satış yapmak gibi davranışlar sergilemesi bir kötüye kullanma halidir. Öte yandan, hakim durumdaki bir teşebbüsün hakim durumda olmayan teşebbüslerin bazı davranışlarını göstermesi de hakim durumun kötüye kullanılması olarak nitelenebilir. Bu nedenle, hâkim durumda olan teşebbüsler davranışlarında “özel bir sorumluluğa” sahip olmalıdır. Özel sorumluluk için ölçüt, pazardaki rekabetin bozulmamasıdır.

Bu çalışmada genel olarak piyasaya giriş engelleri Rekabet Hukuku’na konu olmaları bakımından ele alınıp incelenmeye çalışılmıştır. Oysa piyasaya girişleri engelleyici her bir madde ayrı bir çalışmanın konusunu oluşturacak kadar kapsamlıdır. Dolayısıyla bu çalışma giriş engellerinin neler olduğu ve Rekabet Kurumu’nun yasal olmayan giriş engelleriyle ilgili kararlarında neleri engelleyici unsur olarak değerlendirdiğiyle ilgili genel bilgileri sunmaktadır.

Sonuç olarak; Stratejik giriş engelleri oluşturarak, rakiplerin piyasaya girmesini engellemeye yönelik davranışlar, Rekabet Hukuku’na yön veren iktisat okulları tarafından farklı şekillerde değerlendirilmektedir. Harvard Okulu, piyasalara girişte pek çok unsuru giriş engeli olarak kabul etme eğiliminde iken, Chicago Okulu serbest piyasa yapısına duyduğu güvenle, Harvard Okulu’nun aksine devlet tarafından oluşturulan engeller haricinde piyasaya giriş yönünde engel görmemektedir.

Strateji belirleyici ve uygulayıcı konumundakilerin Rekabet Hukuku uygulamaları ışığında stratejilerini belirlemeleri aksi takdirde bir takım yasal ve idari müeyyidelerle karşılaşacaklarını unutmamaları gerekmektedir. Diğer taraftan Rekabet Hukuku uygulayıcıların da firmaların davranışlarının nedenleri konusunda bilgi sahibi olmaları Rekabet Hukuku kurallarının amacına uygun işletilmesi sonucunu doğuracaktır.

Son olarak bu çalışmada, rekabet yasalarının piyasaların düzenlenmesinde önemli bir yer tuttuğu, rekabet yasalarının varlık nedeninin oyuna müdahale değil, uygun kurallarının belirlenmesi ve oyuncuların bu kurallara uymasının sağlanması şeklinde anlaşılması gerektiği, piyasaya girişlerde yeni girişleri engellenmenin, hem ülkenin genel ekonomik yapısı için, hem küçük ve orta ölçekli işletmeler için hem de tüketiciler için olumsuzluklar yarattığı, firmaların yapmış oldukları ve rakiplerin faaliyetini zorlaştırıcı her hareketinin kötüye kullanma olarak değerlendirilmeyeceği, ülkemizde piyasaya girişlerin engellenmesinin yıkıcı fiyatlandırma ve zorunlu unsurlara erişimin engellenmesi şeklinde görüldüğünü, Rekabet Kurumu'nun kararların değerlendirilmesinde ülke gerçeklerini de göz önüne alarak kararlar verdiği bu yönüyle ılımlı bir politika izlediğini söyleyebiliriz.

Rekabet yasası ve Rekabet Kurumu'nun daha etkin işleyebilmesi için;

1- Rekabet yasasında, piyasaya giriş engelleriyle ilgili düzenlemeler 4 ve 6. maddelerin alt başlıklarında düzenlenmiştir. Her ne kadar alt başlıklarda düzenlenen unsurlar bir sınırlandırmaya tabi tutulmamışsa da (temel girişin açılımı niteliğinde), alt başlıktaki açıklamalar Rekabet Kurulu'na ek bir yük getirmektedir.Örneğin, 4/d maddesini ele alacak olursak, “Rakip teşebbüslerin faaliyetlerinin zorlaştırılması, kısıtlanması veya piyasada faaliyet gösteren teşebbüslerin boykot ya da diğer davranışlarla piyasa dışına çıkarılması yahut piyasaya gireceklerin engellenmesi” şeklinde düzenlenmiştir. Rekabet Kurumu'na yapılan pek çok başvuru dilekçesinde “rakip faaliyetlerinin zorlaştırılması” cümlesine vurgu yapılmakta ve buna karşı önlem alınması istenmektedir. Aslan'ın da (1997) ifade ettiği üzere, rekabet demek rakiplerin faaliyetlerinin zorlaştırılması demektir. Hiçbir teşebbüs rakiplerinin zorlaması olmaksızın maliyetlerini düşürme veya yeni ürünler ortaya koyma ihtiyacı hissetmeyeceğinden, bu metnin “Piyasada faaliyet gösteren teşebbüslerin boykot ya da diğer davranışlarla piyasa dışına çıkarılması yahut piyasaya gireceklerin engellenmesi” şeklinde düzenlenmesi amacı çok daha net ifade edecektir. Aynı şekilde, 6/a maddesi de “Ticari faaliyet alanına başka bir teşebbüsün girmesine doğrudan veya dolaylı olarak engel olunması ya da rakiplerin piyasadaki faaliyetlerinin zorlaştırılmasını amaçlayan eylemler” şeklinde düzenlenmiştir. Yukarıdaki tespitlerimiz bu madde içinde geçerlidir. Maddenin “Ticari faaliyet

alanına başka bir teşebbüsün girmesine doğrudan veya dolaylı olarak engel olunması” şeklinde düzenlenmesi daha uygun bir tanımlama olabilir.

2- Teşebbüsler rekabet ihlallerini yaparken geride delil bırakmama, anlaşma ve benzeri uygulamaları gizli yapma yoluna gitmektedirler. Bu durum, Rekabet Kurumu’nun araştırma ve soruşturmalarda delil toplamada sıkıntıya düşmesine neden olmaktadır. Benzeri durum diğer ülkelerde de yaşanmakta olup sorunu çözmek için; kartelin veya anlaşmanın içinde yer alan teşebbüslere karteli ihbar etmeleri ve ihlali tespit edecek delillerin bulunmasında yardımcı olmaları karşılığında, cezadan indirim veya hiç ceza verilmemesi gibi uygulamalara gidildiği bilinmektedir. Bu yönde bir hükmün 4054 sayılı Kanun’un cezaları düzenleyen 16’ncı maddesine eklenmesi yararlı olacaktır.

3- Kanunda hakim durum değil hakim durumun kötüye kullanılması yasaklanmıştır. Bu yönüyle rekabet yasası, AB normlarını esas almıştır. ABD’deki gibi doğrudan bir yasaklama getirmemiştir. Bu çerçevede kanundaki bu düzenlemenin küçük ve orta ölçekli işletmeleri ve tüketiciyi koruyucu nitelikte olduğu söylenebilir. Diğer yandan bu kanunun kamu iktisadi teşebbüslerini de kapsamaması, bir çok piyasada monopolcü güce sahip olan kamu iktisadi teşebbüslerinin güçlerini kötüye kullanmalarını denetleyerek, bir bakıma devletin ekonomik hayata müdahalesini önleyecektir. Devletin piyasalara müdahalesinin önlenmesi ise daha rekabetçi piyasa yasalarının ortaya çıkmasını sağlayacaktır.

4- Bazı serbest meslek odaları veya birliklerinin sektöre yeni girişleri önlemek amacıyla (Türsab örneğinde olduğu gibi) kendi menfaatlerini artırıcı şekilde yeni fiyat düzenlemelerine gittikleri, kısmen kanunlarla oluşturulmuş olan bu birlik veya odaların uzun dönemde sektöre yeni girişleri engelleme riski bulunduğundan, meslek odalarıyla ilgili kanunların bu yönüyle yeniden ele alınması zaruretini doğurmuştur.

KAYNAKÇA

- 1982 *Türkiye Cumhuriyeti Anayasası*, Alkım Yayıncılık
- 4054 Sayılı *Rekabetin Korunması Hakkında Kanun*, Rekabet Kurumu, Ankara, 2001
- AGREW, J.H.(1985), *Competition Law*, London.
- AKINCI, Ateş (1993), “Rekabet Kurulu Teşkilatı, Avrupa Birliği Rekabet Politikaları Hukuk Düzeni ve Türk Rekabet Kanun Tasarısı” (Uluslararası Sempozyum), İstanbul Sanayi Odası Yayın No:193.
- AKINCI, Ateş (2001), *Rekabetin Yatay Kısıtlanması*, Rekabet Kurumu Lisans Üstü Tez Serisi No: 5, Ankara.
- AKTAN, Coşkun Can (2004), *Yeni İktisat Okulları*, Seçkin Yayıncılık, Ankara
- AKTAN, Coşkun Can ve İstiklal Y. Vural (2004), *Rekabet Gücü ve Rekabet Stratejileri*, TİSK Rekabet Dizisi, No:2, Ankara
- AKTAN, Coşkun Can ve İstiklal Y. Vural (2004), *Yeni Ekonomi ve Yeni Rekabet* , TİSK Rekabet Dizisi, No:1, Ankara.
- AKTAŞ, Cihan (2003), *Gelişmekte Olan Ülkelerde Rekabet Politikası: Bir Çerçeve Çalışması*, Rekabet Kurumu, Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Ankara.
- ALCHIAN, A., ve H. Demsetz (1972), “Production, Information Costs and Economic Organization”, *American Economic Review*, s.58-67.
- ALPUGAN, Oktay (1998), *İşletme Bilimine Giriş*, Per Yayınları, Trabzon.
- ALTAN, Mehmet (2005), 4. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, Açılış Konuşması, Kartepe, İzmit.
- ANDERMAN, Steven D. (1998), *EC Competition Law and Intellectual Property Rights*, Oxford.
- ARDIÇ, İ.Yücel (2002), *Yatay Yoğunlaşmalarda Potansiyel Rekabet*, Uzmanlık Tezi, Rekabet Kurumu, Ankara.
- AREEDA, Philip ve Louis Kaplow (1997), *Antitrust Analysis, Problems, Text, Cases*, 5th Edition, New York.
- AREEDA, P., ve D.F. Turner (1975), “Predatory Pricing and Related Practices Under Section 2 of the Sherman Act”, *Harvard Law Review*, Vol:88, February, s.697-733.

- AREEDA, Philip ve H. Hovenkamp (1996), “*Antitrust Law (Supplement)*”, Little, USA.
- ARON, Nan, Barbara Moulton ve Chris Owen (1997), “ Academia, and Corporate Money in America: The Law and Economics Movement”, *Antitrust Law & Economics Review, Economics*, Vol.24, No.4, s. 1-7.
- ASLAN, İ. Yılmaz (2001), *Rekabet Hukuku*, Ekin Kitabevi, Bursa.
- ASLAN, İ.Yılmaz (1998), *Avrupa Topluluğu Rekabet Hukuku Mevzuatı*, Yayın No:016 Rekabet Kurumu Yayınları, Ankara.
- ASLAN, İ.Yılmaz (1999), “Amerikan Rekabet Hukuku Sistemi”, *Perşembe Konferansları*, Rekabet Kurumu Yayını, Ekim, s.65-105.
- ATİYAS, İzak (2000), “Rekabet Politikasının İktisadi Temelleri Üzerine Düşünceler”, *Rekabet Dergisi*, Cilt.1, Sayı 1, Mart, s. 25-47.
- AUERBACH, P. (1998), *Competition: The Economics of Industrial Change*, Oxford: Basil Blackwell.
- BADUR, Emel (2001), *Türk Rekabet Hukukunda Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşmalar (Uyumlu Eylem ve Kararlar)*, Rekabet Kurumu Lisans Üstü Tez Serisi, No:6, Ankara.
- BAEL, I.V., ve J.F. Bellis (1987), *Competition Law of the E.E.C.*, Oxfordshire.
- BAEL, Ivo Van ve Jean François Bellis (1990), *Competition Law of the EEC*, Oxfordshire.
- BAĞRIAÇIK, Atilla (1993), *Türk Sanayisinde Pazar Hakimiyeti*, İstanbul.
- BAIN, Joe S. (1951), “Relation of Profit Rates to Industry Concentration: American Manufacturing, 1936-1940, Historical Evolution of Strategic Management II”, *Quarterly Journal of Economics* Vol:LXV, August , No:3.
- BAIN, Joe S. (1956), *Barriers to New Competition*, Cambridge: Harvard University Press.
- BAIN, Joe S. (1968), *Industrial Organization*, Second Edition, University of California, Berkeley.
- BAL, Özgür (2003), *Ürün Farklılaştırmasının Stratejik Kullanımı*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Rekabet Kurumu Yayınları.
- BARCA Mehmet ve Sevda Coçkun (2004), “Haksız Rekabet Hukuku ve Rekabet Avantajının Çatışma Noktası” 9. Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Uludağ Üniversitesi, Bursa.

