

*Uzmanlık Tezleri Serisi No: 210*

# REKABET KURUMU

## REKABET HUKUKUNDA TÜKETİCİ REFAHI YAKLAŞIMI VE HESAPLAMA YÖNTEMLERİ

*İBRAHİM ŞAHİN*

# **REKABET HUKUKUNDA TÜKETİCİ REFAHI YAKLAŞIMI VE HESAPLAMA YÖNTEMLERİ**

*İBRAHİM ŞAHİN*

Ekim 2022

©Bu eserin tüm telif hakları  
Rekabet Kurumuna aittir. 2022

Baskı, Ekim 2022  
Rekabet Kurumu-ANKARA

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

Bu tez, Rekabet Kurumu Başkan Yardımcısı Ferhat TOPKAYA, Rekabet Kurumu Başkan Yardımcısı Dr. Faik Metin TİRYAKİ, Ekonomik Analiz ve Araştırmalar Dairesi Başkanı Şamil PİŞMAF, VI. Denetim ve Uygulama Dairesi Başkan Yardımcısı Vekili Hilal YILMAZ ve Dış İlişkiler ve Rekabet Savunuculuğu Dairesi Başkanı Zeynep MADAN'dan oluşan Tez Değerlendirme Heyeti tarafından 02.09.2021 tarihinde yürütülen Tez Savunma Toplantısı sonucunda yeterli ve başarılı kabul edilmiştir.

Tez yazarı İbrahim ŞAHİN, 08.11.2021 tarihinde yapılan yazılı ve 03.12.2021 tarihinde yapılan sözlü Yeterlik Sınavında başarılı olmuş ve Başkanlık Makamının 03.12.2021 tarih ve 35535 sayılı onayı ile Rekabet Uzmanı olarak atanmıştır.

YAYIN NO

394

*Bana her zaman destek olan eşime...*



## İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR..... iv

GİRİŞ ..... 1

### BÖLÜM 1

#### TÜKETİCİ REFAHI TEORİSİ

1.1. TÜKETİCİ REFAHININ İKTİSADİ TANIMI..... 4

1.2. REKABET HUKUKUNDA TÜKETİCİ REFAHI KAVRAMI ..... 5

1.3. TÜKETİCİ REFAHI VE TÜKETİCİ ARTIĞI ..... 9

### BÖLÜM 2

#### REKABET HUKUKUNDA TÜKETİCİ REFAHI YAKLAŞIMININ GELİŞİMİ

2.1. ABD YAKLAŞIMI ..... 14

2.2. AB YAKLAŞIMI ..... 18

2.3. TÜRKİYE YAKLAŞIMI ..... 25

### BÖLÜM 3

#### REKABET HUKUKUNDA TÜKETİCİ REFAHI HESAPLAMASI

3.1. TÜKETİCİ REFAHI HESAPLAMASINDA KULLANILAN  
VARSAYIMLAR VE İLKELER HAKKINDA BİLGİ..... 32

3.2. ABD'DE HESAPLAMA ..... 35

3.3. AB'DE HESAPLAMA ..... 37

3.4. BK'DE HESAPLAMA ..... 40

3.5. TÜRKİYE'DE HESAPLAMA ..... 41

### BÖLÜM 4

#### TÜKETİCİ REFAHININ HESAPLANMASINDA TÜRKİYE İÇİN ÇIKARIMLAR

4.1. CİRO ..... 46

4.2. FİYAT ARTIŞ ORANI ..... 47

4.2.1. Yatay Anlaşmalara Müdahale ile Artırılan Tüketici Refahı Hesaplamasında Kullanılan Fiyat Artış Oranı .....	48
4.2.2. Dikey Anlaşmalara Müdahale ile Artırılan Tüketici Refahı Hesaplamasında Kullanılan Fiyat Artış Oranı .....	51
4.2.3. Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Müdahale ile Artırılan Tüketici Refahı Hesaplamasında Kullanılan Fiyat Artış Oranı .....	53
4.2.4. Yoğunlaşmada İşlemine Müdahale ile Artırılan Tüketici Refahı Hesaplamasında Kullanılan Fiyat Artış Oranı .....	53
4.3. FİYAT ARTIŞ SÜRESİ.....	55
4.3.1. Yatay ve Dikey Anlaşmalara Müdahale ile Artırılan Tüketici Refahı Hesaplamasında Kullanılan Fiyat Artış Oranı .....	56
4.3.2. Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Müdahale ile Artırılan Tüketici Refahı Hesaplamasında Kullanılan Fiyat Artış Süresi .....	58
4.3.3. Yoğunlaşmada İşlemine Müdahale ile Artırılan Tüketici Refahı Hesaplamasında Kullanılan Fiyat Artış Süresi.....	59
4.4. DİĞER ÖNERİLER ve BÖLÜM DEĞERLENDİRMESİ.....	60
<b>SONUÇ</b> .....	62
<b>ABSTRACT</b> .....	65
<b>KAYNAKÇA</b> .....	66
<b>EKLER</b> .....	80
<b>Ek-1: ABD Tüketici Refahı Çalışmaları</b> .....	80
<b>Ek-2: UK Tüketici Refahı Çalışmaları</b> .....	81
<b>Ek-3: Türkiye Tüketici Refahı Çalışmaları</b> .....	81
<b>Ek-4: Tüketici Refahının Hesaplanmasında Oranlar ve Çalışmalar</b> .....	85
<b>Ek-5: 2014-2020 Döneminde 4. ve 6. Madde Kapsamında Değerlendirilen Dosyalarda İhlal Süreleri</b> .....	85
<b>TABLO DİZİNİ</b>	
<b>Tablo 1: ABD, BK ve Türkiye Fayda/Maliyet Oranları</b> .....	43