- BARCA, Mehmet (2002a), “Stratejik Açık: Stratejik Düşünme Düzeyi, Tarzı ve Gerekliliği”, Editörler: DALAY, İ., R. Coşkun ve R. Altunışık, *Stratejik Boyutlarıyla Modern Yönetim Yaklaşımları*, Beta, s.9-26.
- BARCA, Mehmet (2002b), “Stratejik Yönetim Yaklaşımları: Rekabet Avantajı Yaratmada Sinerjik Etki”, Editörler: DALAY, İ., R. Coşkun ve R. Altunışık, *Stratejik Boyutlarıyla Modern Yönetim Yaklaşımları*, Beta, s.27-45.
- BARCA, Mehmet (2003), *Economic Foundations of Strategic Management*, Ashgate Publishing Limited, England.
- BARRY, Norman P. (1991), *Companion to Contemporary Economic Thought*, İçinde D.Greenaway, M.Bleaney and I. Stewart (eds), London:Routledge, s.68-87.
- BAUMOL, W., J. Panzar ve R. Willing (1982), *Contestable Markets and Theory of Industry Structure*, Harcourt, Brace, Janonovich, New York.
- BAUMOL, W., ve R. Willing (1981), “Fixed Cost, Sunk Cost, Entry Barriers and Sustainability of Monopoly”, *Quarterly Journal of Economics*, No. 95, s.405-431.
- BAYDAR, Dilara (2004), “Rekabet Hukuku’nda Fiyatlandırma Politikaları”, *Rekabet Bülteni*, Sayı.11, s.7-12.
- BEGG David, S.Fischer ve R. Dornbusch (1994), *Economics*, 4th Edition, McGraw-Hill Book Company.
- BELLAMY, C.W. ve G. Child, (1978), *Common Market Law of Competition*, 2nd Edition.
- BERBEROĞLU, Necat (2000), *İktisat Teorisi*, Editör: OKTAY, Nüvit, Anadolu Üniveristesi Yayınları, 1. Baskı, Eskişehir.
- BISHOP, S., ve B. Walker (1999), *Economics of E.C. Competition Law: Concepts, Application and Measurement*, Sweet&Maxwell, London.
- BOCUTOĞLU, Ersan, M. Berber ve K. Çelik (2000), *İktisada Giriş*, Akademi Yayınevi, Trabzon.
- BOLTON, P., J.Brodley ve M.Riordan (2000), *Predatory Policy: Strategic Theory and Legal Policy*, www.bu.edu/law/faculty/papers, Boston University School of Law, Boston.
- BORK, Robert H. (1978), *The Antitrust Paradox, A Policy at War with Itself*, New York.

- BOSCHECK, Ralf (1994), "Competitive Advantage: Superior Offer or Unfair Dominance?", *California Management Review*, Vol.37, No.1 Fall.
- BROZEN, Yale (1975), "Concentration and Profits: Does Concentration Matter?", *Antitrust Bulletin*.
- BUDAK, Ali Cem (1993), *Rekabet Kurulu Teşkilatı, Avrupa Birliği Rekabet Politikaları Hukuk Düzeni ve Türk Rekabet Kanun Tasarısı (Uluslararası Sempozyum)*, İstanbul Sanayi Odası Yayın no:193.
- CANTÜRK, İsmet (2001), "Rekabet Ortamı ve Rekabet Kurulu Kararları" *Çimento İşverenleri Sendikası, Özel Ek, Sayı:1, Cilt :5, s.1-20.*
- CARLTON, D.W. ve J.M. Perloff (1990), *Modern Industrial Organization*, London
- CAVES, R. E., ve M. E. Porter (?), "Barriers to New Competition", *Quarterly Journal of Economics*
- CAVES, Richard E. (1980), "Industrial Organization ,Corporate Strategy and Structure", *Journal of Economic Literature* Vol.XVIII, March.
- CAVES, Richard E. (1984), "Papers and Proceedings of Ninety-Sixth Annual Meeting of The American Association", *American Economics Review California* December 28-30,1983 Ed. By . J.G.Ritey and W.St. John , May
- CHAFFEE, E.E., (1985), "Three Models of Strategy", *Academy of Management Review*, Cilt.10, No.1, s.89-98.
- CHANG, Hau Loon ve Fang-Fang Tang (2001), "An Emprical Study on Strategic Entry Barriers in Singapure", *Asia Pasific Journal of Management*, Vol.18, No.4, s. 503-510.
- CLARSON, W. Kenneth ve Roger Le Roy Miller (1982), *Industrial Organization, Theory, Evidence and Public Policy*, Mc.Graw Hill.
- CLEG, S.R.(1990), *Modern Organizations: Organization Studies in the Postmodern World*, London: Sage Publications.
- CONNER, Kathleen R. (1991), "A Historical Comparison of Resource-Based Theory and Five School of Thought Within Industrial Organization Economics: Do We have a new theory of the firm ?", *Journal of Management* Vol.17, No.1, s.121-154.

- COŞKUN, Recai (2002), Öz Yetkinliklere Odaklanma Stratejisi Olarak Dış Kaynak Kullanımı, Editörler: DALAY, İ., R. Coşkun ve R. Altunışık, *Stratejik Boyutlarıyla Modern Yönetim Yaklaşımları*, Beta, s. 197-217
- CRAIG, J.C., ve Grant, R., (1993), *Strategic Manangement*, London : Kogan Page.
- CRAIG, Paul ve Grainne De Burca (1995), *EC. Law, Text, Cases and Materials* , Oxford.
- CUNNINGHAM, J.P. (1993), *The Competition Law of the EEC*, London.
- ÇAĞLAYAN, Ali İhsan (2001), *Pazar Gücünün Ölçülmesi*, Rekabet Kurumu Yayınlanmamış Uzmanlık Tezi, Ankara .
- ÇAKAL, Çakal (1996), *Doğal Tekellerde Özelleştirme ve Regülasyon*, Uzmanlık Tezi, DPT Yayın No:2455, Temmuz, Ankara.
- ÇAPOĞLU, Gökhan (1991), *Prices, Profits and Financial Structures: A Post-Keynesian Aproach to Competition*, Edward Egar Publishing Limited
- ÇOBAN, Orhan (2003), *Endüstri İktisadı ve Oyun Teorisi*, Ekin Kitabevi, Bursa.
- DAVIES, H. (1989), *Managerial Economics*, 1st Published ,London, Pitman
- DAVİES,H.(1992), *Managerial Economics*, London. Pitman.
- DAVUT, Lale (1994), *Sanayi İktisadı, Piyasa Yapısı Unsurları*, İmaj Yayıncılık, 2. Baskı, No:13. Ankara.
- DE WIT, B. ve Meyer, R. (1999), *Strategy : Process, Context*, New York : West Publishing.
- DEMİR, Ömür (1998), “Dünya Ticaret Örgütünün Yeni Çalışma Konusu: Ticaret ve Rekabet Politikaları Arındaki İlişki”, www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGİ/nisan_98/dnyat.htm
- DEMİRCİ, Rasih (1996), *Ekonominin Temelleri*, TDV Vakfı,No:214, Ankara
- DEMİRÖZ, Ali ve Orçun Senyücel (2000), “Microsoft Davasına Genel Bir Bakış”, *Rekabet Dergisi*, Cilt.1, Sayı 4, Ekim-Kasım-Aralık, s.43-69.
- DEMSETZ, H.(1982), “Barriers to Entry”, *American Economic Review*, 72, s.47-57.
- DEMSETZ, Harold (1973), “Industry Structure, Market Rivalry And Public Policy”, *Journal of Economics* Vol.16, No.1.
- DEMSETZ, Harold (1979), Accounting for Advertising as a Barrier to Entry, *Journal of Business*, Vol. 52, No:3, s.345-360.

- DEMSETZ, Harold (1988), "The Theory of the Firm Revisited", *Journal of Law, Economics and Organization* Vol.4, No.1, Spring.
- DEMSETZ, Harold (1997), *The Economics of The Business Firm*, Cambridge: Cambridge University Press
- DEMSETZ, Harold (1899), "Efficiency, Competition and Policy", *The Organization of Economic Activity*, Vol.III, s.91-111, Oxford: Basil Blackwell.
- DEVELLES, Yves (1998), "Rekabet Kurumunun Kuruluş Yıldönümü Nedeniyle Düzenlenen, Türk Rekabet Hukuku ve Rekabet Kurumunun AB ve AB'ye Üye Ülkelerle Mukayesesi", Toplantı ve Paneli, 5 Mart, Ankara.
- DİNÇER, Ömer (1998), *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş. İstanbul.
- DİNLER, Zeynel (1990), *İktisada Giriş*, Bursa
- DİNLER, Zeynel (2001), *İktisada Giriş*, Ekin Kitabevi Yayınları, 7. Baskı, Bursa.
- DOĞAN, D. Mehmet (1982), *Büyük Türkçe Sözlük*, Birlik Yayınları, Ankara.
- DOUGLAS, George W. (1989), "The Importance of Entry Conditions: Texas Air's Acquisition of Eastern Airlines" (Kwoka John E., ve E. White ve Lawrence J., The Antitrust Revolution, Scott, Foresman and Company içinde, s.99-119.
- DPT (Devlet Planlama Teşkilatı), (1994), *Rekabet Hukuku ve Politikası Alanında AT Mevzuatına Uyum Değerlendirme Raporu*, Ankara.
- DPT (2000), *Sekizinci 5 Yıllık Kalkınma Planı, Rekabet Hukuku ve Politikaları*, Özel İhtisas Komisyon Raporu, Ankara.
- DUMEZ Herve ve Alain Jeunemaitre (1999), *Avrupa'da Rekabet/Teşebbüsler Açısından Oyunun Yeni Kuralları*, Çev.Mehmet Mukadder Yakupoğlu, Mor Yayınları, Ankara.
- DUTZ, Mark (1993a), "Rekabet Yasası ve Türkiye için Geçerliliği" *Türkiye için Rekabet Politikaları (Competition Policies for Turkey)*, İstanbul Sanayi Odası, Yayın No:9.
- DUTZ, Mark (1993b), "Türkiye'de Rekabet Yasası: Bir Eylem Politikası", *Türkiye İktisat Dergisi*, Mayıs Sayısı.
- ECKERT, Andrew (2002), "Predatory Pricing and the Speed of Antitrust Enforcement", *Review of Industrial Organisation* No.20, s.375-383.

- EFEM, Gül (1993), *Avrupa Topluluğu Rekabet Politikası Bakımından Roma Anlaşması Madde 85'e Kavramsal Bir Yaklaşım*, Basılmamış Doktora Tezi, Ankara.
- EGE, Yavuz (2000), "Dünyadaki Uygulamalar Işığında Rekabet Politikası ve Özelleştirme", *Hazine Dergisi*, Sayı.13, Ocak.
- EKDİ, Barış (2002), Rekabet Hukuku Açısından Yıkıcı Fiyat Uygulaması, *Rekabet Dergisi*, Sayı:10, s.3-31.
- EKDİ, Barış (2003), *Gümrük Birliği Çerçevesinde Yıkıcı Fiyat Uygulamaları*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara..
- EKELUND, Robert B. ve Robert F. Hebert (1990), *A history of Economic Theory and Method*, 3th Edition, McGraw-Hill.
- EKELUND, Robert B. ve Davis S. Saurman (1999), *Reklam ve Piyasa Süreci*, Çev.Vural Savaş, Liberte Yayınları No.32. Ankara.
- Ekonomi Ansiklopedisi (1997), 1 Numara ve Hearts Yayıncılık, Paymaş Yayınları.
- EREN, Erol (2002), *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*, 6.Baskı, Beta Yayınları, İstanbul.
- ERLEÇİN, F.Şükrü (1982), *İşletme Ekonomisi*, Cilt I, Sobe Matbaası, 8. Basım, İzmir.
- EROL, Kemal (2000), *Rekabet Kurallarının Ülke Dışı Uygulaması*, Lisans Üstü Tez Serisi No:1 Rekabet Kurumu. Ankara.
- ERSİN, Mehmet Akif (1994), "Rekabet teorisi ve Rekabetin Korunması Hakkında Kanun Tasarısı", *Demokrasi Gündemi*, s.24-26
- ESEN, Şaban (2003), "Türk Rekabet Politikası ve Rekabet Politikasından Beklentiler", *Çimento Müstahsilleri İşverenleri Sendikası Dergisi*, Cilt:17, Sayı.4, s.36-45.
- ESİN Arif (1998), *Rekabet Hukuku*, ESC Yayınları, Birinci Baskı, İstanbul.
- ESİN, Zümrüt (1997), *Avrupa Rekabet Hukukunda Hakim Durumun Kötüye Kullanılması*, Marmara Üniversitesi, AT. Enstitüsü, Basılmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- ESTRIN, Saul ve Peter Holmes (1998), *Competition and Economic Integration in Europa*, Edward Elgar Publishing Limited, UK.
- EŞKİNAT, R. ve R. Yıldırım (1994), *Endüstriyel Ekonomi*, Anadolu Üniversitesi Yayınları No:826, Eskişehir.
- FERGUSON, J. (1974), *Advertising and Competition: Theory, Measurement, Fact*, Cambridge, Ballinger.

- FERGUSON, P. R. ve G.J. Ferguson (1994), *Industrial Economics: Issues and Perspectives*. London: Macmillan.
- FIKENTSCHEK, Wolfgang (1980), *İktisadi Kontrolün Üç Fonksiyonu*, Çev: Tuğrul Ansay ve Mustafa Ünal,
- FITZPATRIK, William M., ve Donald R. Burke (2001), “Virtual Venturing and Entry Barriers: Redefining the Strategic Landscape”, S.A.M. *Advanced Management Journal*, Vol:66, Cilt.4, s.22-29.
- FOX, E. M., ve L. M. SULLIVAN (1987), “Antitrust-Retrospective and Prospective: Where Are We Coming From? Where Are We Going?” *New York University Law Review*, 936, s. 956-569.
- FRAZER, Tim (1992), *Monopoly, Competition and the Law the Regulation of Business Activity in Britain, Europa and America*, Harvester Wheatsheaf.
- GABEL, H. Landis (1984), *The Microfoundations of Competitive Strategy*, Fontainebleau, France.
- GILBERT, R. (1989), “Mobility Barriers and The Value of Incumbency”, *Handbook of Industrial Organization*, Vol.I, Ed: R. Schmalensee ve R. Willig, Elsevier Science Publishers, B.V. içinde s.474-535.
- GILBERT, R.J. ve D.M. Newbery (1982), “Preemptive Patenting and the Persistence of Monopoly”, *American Economic Review*, (72) s.514-526.
- GODEK, Paul E. (1998), “A Chicago-School Approach to Antitrust for Developing Economies”, *Antitrust Bulletin*, New York, Vol:43, Iss.1, s.261, Spring.
- GOYDER, D.C.(1992), *EC Competition Law*, Oxford.
- GRANT, R., (1991), “The Resource-Based Theory of Competitive Advantage: Implication for Strategy Formulation”, *California Management Review*, Cilt.33, No.3, s.114-235.
- GÜL, İbrahim (2000), *Avrupa Birliği ve A.B.D. Mahkeme İhtihatları Işığında Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanun Açısından Teşebbüsün Alıcılara Ayırmacılık Yaparak Hakim Durumu Kötüye Kullanması*, Rekabet Kurumu Lisans Üstü Tez Serisi No:2, Ankara.
- GÜNUĞUR, Haluk (1989), Avrupa Topluluğunda ve Türkiye’de Küçük ve Orta Büyüklükte İşletmeler, *Dış Ticarete Durum Dergisi*, Mayıs-Haziran s.16-24.

- GÜRKAYNAK, Gönenç (2003), *Rekabet Hukuku Uygulaması için Hukuk ve İktisat Perspektifinden Amaç Tartışması*, Rekabet Kurumu Yayın No:134, Ankara.
- HARBERGER, H. (1954), "Monopoly and Resource Allocation", *American Economic Review*, 44:77-87.
- HARBORD, D., ve HOEHN T. (1994), "Barriers to Entry and Exit European Competition Policy", *International Review of Law and Economics*, December, No.4, s.411-435.
- HAYEK, F.A. (1997), *Hukuk, Yasama ve Özgürlük: Özgür Bir Toplumun Siyasi Düzeni*, Cilt III, Çev. Mustafa Erdoğan, İş Bankası Yayını No.357/44.
- HILDEBRAND, D. (1998), "The Role of Economic Analysis in the EC Competition Rules", *Kluwer Law International*, The Hague, The Netherlands.
- HILL, Charles W.L., ve Gareth R. Jones (1992), *Strategic Management an Integrated Approach*, 2nd Edition, Houghton Mifflin Company, U.S.A.
- HOVENKAMP, H. (1999), *Federal Antitrust Policy*, Second Ed., West Group
- HUGO, Simone (1982), "Avrupa'da Küçük ve Orta İşletmeler" *Avrupa*, 72, Kasım .
- İKV(İktisadi Kalkınma Vakfı) (2002) *Avrupa Birliğinin Rekabet Politikası*, hhh://www.ikv.org.tr/pdfs/9dle770l.pdf. Erişim tarihi: 10.08.2002
- İMREGÜN, Oğuz (1995), *Ticaret hukukunun Genel İlkeleri*, İstanbul.
- İMREGÜN, Oğuz (1998), *Ticaret Hukuku*, Anadolu Üniversitesi İktisat Fakültesi Ders Kitapları, Yayın no:25, 1. Baskı, Eskişehir
- İNAN, Nurkut (1995), "Rekabetin Korunması Hakkında Kanun ve Rekabet Politikalarına Uyum", M. Özdemir ve S.Altınışik, Avrupa Birliği El Kitabı, (AB ve Türk-AT ilişkileri Semineri), 20-31 Mart, Ankara..
- İSO (İstanbul Sanayi Odası), (1993), *Rekabet Kurulu Teşkilatı, Avrupa Birliği Rekabet Politikaları Hukuk Düzeni ve Türk Rekabet Kanun Tasarısı (Uluslar arası Sempozyum)*, İstanbul Sanayi Odası Yayın no:193.
- İŞVEREN DERGİSİ, (1994), Rekabet Kanunlarının Ülke Ekonomisindeki Yeri , XXXIII, 3, Aralık s.27-28.
- JACQUEMIN, A. (1987), *The New Industrial Organization. Market Forces and Strategic Behavior*, Oxford: Clarendon Press.
- JONES, A. ve B. Sufrin (2001), *EC Competition Law*, Oxford University Press.

- KARA, Alper Fevzi (2003), *Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Aracı Olarak Yıkıcı Fiyat Uygulaması: ABD ve AT Uygulamasından Dersler*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara.
- KARAKAYA , Fahri ve J. Michael Stahl (1991), *Entry Barriers and Market Entry Decision* , Quorum Books.
- KARAKAYA , Fahri (2002), “Barriers to Entry in Industrial Markets”, *The Journal of Business & Industrial Marketing*, Volume 17, Number. 5, s.379-388.
- KARAKELLE, İsmail Hakkı (2000), “Rekabet Politikası ve Türkiye Deneyimi”, *II.Uluslararası Rekabet Sempozyumu*, Ankara.
- KARAKURT, Alper (2004), “Küresel Yarışta Rakibin Maliyetini Artırma”, *Rekabet Dergisi*, Sayı :20, s.18-49.
- KARAYALÇIN, Yaşar (1968), *Ticaret Hukuku*, Ankara.
- KARLUK, Rıdvan (1999), *Türkiye Ekonomisi, Tarihsel Gelişim, Yapısal ve Sosyal Gelişim*, Beta Yayınları, 6. Baskı, İstanbul.
- KARLUK, Rıdvan (2005), *Avrupa Birliği ve Türkiye*, 8. Baskı, İstanbul
- KASERMAN, D.L. ve J.W. Mayo (1995), *Government and Business: The Economics of Antitrust and Regulation*, Dryden Press, ABD.
- KATE, Adrian T., Gunnar Niels (2003), “On the Rationality of Predatory Pricing: The Debate Between Chicago and Post-Chicago”, *Antitrust Bulletin*, New York, Vol:47, Iss.1, s.1, Spring .
- KATIRCIOĞLU, Erol (1996), *Bir Pazar Ekonomisi Kurumu Olarak Rekabet Hukuku, Rekabetin Korunması hakkında Kanunun Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelere Etkisi*, Yayına Hazırlayan Doç.Dr. Nurkut İNAN, Tes-Ar Yayını, No:20, Ankara.
- KAY, John A. (1991), “Economics and Business” *The Economic Journal*, 101, January.
- KEPENK, Yakup ve Nurhan Yentürk (2000), *Türkiye Ekonomisi*, Remzi Kitabevi, II.Basım, Ankara.
- KILIÇ, Fethi (1999), *Haksız Rekabet ve Haksız Rekabette Hukuku Davaları, (Özel Hukukta Haksız Rekabet Kurumu)*, Yayınlanmamış Doktora Tezi, İ.Ü. Sos.Bil.Ens. Özel Hukuk ABD.
- KINTER, Earl W.(1973), *An Antitrust Primer*, 2nd Edition, London.
- KOCH, J.V. (1980), *Industrial Organization and Prices*, 2. B., Englewood Cliffs, N.J. Prentice-Hall, Inc.

- KOÇEL, Tamer (2001), *İşletme Yöneticiliği: Yönetim ve Organizasyon, Organizasyonlarda Davranış, Kalsik-Modern-Çaşdaş ve Güncel Yaklaşımlar*, 8. Baskı, Beta Yayınları, İstanbul.
- KORAH, Velantine (1984), *An Introductory Guide to EEC. Competition Law and Practice*, 5th Edition, London.
- KOUTSOYIANNIS, A. (1997), *Modern Mikroiktisat*, Çev: Muzaffer Sarımeşeli, Gazi Kitabevi, İkinci Baskı.
- KOVACIC, William E. ve Carl Shapiro (1999), *Antitrust Policy: A Centruy of Economic and Legal Thinking*.
- KRATTENMAKER, G.T., C. Salop (1986), “Anticompetitive Exclusion: Raising Rivals’ Cost to Achieve Power over Price”, *The Yale Law Journal* , Vol.96, No:2 s. 246-247.
- KRAUSE, M. (1991), *Market Rivalry and Learning By Doing*, University of California, Santa Barbara.
- KUNTALP, Erdal, Murat Özdemir ve Sülün Arıkel (2000) “Rekabet Hukukunda Temel Yaklaşımlar, Chicago ve Harvard Okullarının Rekabet Kanunu Açısından Karşılaştırılması” *Perşembe Konferansları 10*, Rekabet Kurumu Yayınları, s.31-77, Ekim, Ankara .
- LANG, J. T. (1994), “Defining Legitimate Competition: Companies’ Duties to Supply Competitors and Access to Essential Facilities”, B. Hawk (der.), Fordham Corporate Law Institute International Antitrust Law and Policy içinde, *Kluwer Law International*, The Hague, The Netherlands., s. 437-524.
- LİPSEY G. Richard, O. P. Steiner ve D. D. Purvis (1989), *Economics*, 8. Baskı, New York.
- LİPSEY R.G. ve Lancaster K. (1956), “ The General Theory of Second Best” *The Review of Economics Studies*, Vol. XXIV, No:63 Dec. s.11-32.
- LOW, R.E. (1970), *Modern Economic Organization*, Homewood, Illionis, Irwin.
- MANSFIELD (1979), *Microeconomics, Theory and Applications*, New York.
- MARSANN, C. (1987), “Antitrust Law-Predatory Pricing: A Ninth Circuit Wrinkle”, *The Journal of Corporation Law*, Summer, s.765-785.
- MASON, Edward S. (1949), “The Current Status of The Monopoly Problem in The United States”, *Harvard Law Review* .

- MASON, Edward S.(1939) Price and Production Policies of Large – Scale Enterprisise,
American Economic Review, Vol.29, s.61-74.
- MASSEY, Patrick (1997), “Reform of EC Competition Law: Substance, Procedure and
Institutions” in HAVK, Barry E., *International Antitrust Law & Policy*, London,
s.91-123.
- MASTROMANOLIS, E.P.(1998), “Predatory Pricing Strategies in the European
Union”, *European Common Market Law Review*, Vol:19, Issue:4, April, s.211-
224.
- MAYER, Colin (?) “The Assessment Recent Developments in Industrial Economics
and Their Implications for Policy”, *Oxford Review of Economic Policy*, Vol.1,
No.3.
- MUELLER, Charles E.(1997a), “Elements of an Antitrust Case: Structure, Conduct
and Performance”, *Antitrust Law & Economics Review*, Vol.26, No.4.
- MC CONNEL, Campel R. ve Stanley L.Brue (1996), *Economics (Principles, Problems
and Policies)* , 13th Edition, McGrawhill, Inc.
- MCGAHAN, A., (1992), *Selected Profitability Data on U.S. Industries and Companies*,
Harvard Business School, Cambridge, MA. Case 9-792-066.
- MEDALLA, Evlinda M. (2002), *Philippine Competition Policy in Perspective*,
Philippine Institute for Development Studies, Discussion Paper Series No: 2002-
25, December.
- MESS (Metal Sanayicileri Sendikası), (1997), *Dünyada ve Türkiye’de Rekabet*, Yayın
No:250, Ankara.
- MINTZBERG, H., (1978), “Patterns in Strategy Formation”, *Management Science*, Vol.
24, No.9, s.934-948.
- MINTZBERG, H., (1990), *Strategy Formation: School of Thought, İçinde J.W.
Frederikson, Perspective on Strategic Management*, London, 1005-235.
- MUELLER, Charles E.(1997b), “Glossary of Antitrust Terms”, *Antitrust Law &
Economics Review*, Vol.26, No.4 .s.15.
- MÜFTÜOĞLU, Tamer (2000), “Rekabet Kanunu ve İki Yıllık Uygulaması”, *Rekabet
Dergisi*, Cilt.1,Sayı.1, Mart , s.5-24.
- MÜFTÜOĞLU, Tamer (2002), “Rekabet Kurumu Perspektifinden Türk
Telekomünikasyon Sektörü”, *Rekabet Bülteni*, Sayı.8.

- NEALE, A.D.(1966), *The Antitrust Laws of the USA*, Cambridge University Press.
- NEEDHAM, D. (1978), *The Economics of Industrial Structure, Conduct and Performance*, Holt, Rinehart and Winston.
- NICHOLSON, Walter (1990), *Intermediate Microeconomics and Its Application*, 5th Ed. The Dryden Press, USA.
- NIKOLINAKOS, N. (1999), "Access Agreement in The Telecommunication Sector- Refusal to Supply and The Essential Facilities Doctrine under EC Competition Law", *E.C.L.R.*, No: 8, s. 399-411.
- NORMAN,G. ve M. Manna (1992), *Game Theory, The New Industrial Economics* .
- OBERDORFER, Gleiss, Hirsch (1971), *Common Market Cartel Law*, Chicago.
- OECD (1989), *Predatory Pricing*, Paris.
- OECD(1999), "Essential Facilities Concept, Series Roundtables on Competition Policy" No:5, Vol: 4, No: 61. (<http://www.oecd.org>).
- OFT (1997), "Assesment of Market Power, The Competition Act", OFT 415, September.
- OFT (Office of Fair Trading) (2004), "Assesment of Market Power, Draft Competition Law Guideline for Consultation," OFT 415a, April.
- OFT (Office of Fair Trading), (1994), *Barriers to Entry and Exit in U.K. Competition Policy*, Paper No.2.
- OFT(1998), "Competition in Retailing, Research Paper 13", September .
- ÖLMEZ, H.Suat (2003), *Rekabet Hukukunda Zorunlu Unsur Doktrini ve Uygulaması*, Uzmanlık Tezi, Rekabet Kurumu Yayınları.
- ÖZ, Gamze Aşçıoğlu (2000), *Avrupa Topluluğu ve Türk Rekabet Hukukunda Hakim Durumun Kötüye Kullanılması*, Rekabet Kurumu Lisans Üstü Tez Serisi No:4, Ankara.
- ÖZSUNAY, Ergun (1982), "Pazar Ekonomisinde Rekabetin Önemi ve Rekabet Sınırlamalarına Karşı Alınan Önlemler", *Banka ve Ekonomik Yorumlar Dergisi*, 2, Şubat:57, s.60-61.
- ÖZSUNAY, Ergun (1985), *Kartel Hukuku*, İstanbul .
- PARASIZ, İlker (1996), *İktisada Giriş, Prensipler ve Politika*, Ezgi Kitapevi, 4. Baskı, Bursa.
- PARASIZ, İlker (2001), *Rekabet Ekonomisi ve Düzenlemeler*, Ezgi Kitapevi, Bursa .

- PASHIGIAN, B. Peter (1995), *Price Theory and Applications*, Mc Graw Hill-inc.
- PASS, Christopher, Brain Sturgess ve Nicholas Wilson (1994), "Advertising, Barriers to Entry and Competition Policy", *Journal of Product & Brand Management*, Volume.3, No.3, s.51-58.
- PEPPERELL, H.C., ve R.W. Turner (1981), "Barriers to Entry Antitrust's Search for a New Look", *California Management Review*, Vol. XXIII, No.3, s.29-40.
- PERITZ, Rudolp J.R. (2002), "Antitrust Policy and Aggressive Business Strategy: A Historical Perspective on Understanding Commercial Purposes and Effects", *Journal of Public Policy & Marketing*, Chicago.
- PETERSMANN, Ernst (1997) "The Need for Integrating trade and Competition Rules in the WTO World Trade and Legal System" Symposium on Competition Policy, Economic Development and International Trade içinde, WTO, Geneva 29 November, s.1-43.
- PETTIGREW, A., ve Whipp R. (1993), *Managing Change for Competitive Success*, Oxford: Blackwell.
- PHILIPS, Bernard (1997), "Goals, Instruments and Institutions Antitrust of Competition Law" İçinde Symposium on Competition Policy, Economic Development and International Trade, WTO, Geneva, 29 November, s.3-17.
- PICKERING, J.F. (1974), *The Firm and it's Market, Industrial Structure and Market Conduct*, London: Martin Robertson.
- PICKERING, J.F.(1974), *Government and The Promotion of Competition, Industrial Structure and Market Conduct*, London: Martin Robertson.
- PITELIS, C. (1991), *Market and Non-Market Hierarchies. Theory of Institutional Failure*, Oxford: Blackwell.
- POROY, Reha ve Hamdi Yasaman (2001), *Ticari İşletme Hukuku*, Beta Yayınları, 9.Baskı.
- PORTER, Michael E. (1979), "How Competitive Shape Strategy", *Harvard Business Review*, March-April,s.137-145.
- PORTER, Michael E. (1980), *Competitive Strategy: Techniques for Analysing Industries and Competitors*, New York. The Free Pres.
- PORTER, Michael E. (1981), "The Contributions of Industrial Organization to Strategic Management" , *Academy of Management Review* ,Vol.6, No.4, s.609-620.

- PORTER, Michael E. (1985), "Technology and Competitive Advantage" *Journal of Business Strategy*, Winter, s.60-78.
- PORTER, Michael E.(2000), *Rekabet Stratejisi*, Sistem yayıncılık, Çev.Gülen Ulubilgen, İstanbul.
- POSNER, R. (1976), *Antitrust Law: An Economic Perspective*, University of Chicago Press, Chicago.
- POSNER, R.A. (1979), "The Chicago School of Antitrust Analysis", *University of Pennsylvania Law Review*, Vol.127, s.925-945.
- POSNER, R.A. (1986), *The Nature of Economic Reasoning, Economics Analysis of Law*, 3rd Edition, Boston: Little, Brown and Company.
- PRAHALAD, C.K. ve Hamel G., (1990), "The Core Competence of the Corporation", *Harvard Business Review*, Vol.68, No.3, s. 79-91.
- PREFFER, Jeffrey () *Competitive Advantage Throuh People (?)*
- PRESTON, Lee E.(1977), "Strategy +Structure=Performance: The Strategic Planning Imperative" In H.B.Thorelli, Bloomington: Indiana University Press, s.30-49.
- Rekabet Kurumu (2000), 1. Yıllık Rapor (05.11.1997-31.12.1999) Ankara.
- Rekabet Kurumu (2001), 2.Yıllık Rapor, Ankara.
- Rekabet Kurumu (2002), 3.Yıllık Rapor, Ankara.
- Rekabet Kurumu (2003), 4. Yıllık Rapor, Ankara .
- Rekabet Kurumu (2004), 5. Yıllık Rapor, Ankara.
- REVIEW GROUP (1999), *Proposals for Discussion in Relation to Competition Law*, Ireland Competition Mergers Review Group , September Paper No.3.
- REYNOLDS, L.G. (1982), *Microeconomics*, Illinois, USA.
- RITTER, Lennart, W. David Braun ve Francis Rawlingson (1991), *EEC Competition Law a Practitioner's Guide*, Boston.
- RUMELT, R.P., (1991), "How Much Does Industry Matter?", *Strategic Management Journal*, Cilt.12, s.167-185.
- SABANIE, Bernard (2000), *Microeconomics of Market Failures*, London.
- SAMUELSON Paul A. ve William D. Nordhaus (1992), *Economics*, 14th Edition, McGraw-Hill International Editions, Economic Series.
- SAMUELSON, Paul (1965), *İktisat*, Ankara

- SANLI, Kerem Cem (2000), *Rekabetin Korunması Hakkındaki Kanunda Öngörülen Yasaklayıcı Hükümler ve Bu Hükümlere Aykırı Sözleşme ve Teşebbüs Birliği Kararlarının Geçersizliği*, Rekabet Kurumu Lisans Üstü Tez Serisi No:3, Ankara.
- SARICA, Sevilay (1998), *Rekabet Teorilerinin Politika Etkileri ve Rekabet Hukuku*, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- SAVAŞ, Vural (2000), *İktisadın Tarihi*, Siyaset Kitabevi, 4.Baskı, Ankara.
- SAVAŞ, Vural Fuat (2000), *Piyasa Ekonomisi ve Devlet*, Liberte Yayınları, 2.Baskı.
- SCHERER, (1970), *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Chicago, Rand McNally.
- SCHMALENSSEE, Richard (1981), “Economies of Scale and Barriers to Entry”, *Journal of Political Economy*, Vol.89, No.6, s.1228-1238.
- SCHMALENSSEE, Richard (1982), “Product Differentiation Advantages of Pioneering Brands”, *American Economic Review*, Vol:72 (3), s.350-371.
- SCHMALENSSEE, Richard (1983), “Advertising and Entry Deterrence: An Exploratory Model”, *Journal of Political Economy*, Vol.91, No.4, s.636-653.
- SCHMALENSSEE, Richard (1987), *Standards for Dominant Firm Conduct. What Can Economics Contribute ?* (Hay, D. And Vickers J. The Economics of Market Dominance, içinde) Oxford: Basil Blackwell.
- SCHMIDT, I. L.O. ve J. B. Rittaler (1989), *A Critical Evaluation of the Chicago School of Antitrust Analysis*, Kluwer Academic Publishers, Dordrecht.
- SCHRICKER, Gerhard (1995), *International Aspects of the Law of Unfair Competition*, Martinus Nijhoff Publishers.
- SCHUMPETER, J. A. (1942), *Capitalism, Socialism and Democracy*, 3rd Edition, Harper&Row, New York.
- SERİN, Vildan (1998), *İktisat Politikası*, Alfa Yayınları, 1.Basım.
- SEYİDOĞLU, Halil (2001a), *Ekonomi ve İşletmecilik Terimleri Açıklamalı Sözlük*, Güzem Yayınları No:4, Ankara.
- SEYİDOĞLU, Halil (2001b), *Uluslararası İktisat, Teori, Politika ve Uygulama*, 14.Baskı, İstanbul.
- SEYİDOĞLU, Halil (1992), *Ekonomik Terimler Ansiklopedik Sözlük*, Ankara

- SHEPERD, W.G(1997), *The Economics of Industrial Organization*, 4th Ed., Prentice Hall.
- SHEREFIELD, John H. ve Irwin Stelzer (1996), *The Antitrust Laws A Primer*, Oxford: Basil Blackwell.
- SHERMAN, R. (1974), *The Economics of Industry*, Boston: Little, Brown and Company.
- SHUBIK, Martin (1975), "Oligopoly Theory, Communication, and Information", *American Economic Review Papers and Proceedings*, s.280-283.
- SHY, Oz (1995), *Industrial Organization Theory and Application*, London
- SINGLETON, Ross C.(1986), *Industrial Organization and Antitrust: A Survey of Alternative Perspective*, Publishing Horizons, Inc.Columbus, Ohio.
- SMITH, Agustus H., (1963), *Economics For Our Times*, McGraw Hill.
- SPENCER, (1969), *The Study of Sociology*, Ann Harbor.
- SPULBER, Daniel F. (1993), "Economic Analysis and Management Strategy: Survey", *Journal of Economics & Management Strategy* Vol.1, No.3 Fall.
- STIGLER, G. (1966), *The Theory of Price*, New York
- STIGLER, G. (1968), *The Organization of Industry*, Homewood, Illinois, Richard D. Irwin. Inc.
- STIGLER, George J. (1987), *Essay in the History of Economics*, The University of Chicago Press.
- STIGLER, George J. (1957), "Perfect Competition, Historically Contemplated", *The Journal Political Economy*, Vol.65, February, No.1, s.1-16.
- STIGLITZ, Joseph E. (1996), *Introduction in New Development in The Analysis of Market Structure* (eds) J.E.Stiglitz ve G.F Mathewson, London:Macmillan.
- STIGLITZ, Joseph E. (1996), *Principles of Microeconomic*, 2nd Edidtion, Satndford University, UK.
- SU, Kemal Tahir (2002), *Rekabet Hukukunda Hakim Teşebbüslerin Hakim Durumlarının Belirlenmesinde Pazar Gücünün Ölçülmesi*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara.
- SULLIVAN, E.T., J.L. Harrison (1998), *Understanding Antitrust and Its Economic Implications*, Third Ed., Matthew-Bender, ABD.
- SYH, Oz (1995), *Industrial Organization, Theory and Applications*, London.

- ŞAHİN, Hüseyin (2000), *Türkiye Ekonomisi, Tarihsel Gelişimi-Bugünkü Durumu*, Ezgi Kitabevi, 6. Baskı, Bursa.
- TEECE, David J. (1984), “Economics Analysis and Strategic Management”, *California Management Review*, Vol.XXVI, No.3 Spring. s.87-110.
- TEKDEMİR, Yaşar (2001) *AT Rekabet Hukukunda Anlaşma Yapmayı Reddetme Sorunu ve Zorunlu Unsur Doktrini : Anlaşma Yapma Yükümlülüğü veya Sözleşme Serbestisinin Sınırları*, Uzmanlık Tezi, Rekabet Kurumu Yayınları.
- TEKİNALP, Ünal ve Gülören Tekinalp (1997), *Avrupa Birliği Hukuku*, İstanbul .
- TIROLE, J. (1988), *The Theory of Industrial Organization*, MIT Press, Cambridge.
- TOPÇUOĞLU, Metin (2001), *Rekabeti Kısıtlayan Teşebbüsler Arası İşbirliği Davranışları ve Hukuki Sonuçları*, Rekabet Kurumu Lisansüstü Tez Serisi No:7, Ankara.
- TUNCAY, Semih Coşkun (1993), *Barriers to Entry in the Turkish Manufacturing Industries*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Marmara Üniversitesi.
- TÜRKAY, Orhan (1997), *Mikroiktisat Teorisine Giriş, Mikroiktisat*, 12. Baskı, Ankara.
- TÜRKAY, Orhan (2001), *Eksik Rekabet Piyasaları ve Monopol Teorisi , İktisada Giriş* içinde, Editörler:ERDEM, Burhan ve İ.İşıklar, Anadolu Üniversitesi, 1.Baskı, s.109-122.
- TÜRKKAN , Erdal (1996), *Ekonomi ve Demokrasi*, Turhan Kitabevi, Ankara.
- TÜRKKAN, Erdal (1984), “İktisat Politikalarına ve İktisadi Analize Yeni Bir Bakış”, *H.Ü. İ.İ.B.F. Yayınları* , 44-45 Yayın No:7.
- TÜRKKAN, Erdal (2000), “Rekabet Hukuku Uygulamalarında İşleyebilir Rekabet Olgusu ve Kavramı” *Rekabet Kurumu Perşembe Konferansları*, Sayı:11, Kasım-Aralık, s.123-159, Ankara.
- TÜRKKAN, Erdal (2001a), *İkinci En İyi: Ekonomik, Siyasal ve Sosyal Sapmalarla Mücadele ve Erdemli Sapmalar Kuramı*, Liberte Yayınları,1.Baskı, Ankara.
- TÜRKKAN, Erdal (2001b), *Rekabet Teorisi ve Endüstri İktisadı*, Turhan Kitabevi, Ankara.
- TÜSİAD (Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği), (2002), *Türkiye’de Girişimcilik*, Yayın No.2002-12/340.

- TÜSİAD, (Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği), (1998), *4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun'un Uygulama Esasları*, Yayın No:Tüsiad-T/98-12/245, İstanbul.
- TÜSİAD, (Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği), (1998), *Gümrük Birliği Çerçevesinde Rekabet Hukuku*, Yayın No:Tüsiad-T/98-12/242, İstanbul.
- TÜSİAD, (Türk Sanayicileri ve İşadamları Derneği), (2002), *Yeni Rekabet Stratejileri ve Türk Sanayisi*, Yayın No:Tüsiad-T/2002-07/322, İstanbul.
- ULUÇ, Mehmet (1978), *İşletme Organizasyonu ve Yönetimi*, Cilt. I, İstanbul Üniversitesi, Yayın No:2430, İstanbul.
- ÜSTÜNEL, Besim (1988), *Ekonominin Temelleri*, Ankara
- VENIT, J. S., ve J. J. Kallaugher (1994), “Essential Facilities: A Comparative Law Approach”, B. Hawk (der.), Fordham Corporate Law Institute International Antitrust Law and Policy içinde, *Kluwer Law International*, The Hague, The Netherlands, s. 314-344.
- VICKERS, John (?) “Strategic Competition Among the Few-Some Recent Developments in The Economics of Industry”, *Oxford Review of Economic Policy*, Vol.1 No.3.
- VICKERS, John (1995) “Concept of Competition” *Oxford Economic Papers*, No.47, s.1-23.
- VISCUSI, W. K. , J. M. Vernon ve J.E. Harrington (1998), *Economics of Regulation and Antitrust*, 2. B., The MIT Press, Cambridge.
- VIVES, Xavier (1999), *Oligopoly Pricing, Old Ideas and New Tools*, London.
- VON WEIZSACKER, P.(1980), “ A Welfare Analysis of Barriers to Entry”, *Bell Journal of Economics*, 11, s. 399-420.
- WALDMAN, Don E. ve Elizabeth J. Jensen (1998), *Industrial Organization, Theory and Practice*, Addison-Wesley Educational Publishers Inc.
- WATERSON, M. (1984), *Economic Theory of the Industry*, Cambridge: Cambridge University Press.
- WEIZSACER, C.V. (1980), *Barriers to Entry: A Theoretical Treatment*, Heidelberg, Berlin.
- WERNERFELT, B., (1984), “A Resource Based View of the Firm”, *Strategic Management Journal*, Cilt.5, s.171-180.

- WESSELING, Rein (1997), “Subsidiarity in Community Antitrust Law: Setting the Right Agenda”, *ELR*, Vol:22, s.35-54.
- WHISH, Richard ve Brenda Surfin (1993), *Competition Law*, 3rd Edition, Butterwoths & Co. Publishers, London .
- WHITTINGTON, R., (1993), *What is Strategy and Does It Matter?*, London: Routledge.
- WILLIMSKY, Margaret Sonya, (1997), “The Concept of Competition”, *CML Review*, Vol. 1, s.54.
- WISH, Richard (1993), *Competition Law*, 3rd Edition, Butterwoths & Co. Publishers, London.
- WOLF, Henning-Roth (1990), “Avrupa Topluluğu Rekabet Hukuku AT Hukuku ve Türkiye'nin Uyumu Seminerleri”, İstanbul.
- WOLFRTEETTER, Elmar (1994), *Topics in Microeconomics Industrial Organization, Actions and Incentives*.
- WONNACOTT, Paul ve Ronald Wonnacott (1990), *Microeconomics*, 4th Edition , John Wesley & Sons.
- YANIK, Mehmet (2003), *Rekabet Hukukunun Hakim Durum ve Hakim Durumun Kötüye Kullanılması Uygulamalarında Piyasa Giriş Engelleri*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara.
- YAO, Dennis A. (?) *Antitrust Constraints to Competitive Strategy*
- YAY, Turan (1993), *F.A. Hayek'te İktisadi Düşünce*, Ezgi Kitabevi Yayınları, Bursa
- YILDIRIM, K., İ. Şıklar ve İ. Bakırtaş (2003), *Micro İktisada Giriş*, Ekin Kitabevi, Bursa.
- YIP, George S. (1984), *Barriers to Entry: A Corporate Strategy Perspective*, Lexington Books, Toronto.
- YURTÇİÇEK, Mehmet Sıddık (2002, *Essential Facilities Doctrine in the Competition Policy of European Union*, Avrupa Birliği Enstitüsü, Avrupa Birliği Hukuku, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Çalışması, Marmara Üniversitesi.

EKLER

Ek 1: Rekabet Kurumu'nun Teşkilatı, Araştırma ve İncelemelerde Usul

ÜÇÜNCÜ KISIM

Teşkilat

Rekabet Kurumu

Madde 20- Mal ve hizmet piyasalarının serbest ve sağlıklı bir rekabet ortamı içinde teşekkülünün ve gelişmesinin temini ile bu Kanunun uygulanmasını gözetmek ve Kanunun kendisine verdiği görevleri yerine getirmek üzere kamu tüzel kişiliğini haiz idarî ve malî özerkliğe sahip Rekabet Kurumu teşkil edilmiştir.

Kurumun ilişkili olduğu Bakanlık, Sanayi ve Ticaret Bakanlığıdır.

Kurum görevini yaparken bağımsızdır. Hiçbir organ, makam, merci ve kişi Kurumun nihaî kararını etkilemek amacıyla emir ve talimat veremez.

Kurumun merkezi Ankara'dadır.

Rekabet Kurumunun Teşkilatı

Madde 21- Kurumun teşkilatı;

- a) Rekabet Kurulu,
 - b) Başkanlık,
 - c) Hizmet Birimlerinden,
- Oluşur.

BİRİNCİ BÖLÜM

Rekabet Kurulu

Kurulun Teşekkülü

Madde 22- (Değişik Madde: 02.07.2005-5388/3. Md)⁵⁶ *Rekabet Kurulu biri Başkan, biri İkinci Başkan olmak üzere toplam 7 üyeden teşekkül eder.*

Bakanlar Kurulu; iki üyeyi Rekabet Kurulunun, bir üyeyi Sanayi ve Ticaret Bakanlığının, bir üyeyi Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığının bağlı olduğu Devlet Bakanlığının, birer üyeyi ise Yargıtay, Danıştay ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğinin her boş üyelik için kendi kurumları içinden veya dışarıdan göstereceği ikişer aday arasından seçer ve atar.

Bakanlar Kurulu, Kurulun göstereceği üç aday arasından birisini Başkan olarak görevlendirir. İkinci Başkanı Kurul üyeleri seçer.

Atanma Şartları

Madde 23- Kurul Başkanı ve üyeleri hukuk, iktisat, mühendislik, işletme veya maliye dallarında yurt içi ya da yurt dışında en az dört yıllık yüksek öğrenim görmüş, meslekî açıdan yeterli bilgi ve deneyime sahip bulunan ve meslekleri ile ilgili olarak kamu veya özel sektörde en az 10 yıl çalışmış olanlar arasından atanır. Üyelerin ayrıca, 657 sayılı Devlet Memurları Kanununun 48 inci maddesinin (A) fıkrasının 1, 4, 5, 6 ve 7 nci bentlerinde belirtilen şartları taşımaları zorunludur.

Görev Süreleri

Madde 24- Kurul Başkanı, İkinci Başkanı ve üyelerinin görev süreleri altı yıldır. Süresi biten üye yeniden seçilebilir. Kurul üyelerinin üçte biri iki yılda bir yenilenir. Yenilenme sırasında Kurulun teşekkülüne ilişkin hükümlerdeki sayılar ve oranlar

⁵⁶ Değiştirilen Maddenin Eski Şekli: Rekabet Kurulu biri Başkan, biri İkinci Başkan olmak üzere toplam 11 üyeden teşekkül eder.

Bakanlar Kurulu, dört üyeyi Rekabet Kurulunun, iki üyeyi Sanayi ve Ticaret Bakanlığının, bir üyeyi Devlet Planlama Teşkilatı Müsteşarlığının bağlı olduğu Devlet Bakanlığının, birer üyeyi ise Yargıtay, Danıştay, Üniversitelerarası Kurul ile Türkiye Odalar ve Borsalar Birliğinin her boş üyelik için kendi kurumları içinden veya dışarıdan göstereceği ikişer aday arasından seçer ve atar.

Rekabet Kurulunca gösterilecek adayların en az yarısının Rekabet Kurumunun uzmanlık sıfatını kazanmış meslek personeli arasından seçilmesi zorunludur.

Bakanlar Kurulu, Kurulun göstereceği üç aday arasından birisini Başkan olarak görevlendirir. İkinci Başkanı Kurul üyeleri kendi aralarından seçer.

dikkate alınır. Başkanlık ve üyelikler, yenilenme hariç, görev süresi dolmadan herhangi bir sebeple boşaldığı takdirde, boşalan yerlere bir ay içinde seçim ve atama yapılır. Bu halde atanan, yerine atandığı kimsenin süresini tamamlar.

Kurul Başkan ve üyelerinin süreleri dolmadan herhangi bir nedenle görevlerine son verilemez. Ancak, Kurul kararı ile, atanmaları için gerekli şartları kaybettikleri veya durumlarının bu Kanunun 25 inci maddesine aykırı düştüğü anlaşılan ya da Kanunla verilen görevle ilgili olarak suç işledikleri mahkeme kararı ile sabit olan Kurul Başkan ve üyelerinin görevleri sona erer.

Yasaklar

Madde 25- Kurul Başkan ve üyeleri, özel bir kanuna dayanmadıkça resmî veya özel hiçbir görev alamaz, ticaretle uğraşamaz, ortaklıklarda pay sahibi olamazlar.

Kurul Başkan ve üyeleri, göreve başlamadan önce maliki oldukları Hazine tarafından çıkarılan borçlanmaya ilişkin menkul kıymetler dışındaki her türlü sermaye piyasası mevzuatı anlamındaki menkul kıymetlerini üçüncü dereceye kadar kan ve ikinci dereceye kadar sıhrî hisimlari dışındakilere satmak veya devretmek suretiyle elden çıkarmak zorundadır. 30 gün içinde bu hükme uygun hareket etmeyen üyeler üyelikten çekilmiş sayılır.

Amacı sosyal yardım ve eğitim işlerine yönelmiş derneklerle vakıflardaki görevler ve kâr amacı gütmeyen kooperatif ortaklığı bu hükmün dışındadır.

Kurul üyeleri ve personeli Kurumla ilgili gizlilik taşıyan bilgileri ve bu Kanunun uygulanması sırasında öğrendikleri teşebbüs ve teşebbüs birliklerinin ticarî sırlarını görevlerinden ayrılmış olsalar bile ifşa edemezler, kendilerinin veya başkalarının menfaatine kullanamazlar.

Yemin

Madde 26- Rekabet Kurulu üyeleri, Yargıtay Birinci Başkanlık Divanı huzurunda görevlerinin devamı süresince Kurulun işlerini tam bir dikkat ve dürüstlük ile yürüteceklerine, Kanun hükümlerine aykırı hareket etmeyeceklerine ve ettirmeyeceklerine dair yemin eder.

Yemin için yapılan başvuru Yargıtay'ca acele işlerden sayılır. Kurul Başkanı ve üyeleri yemin etmedikçe göreve başlayamazlar.

Kurulun Görev ve Yetkileri

Madde 27- Kurulun görev ve yetkileri şunlardır:

- a) Bu Kanunda yasaklanan faaliyetler ve hukukî işlemler hakkında, başvuru üzerine veya resen inceleme, araştırma ve soruşturma yapmak; bu Kanunda düzenlenen hükümlerin ihlal edildiğinin tespit edilmesi üzerine, bu ihlallere son verilmesi için gerekli tedbirleri alıp bundan sorumlu olanlara idarî para cezaları uygulamak,
- b) İlgililerin muafiyet ve menfî tespit taleplerini değerlendirerek, uygun olan anlaşmalara muafiyet ve menfî tespit belgesi vermek,
- c) Verilen muafiyet kararları ve menfî tespit belgelerinin ilgili olduğu piyasaları sürekli takip ederek, bu piyasalarda ya da tarafların durumlarında değişiklikler tespit edilmesi halinde ilgililerin başvurularını yeniden değerlendirmek,
- d) Birleşme ve devralmalara izin vermek,
- e) Kurul İkinci Başkanını seçmek,
- f) Bu Kanunun uygulanması ile ilgili olarak tebliğler çıkarmak ve gerekli düzenlemeleri yapmak,
- g) Rekabet hukuku ile ilgili mevzuatta yapılması gerekli değişiklikler konusunda doğrudan veya Bakanlığın talebi üzerine görüş bildirmek,
- h) Rekabeti sınırlayıcı anlaşma ve kararlarla ilgili olarak diğer ülkelerin mevzuat, uygulama, politika ve tedbirlerini izlemek,
- ı) Kurumun personel politikalarını saptamak, uygulamasını izlemek personelin atama işlemlerini yapmak, Başkanlıkça hazırlanan Kurumun yıllık bütçesi, gelir gider kesin hesabı ve yıllık çalışma programlarını onamak, gerekirse bütçede hesaplar arasında aktarma yapmaya karar vermek,
- j) Boşalan Kurul üyelikleri için Kurumca gösterilecek adayları belirlemek,

- k) Yılda bir, çalışmalarını ve görev alanlarındaki durum ve gelişmelerle ilgili bir rapor yayınlamak,
- l) Menkul ve gayrimenkul eşya ve demirbaş alımı gibi satınalma, satma, kiralama konularındaki önerileri görüşüp karara bağlamak, bu konuda gerekli düzenlemeleri yapmak,
- m) Kurumun üçüncü kişilerle olan alacak, hak ve borçları hakkında her türlü işleme karar vermek,
- n) Kanunla verilen diğer görevleri yerine getirmek.

Kurulun Çalışma Esasları

Madde 28- Kurul, Başkan tarafından, Başkanın bulunmadığı izin, hastalık, yolculuk ve diğer hallerde İkinci Başkan tarafından yönetilir ve temsil edilir.

Toplantıyı Kurul Başkanı veya yokluğunda İkinci Başkan yönetir ve karara bağlanacak gündemi toplantıdan önce belirleyerek Kurul üyelerine bildirir.

Kurul üyeleri kendileri ve üçüncü dereceye kadar kan ve ikinci dereceye kadar sıhrî hısımlarıyla ilgili olaylarda müzakere ve oylamaya katılamaz.

İKİNCİ BÖLÜM

Başkanlık

Madde 29- Başkanlık; Kurul Başkanı, İkinci Başkan ve Kurul Başkan Yardımcılarından teşekkül eder.

Kurul Başkanı Kurumun en üst amiri olup, Kurumun genel yönetim ve temsilinden sorumludur.

Bu sorumluluk, Kurumun çalışmalarının genel çerçevede düzenlenmesi, denetlenmesi, değerlendirilmesi ve gerektiğinde kamuya duyurulması görev ve yetkilerini kapsar.

Başkanlığın Görev ve Yetkileri

Madde 30- Başkanlığın görev ve yetkileri şunlardır:

- a) Kurumun karar organı olan Rekabet Kurulu ile hizmet birimlerinin uyumlu, verimli, disiplinli ve düzenli bir biçimde çalışmasının en üst düzeyde organizasyonu ve koordinasyonunu sağlamak, Kurum hizmet birimleri arasında çıkabilecek görev ve yetki sorunlarını çözmek,
- b) Kurul toplantılarının gündemini, gün ve saatini belirlemek ve toplantıları idare etmek,
- c) Kurul kararlarının gereğinin yerine getirilmesini sağlamak, bu kararların uygulanmasını izlemek,
- d) Hizmet birimlerinden gelen önerilere son şeklini vererek Kurula sunmak,
- e) Kurumun yıllık bütçesi ile gelir gider kesin hesabını ve yıllık çalışma raporlarını hazırlamak ve Kurula sunmak, Kurum bütçesinin uygulanmasını, gelirlerin toplanmasını, giderlerinin yapılmasını sağlamak,
- f) Rekabet politikası ile ilgili olarak alınacak kararlar ve ilgili mevzuat hakkında görüş bildirmek,
- g) Kurumun Bakanlık ve diğer kuruluşlarla ilişkilerini düzenlemek ve yürütmek,
- h) Kurumu resmî ve özel kuruluşlar nezdinde temsil etmek,
- ı) Kurulun nihaî kararları ile Kurumca hazırlanacak tebliğ ve yönetmeliklerin yayınlanmasını sağlamak,
- j) Kurul Başkanı adına imzaya yetkili personelin görev ve yetki alanını belirlemek.

Başkan Yardımcıları

Madde 31- Başkanlık hizmetlerinin yürütülmesinde Başkana yardımcı olmak amacıyla iki adet Başkan Yardımcısı görevlendirilebilir. Başkan Yardımcıları, Başkan tarafından verilen görevleri yapmak, talimatları yerine getirmek, teşkilat kademeleri ve ilgili hizmet birimleri arasında uyum ve işbirliğini sağlamakla yükümlüdürler.

Hizmet Birimleri

Madde 32- Rekabet Kurumunun hizmet birimleri; Daire Başkanlıkları şeklinde teşkilatlanmış ana hizmet birimleri, danışma birimleri ve yardımcı hizmet birimlerinden oluşur.

Denetim

Madde 33- Kurumun hesapları Sayıştay'ın denetimine tabidir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Kurum Personelinin Statüsü

Madde 34- Kurum hizmetlerinin gerektirdiği aslî ve sürekli görevler, idarî hizmet sözleşmesi ile sözleşmeli olarak istihdam edilen personel eliyle yürütülür. Kurum emrinde yeteri kadar uzman meslek personeli ile kariyer dışı ihtisas personeli çalıştırılabilir.

Kurum personeli ücret ve malî haklar dışında 657 sayılı Devlet Memurları Kanununa tabidir. Kurul, ihtiyaca uygun kuruluş ve kadro statülerinin düzenlenmesinde serbesttir. Kadroların iptali ve ihdası Kurulca yapılır.

Geçicilik veya belli bir ihtisas gerektiren nitelikteki hizmetler Başkanlıkça tespit olunur. Bu işlerde çalışacak personel hakkında vekalet veya istisna akdi hükümleri uygulanır. Bu fıkra göre istihdam edileceklerden sosyal güvenlik kuruluşlarından almakta oldukları aylıkları kesilmez.

Yabancı uzmanlar da Başkanlığın hazırlayıp Kurulun onayı ile yürürlüğe konacak yönetmelik esaslarına göre istihdam edilebilir.

Rekabet Uzman Yardımcılığına Atama

Madde 35- Rekabet uzman yardımcılığına atanabilmek için aşağıdaki nitelikler aranır:

- a) **(Değişik bent: 02.07.2005-5388/4.Md)⁵⁷** *Hukuk, iktisat, siyasal bilgiler, işletme, iktisadî ve idarî bilimler fakültelerinden veya işletme mühendisliği ya da endüstri mühendisliği bölümlerinden en az dört yıllık yüksek öğrenim mezunu olmak, yahut bunlara denkliği kabul edilen yurt dışındaki yüksek öğretim kurumlarından mezun olmak,*
- b) **(Değişik bent: 02.07.2005-5388/4.Md)⁵⁸** *Yukarıdaki bentte sayılan branşlar için birlikte veya ayrı ayrı yapılacak sınavda başarılı olmak,*
- c) İngilizce, Fransızca ve Almanca dillerinden birinde yapılacak yabancı dil sınavında başarılı olmak,
- d) Sınavın yapıldığı yılın Ocak ayının ilk günü itibariyle otuz yaşını doldurmamış olmak.

Gerekli diğer şartlar Kurulca çıkarılacak sınav yönetmeliğinde belirlenir.

Rekabet Uzmanlığı

Madde 36- 35 inci maddeye göre uzman yardımcılığına atananlar, üç yıl çalışmak ve olumlu sicil almak kaydıyla konuları ile ilgili hazırlayacakları ya da daha önce hazırlamış oldukları uzmanlık tezinin Kurulca kabul edilmesi halinde “Rekabet Uzmanı” unvanını alırlar.

Rekabet uzman ve yardımcıları meslek personeli sıfat ve yetkisini taşır.

Ücret ve Diğer Malî Haklar

Madde 37- Kurul Başkan ve üyelerinin aylık ücretleri, en yüksek devlet memurunun her türlü ödemeler dahil ücretlerinin iki katını geçmemek üzere Sanayi ve Ticaret Bakanlığının teklifi ile Bakanlar Kurulunca tespit olunur. En yüksek devlet

⁵⁷ Değiştirilen Bendin Eski Şekli: “Hukuk, İktisat, Siyasal Bilimler, İşletme, İktisadî ve İdarî Bilimler fakültelerinin iktisat ve işletme bölümlerinden ya da mühendislik fakültelerinin endüstri mühendisliği veya işletme mühendisliği bölümlerinden yahut bunlara denkliği kabul edilen yurt dışındaki yüksek öğretim kurumlarından mezun olmak,”

⁵⁸ Değiştirilen Bendin Eski Şekli: “Yapılacak yarışma sınavında başarılı olmak,”

memuruna ödenenlerden gelir vergisine tabi olmayanlar bu Kanuna göre de Gelir Vergisine tabi tutulmaz.

Kurum personelinin ücret ve diğer malî hakları, birinci fıkradaki ücretler ve bunlarda değişiklik yapılmasına ilişkin esaslar çerçevesinde Başkanlığın teklifi üzerine Kurulca belirlenir.

Emeklilik ve Hizmet Sürelerinin Değerlendirilmesi

Madde 38- Kurul Başkan ve üyeleri ile diğer personel Emekli Sandığı Kanununa tabidir. 657 sayılı Devlet Memurları Kanununa tabi kimselerden Kurul Başkanlığına veya üyeliklerine atanalar ile Kurumda görev alanlar görev sürelerinin sona ermesi halinde yeniden devlet memurluğuna dönerek durumlarına uygun bir göreve atanırlar. Bu takdirde, Kurumda geçirdikleri süreler tabi oldukları kanun hükümlerine göre hizmetlerinde değerlendirilir.

Bu hükümler, akademik ünvanların kazanılması için gerekli şartlar saklı olmak üzere üniversitelerden gelen Başkan ve üyelerle uzman veya diğer personel hakkında da uygulanır.

Emeklilik açısından Kurul Başkanı Bakanlık Müsteşarı, Kurul Üyeleri Bakanlık Müsteşar Yardımcıları, Daire Başkanları Bakanlık Genel Müdürleri ile aynı düzeyde kabul edilir. Emeklilik açısından diğer personelin durumu, Başkanlığın hazırlayacağı, Kurulun onayı ile yürürlüğe konacak yönetmelikte gösterilir.

Kurumun Gelirleri

Madde 39- Kurumun gelirleri Kurumun bütçesini oluşturur ve aşağıdaki gelir kalemlerinden oluşur:

- a) Bakanlık bütçesine konacak ödenek,
- b) **(Mülga: 01.08.2003-4971/25-B Md.)⁵⁹**

⁵⁹ Kaldırılan Bendin Eski Şekli: “Kurulca bu Kanunun 16 ve 17 nci maddelerine göre verilen cezaların yüzde yirmibeşi,”

c) **(Ek: 17/9/2004-5234/29 md.)** *Yeni kurulacak olan anonim ve limited şirket statüsündeki tüm ortaklıkların sermayelerinin ve sermaye artırımını halinde artan kısmın on binde dördü nispetinde yapılacak ödemeler,*⁶⁰

d) Yayın ve sair gelirler.

Kuruma ait gelirler T.C. Merkez Bankası veya bir devlet bankası nezdinde açılacak bir hesapta toplanır. **(Mülga son cümle: 01.08.2003-4971/25-B Md.)**⁶¹

DÖRDÜNCÜ KISIM

Kurulun İnceleme ve Araştırmalarında Usul

Önaraştırma

Madde 40- Kurul, resen veya kendisine intikal eden başvurular üzerine doğrudan soruşturma açılmasına ya da soruşturma açılmasına gerek olup olmadığının tespiti için önaraştırma yapılmasına karar verir.

Önaraştırma yapılmasına karar verildiği takdirde Kurul Başkanı, meslek personeli uzmanlardan bir ya da birkaçını raportör olarak görevlendirir.

Önaraştırma yapmakla görevlendirilen raportör 30 gün içinde elde ettiği bilgileri, her türlü delilleri ve konu hakkındaki görüşlerini Kurula yazılı olarak bildirir.

Önaraştırmanın Sonuçlanması

Madde 41- Önaraştırma raporunun Kurula teslimini takip eden 10 gün içinde, Kurul elde edilmiş olan bilgileri değerlendirerek karar vermek üzere toplanır ve soruşturma açılmasına veya açılmamasına karar verir.

Başvuru Sahiplerine Bildirim

Madde 42- Kurulun, ihbar veya şikayet başvurularında ileri sürülen iddiaları ciddi ve yeterli bulması durumunda, ihbar veya şikayet edenlere ileri sürülen iddiaların ciddi bulunduğu ve araştırmaya başlandığı yazılı olarak bildirilir.

⁶⁰ 17/9/2004 tarihli ve 5234 sayılı Kanununun 29 uncu maddesiyle bu maddeye “(c)” bendi eklenmiş ve mevcut “(c)”bendi ise, “(d)” bendi olarak teselsül ettirilmiştir.

⁶¹ Kaldırılan Cümlelerin Eski Şekli: “(b) bendinde belirtilen gelirler cezaların kesinleşmesinden sonra cezanın Hazine veznesine yatırılması esnasında Kurumun ilgili hesabına yatırılır.”

Kurulun, gerek başvuruları açıkca reddetmesi, gerekse süresi içinde bildirimde bulunmayarak reddetmiş sayılması durumlarında, doğrudan ya da dolaylı menfaati olduğunu belgeleyen herkes Kurulun red kararına karşı yargı yoluna başvurabilir.

Kurulun Soruşturmaya Başlaması

Madde 43- (Değişik birinci cümle: 02.07.2005-5388/5.Md)⁶² *Soruşturma yapılmasına karar verildiği takdirde, Kurul, ilgili daire başkanının gözetiminde soruşturmayı yürütecek raportör veya raportörleri belirler.* Soruşturma en geç 6 ay içinde tamamlanır. Gerekli görüldüğü hallerde bir defaya mahsus olmak üzere Kurul tarafından 6 aya kadar ek süre verilebilir.

Kurul, başlattığı soruşturmaları, soruşturmaya başlanması kararının verildiği tarihten itibaren 15 gün içinde ilgili taraflara bildirir ve tarafların ilk yazılı savunmalarını 30 gün içinde göndermelerini ister. Taraflara tanınan ilk yazılı cevap süresinin başlayabilmesi için Kurulun bu bildirim yazısı ile birlikte, iddiaların türü ve niteliği hakkında yeterli bilgiyi ilgili taraflara göndermesi gerekir.

Kurulun soruşturmaya başlama kararı kesindir.

Delillerin Toplanması ve Tarafların Bilgilendirilmesi

Madde 44- Kurul adına hareket eden ve Kurul tarafından belirlenip görevlendirilen (**Mülga ibare: 02.07.2005-5388/5.Md)⁶³** (...) raportörlerden oluşan bir heyet, soruşturma safhasında bu Kanunun 14 üncü maddesinde düzenlenen bilgi isteme ve 15 inci maddesinde düzenlenen yerinde inceleme yetkilerini kullanabilir. Belirlenen bu süre içinde lüzum gördükleri evrakın gönderilmesini ve her türlü bilginin verilmesini taraflardan ve ilgili diğer yerlerden isteyebilir. Kurulun soruşturma safhasında, bu Kanunu ihlal ettiği iddia edilen kişi veya kişiler, kararı etkileyebilecek her türlü bilgi ve delili her zaman Kurula sunabilirler.

Haklarında soruşturmaya başlandığı bildirilen taraflar sözlü savunma hakkını kullanma taleplerine kadar Kurum bünyesinde kendileri ile ilgili düzenlenmiş her türlü

⁶² Değiştirilen Cümlelerin Eski Şekli: "Soruşturma yapılmasına karar verildiği takdirde, Kurul, görevli raportör veya raportörler ile birlikte soruşturmayı yürütecek Kurul üyesi veya üyelerini de belirler."

⁶³ Bu arada yer alan "Kurul üyesi ve" ibaresi madde metninden çıkarılmıştır.

evrakın ve mümkünse elde edilmiş olan her türlü delilin bir nüshasının kendilerine verilmesini isteyebilir.

Kurul, tarafları bilgilendirmediği ve savunma hakkı vermediği konuları kararlarına dayanak yapamaz.

Tebliğat ve Cevap Verme

Madde 45- Soruşturma safhası sonunda hazırlanan rapor, tüm Kurul üyeleri ile ilgili taraflara tebliğ olunur.

Bu Kanunu ihlal ettiği belirlenenlere yazılı savunmalarını 30 gün içinde Kurula göndermeleri tebliğ edilir. Tarafların gönderecekleri savunmalarına karşı soruşturmayı yürütmekle görevlendirilenler 15 gün içinde ek yazılı görüş bildirir ve bu da tüm Kurul üyeleri ile ilgili taraflara bildirilir. Taraflar 30 gün içinde bu görüşe cevap verebilirler. Tarafların haklı gerekçeler göstermesi halinde bu süreler bir kereye mahsus olmak üzere ve en çok bir katına kadar uzatılabilir.

Tarafların süresi içinde verilmeyen savunmaları dikkate alınmaz.

Sözlü Savunma Toplantısı

Madde 46- Sözlü savunma toplantısı, tarafların cevap dilekçesi ya da savunma dilekçelerinde sözlü savunma hakkını kullanmak istediklerini bildirmeleri üzerine yapılır. Ayrıca Kurul, kendiliğinden sözlü savunma toplantısı yapılmasına karar verebilir.

Sözlü savunma toplantısı, soruşturma safhasının bitiminden en az 30 gün en çok 60 gün içinde yapılır. Sözlü savunma toplantısı davetiyeleri sözlü savunma toplantısı gününden en az 30 gün önce taraflara gönderilir.

Sözlü Savunma Toplantısına İlişkin Esaslar

Madde 47- Sözlü savunma toplantıları açık olarak yapılır. Genel ahlakın ve ticarî sırların korunması gerekçesi ile Kurul, sözlü savunma toplantısının gizli olarak yapılmasına karar verebilir.

Sözlü savunma toplantılarını Kurul Başkanı veya Kurul Başkanının toplantıya katılmadığı durumlarda Kurul İkinci Başkanı yönetir. Toplantı, Kurul Başkanı veya

İkinci Başkan ile en az (**Değişik ibare: 02.07.2005-5388/5.Md**)⁶⁴ dört kurul üyesinin katılımı ile yapılır.

Sözlü savunma toplantıları en çok birbirini izleyen 5 oturumda tamamlanır ve bir gün içinde yapılan çeşitli toplantılar bir oturum sayılır.

Sözlü savunma toplantısından en geç 7 gün önce taraflar sözlü savunmada yararlanacakları ispat vasıtalarını Kurula bildirmekle yükümlüdürler. Taraflar süresi içinde bildirilmemiş ispat vasıtalarından yararlanamazlar.

Sözlü savunmada ilgili taraflar Hukuk Usulü Muhakemeleri Kanununun İkinci Babının Sekizinci Faslında düzenlenen her türlü delil ve ispat vasıtasından yararlanabilirler. Oturumlara bu Kanunu ihlal ettiği iddia edilen taraflar veya bunların temsilcileri ile doğrudan ya da dolaylı menfaati olduğunu oturumdan önce Kurula ispatlayanlar ya da onların temsilcileri katılabilir.

Nihaî Karar

Madde 48- Sözlü savunma toplantısı yapıldıktan sonra aynı gün, bu mümkün olmaz ise gerekçesi ile birlikte 15 gün içinde karar verilir .

Sözlü savunma toplantısı yapılmasının taraflarca talep edilmediği ve Kurulun da kendiliğinden sözlü savunma yapılmasına karar vermediği hallerde, nihaî karar dosya üzerinde yapılacak incelemeye göre, soruşturma safhasının bitiminden sonra 30 gün içinde verilir.

Sözlü savunma yapılmasına karar verilmesine rağmen ilgili tarafların sözlü savunmaya gelmemesi halinde karar, belirlenmiş toplantı tarihinden sonraki bir hafta içinde dosya üzerinde yapılacak incelemeye göre verilir.

Görüşmelerin Gizliliği

⁶⁴ Bu fıkrada yer alan "7" ibaresi değiştirilmiş ve metne işlenmiştir.

Madde 49- Kurul kararları gizli görüşme sonucu alınır ve alenen tefhim edilir. Hiçbir Kurul üyesinin oyu çekimsiz olamaz. Görüşmelere mazeretli olanlar dışında sözlü savunma toplantısında hazır bulunmuş olan üyelerin katılmaları zorunludur.

Görüşmede Usul

Madde 50- Görüşmeyi Kurul Başkanı veya Kurul Başkanının görüşmeye katılmadığı durumlarda İkinci Başkan yönetir ve karara bağlanacak konuları belirler. Bu konular serbestçe tartışıldıktan sonra Başkan oyları toplar ve en son kendi oyunu verir.

Toplantı ve Karar Yeter Sayısı

Madde 51- Kurul, nihaî kararlarında Başkan ya da ikinci Başkan dahil en az toplam (**Değişik ibare: 02.07.2005-5388/5.Md**)⁶⁵ beş üyenin katılımı ile toplanır ve en az (**Değişik ibare: 02.07.2005-5388/5.Md**)⁶⁶ dört üyenin aynı yönde oy kullanması ile karar verir.

İlk toplantıda karar için gerekli nisabın sağlanamadığı durumlarda, Başkan ikinci toplantıya tüm üyelerin iştirakini sağlar. Ancak bunun mümkün olmaması halinde karar, toplantıya katılanların salt çoğunluğu ile alınır. Bu durumda da toplantı nisabı birinci fıkrada belirtilenden az olamaz. İkinci toplantıda oylarda eşitlik olması halinde Başkanın bulunduğu tarafın oyu üstün sayılır.

Nihaî karar haricindeki diğer kararlar ve özellikle tedbir ve tavsiye niteliğindeki kararlar ve işlemler için Kurul üyelerinden en az üçte birinin toplanması ve toplantıya katılanların salt çoğunluğunun kararı gerekir.

Kararlarda Bulunması Gereken Hususlar

Madde 52- Kararlar aşağıdaki hususları ihtiva eder:

- a) Kararı veren Kurul üyelerinin adları ve soyadları,
- b) İnceleme ve araştırmayı yapanların adları ve soyadları,
- c) Tarafların ad ve unvanları ile ikametgahları ve ayırıcı nitelikleri,

⁶⁵ Bu fıkrada yer alan "8" ibaresi değiştirilmiş ve metne işlenmiştir.

⁶⁶ Bu fıkrada yer alan "6" ibaresi değiştirilmiş ve metne işlenmiştir.

- d) Tarafların iddialarının özeti,
- e) İnceleme ve tartışılan ekonomik ve hukukî konuların özeti,
- f) Raportörün görüşü,
- g) İleri sürülen bütün delillerin ve savunmaların değerlendirilmesi,
- h) Gerekçe ve kararın hukukî dayanağı,
- ı) Sonuç,
- k) Varsa karşı oy yazıları.

Verilen karar ile taraflara yüklenen görevler ve tanınan haklar şüphe ve tereddüde yol açmayacak şekilde açık yazılmalıdır.

Kararların Yazılması

Madde 53- Karar, Kurul Başkanı veya onun görevlendireceği bir üye tarafından yazılır. Kararlar toplantıya katılan üyeler tarafından imzalanır. Karara muhalif kalan üyeler ayrı ayrı veya birlikte karşı oy yazısı yazabilir. Kararın aslı Kurul arşivinde saklanır. Birer nüshası imza karşılığında taraflara verilir. Bir nüshası da yayınlanmak üzere Rekabet Kurumu Yayın İşlerine gönderilir.

Kurul kararları (**Mülga ibare: 01.08.2003-4971/25. Md.**)⁶⁷ (...) tarafların ticarî nitelikli sırlarını ifşa etmeyecek şekilde (**Değişik ibare: 17.09.2004-5234/29. Md.**)⁶⁸ *Kurum internet sayfasında* yayınlanır.

Sürelerin Başlama Tarihi

Madde 54- Rekabet Kurulu kararlarında süreler gerekçeli kararın taraflara tebliğ tarihinden itibaren başlar.

Kurul Kararlarına Karşı Yargı Yolu

⁶⁷ Bu fıkarda yer alan “kesinleştikten sonra” ibaresi kaldırılmıştır.

⁶⁸ Bu fıkarda yer alan “Resmi Gazetede” ibaresi değiştirilmiş ve metne işlenmiştir.

Madde 55- Kurulun nihaî kararlarına, tedbir kararlarına, para cezalarına ve süreli para cezalarına karşı kararın taraflara tebliğinden itibaren süresi içinde Danıştaya başvurulabilir. **(Değişik cümle: 01.08.2003-4971/25-D Md.)**⁶⁹ *Kurul kararlarına karşı yargı yoluna başvurulması kararların uygulanmasını ve para cezalarının takip ve tahsilini durdurmaz.*

(Değişik cümle: 01.08.2003-4971/25-D Md.)⁷⁰ *Para cezaları, Kurulun nihaî kararının ilgisine tebliğ edildiği tarihten itibaren (Değişik ibare: 17.09.2004-5234/29-c Md.)*⁷¹ *üç ay içinde ödenir. Kurulun para cezası veya süreli para cezası veren kararının yerine getirilmesi, 6183 sayılı Amme Alacaklarının Tahsil Usulü Hakkında Kanun hükümlerine tabidir.*

⁶⁹ Değiştirilen Cümlenin Eski Şekli: “Bu süre içinde yargı yoluna başvurulmazsa karar kesinleşir.

⁷⁰ Değiştirilen Cümlenin Eski Şekli: Para cezaları Kurulun kararı kesinleşmeden tahsil edilemez.

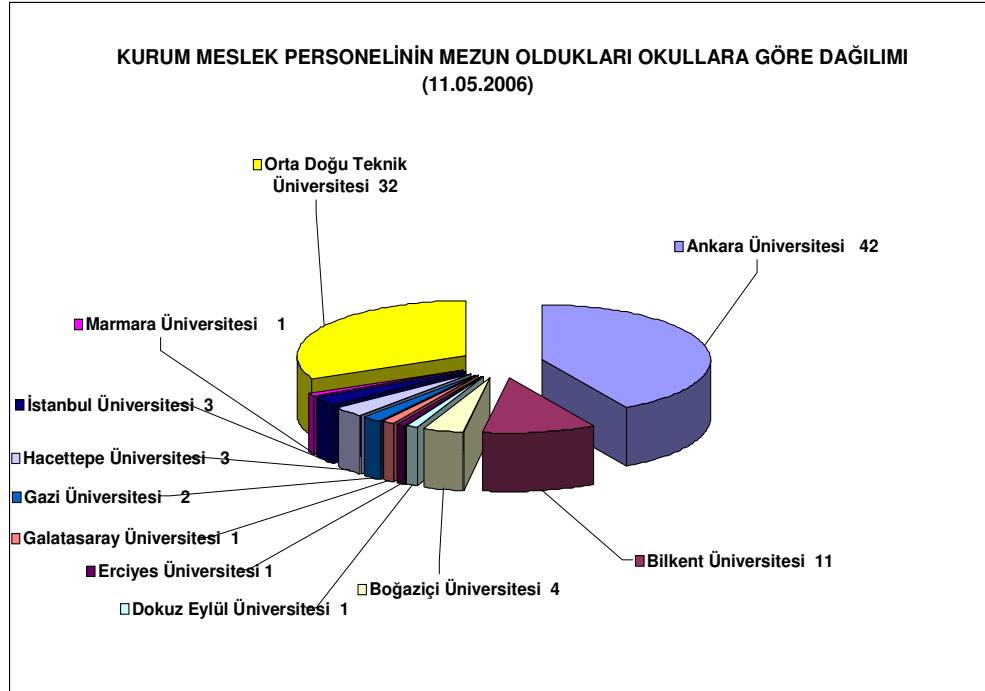
⁷¹ Cümlede yer alan “bir ay” ibaresi değiştirilmiş ve metne işlenmiştir.

Ek 2 : Rekabet Kurumu Meslek Personeli Seçim Süreci ve Eğitim Bilgileri

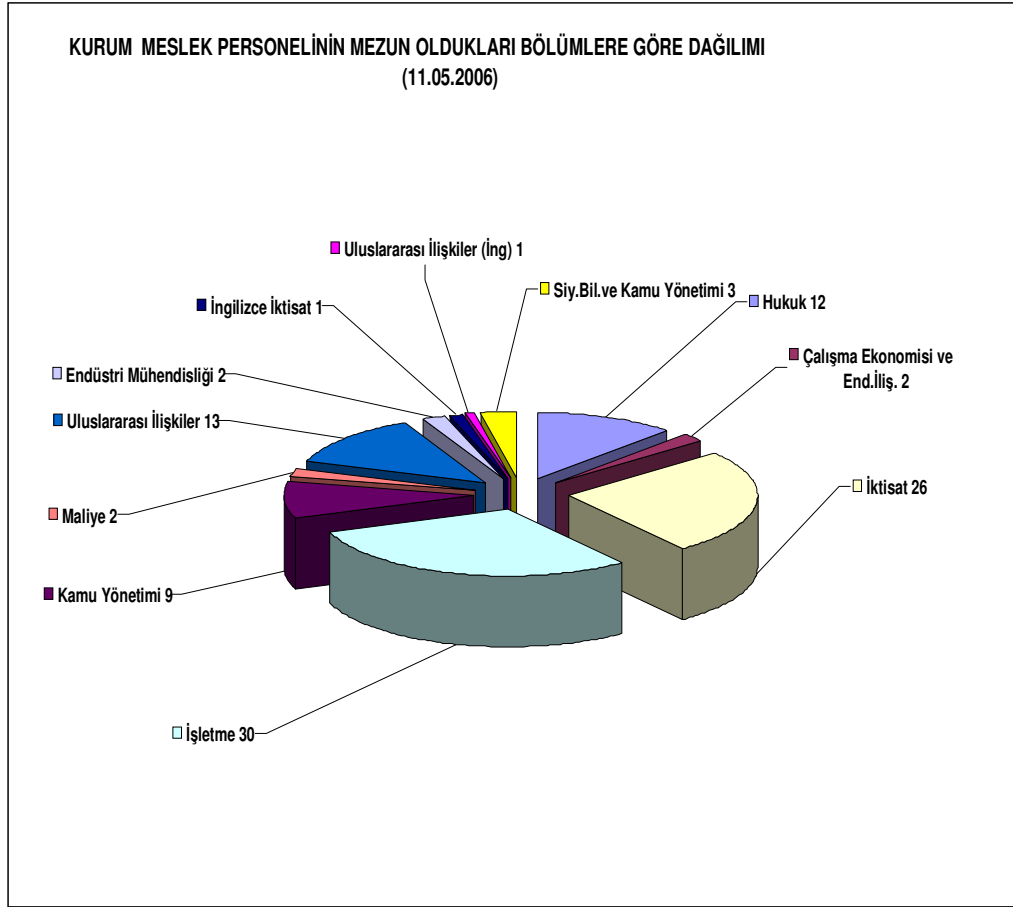
•Sınav Süreci

Yarışma Sınavı	Yabancı Dil Sınavı	Yazılı Bilim Sınavı	Sözlü Sınav
KPSS Genel Kültür Genel Yetenek Yabancı Dil	İngilizce Fransızca Almanca dillerinden biri	Hukuk İktisat İşletme Her bölümden en	Sınav Konuları & Kavrayış, Muhakeme Yeteneği, Genel

• Meslek Personelinin Mezun Oldukları Okullar



- Meslek Personelinin Mezun Oldukları Bölümler



ÖZGEÇMİŞ

Şaban ESEN, 4 Nisan 1969 Gümüşhane’de doğmuştur. 1990 yılında Uludağ Üniversitesi Balıkesir Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksek Okulu’ndan, 1997 yılında Uludağ Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Anabilim Dalı’ndan mezun olmuştur. Bir süre serbest ticaret ve Bursa Büyükşehir Belediyesi Basın ve Halkla İlişkiler Müdürlüğü’nde çalışan Esen, halen Zonguldak Karaelmas Üniversitesi, Bartın Meslek Yüksekokulu’nda Öğretim Görevlisi olarak görev yapmaktadır. Esen, evli ve 2 çocuk babasıdır.