<b>Tablo 2:</b> Kartel Ortalama Fiyat Artışına Yönelik Çalışmalar.....	49
<b>Tablo 3:</b> Yatay Anlaşma Kararları Fiyat Artış Oranı.....	50
<b>Tablo 4:</b> 2014-2020 Yatay Anlaşma İhlal Süreleri .....	57
<b>Tablo 5:</b> 2014-2020 Dikey Anlaşma İhlal Süreleri .....	58
<b>Tablo 6:</b> 2014-2020 Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Kararlarında İhlal Süreleri .....	59
<b>Tablo 7:</b> Tüketici Refahı Hesaplamasında Kullanılabilecek Varsayım Bilgileri.....	61
<b>Tablo 8:</b> Sağlanan Tüketici Faydası ve Etkilenen Pazar Cirosu.....	80
<b>Tablo 9:</b> Sağlanan Tüketici Faydasının Etkilenen Pazar Ciroşuna Oranı .....	80
<b>Tablo 10:</b> CMA'nın İhlal Türüne Göre 2017-2020 Döneminde Sağladığı Fayda .....	81
<b>Tablo 11:</b> Muhafazakâr Senaryo İhlal Türüne Göre Fiyat Artış Oranı ve Süresi .....	81
<b>Tablo 12:</b> Muhafazakâr Senaryo Elde Edilen Fayda.....	81
<b>Tablo 13:</b> OECD Yaklaşımı İhlal Türüne Göre Fiyat Artış Oranı ve Süresi .....	82
<b>Tablo 14:</b> OECD Yaklaşımı Elde Edilen Fayda .....	82
<b>Tablo 15:</b> 2014-2020 Dönemi Kurum Müdahalelerinin Tüketiciye Sağladığı Toplam Fayda .....	82
<b>Tablo 16:</b> İhlal Türüne Göre Otoritelerin Hesaplamada Kullandığı Cirolar .....	83
<b>Tablo 17:</b> İhlal Türüne Göre Otoritelerin Hesaplamalarda Kullandığı Fiyat Artış Oranı.....	84
<b>Tablo 18:</b> İhlal Türüne Göre Kullanılan Fiyat Artış Süresi.....	84
<b>Tablo 19:</b> 2014-2020 4. ve 6. Madde Kurul Kararları.....	85
<b>ŞEKİL DİZİNİ</b>	
<b>Şekil 1:</b> Tüketici Artığı .....	10



## KISALTMALAR

- 2010/4 sayılı Tebliğ** : 2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ
- 1/2003 sayılı Tüzük** : Council Regulation (EC) No 1/2003 of 16 December 2002 on the implementation of the rules on competition laid down in Articles 81 and 82 of the Treaty
- 4054 sayılı Kanun** : 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun
- 4064/89 sayılı Birleşme Tüzüğü** : Teşebbüsler arası birleşmeleri düzenleyen mülga 4064/89 sayılı mülga Konsey Tüzüğü
- A.g.k.** : Adı geçen karar/kaynak
- AB** : Avrupa Birliği
- ABD** : Amerika Birleşik Devletleri
- ABİDA** : Avrupa Birliği'nin İşleyişine Dair Anlaşma
- ACM** : Hollanda Tüketicinin Korunması ve Rekabet Otoritesi (Authority for Consumer & Markets)
- AT** : Avrupa Topluluğu
- Beyaz Kitap** : Daha Etkin AB Birleşme Kontrolüne Doğru Beyaz Kitap
- Birleşme Tüzüğü** : 139/2004 sayılı Yoğunlaşmaların Kontrolü Hakkında Konsey Tüzüğü (European Community Merger Regulation)
- BK** : Birleşik Krallık
- bkz.** : Bakınız
- CMA** : Competition and Markets Authority (Birleşik Krallık Rekabet ve Tüketici Otoritesi)
- DOJ** : Department of Justice (Amerika Birleşik Devletleri Adalet Bakanlığı)
- EAGCP** : Economic Advisory Group on Competition Policy (Rekabet Politikasına İlişkin Ekonomik Danışmanlık Grubu)
- FTC** : Federal Trade Commission (Amerika Birleşik Devletleri Federal Ticaret Komisyonu)

<b>ICN</b>	: International Competition Network (Uluslararası Rekabet Ağı)
<b>Komisyon</b>	: Avrupa Komisyonu
<b>Kurul</b>	: Rekabet Kurulu
<b>Kurum</b>	: Rekabet Kurumu
<b>No</b>	: Number (Sayı)
<b>OECD</b>	: Organisation for Economic Co-operation and Development (Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü)
<b>OFT</b>	: Office of Fair Trading (Birleşik Krallık Adil Ticaret Ofisi)
<b>para.</b>	: Paragraf
<b>s.</b>	: Sayfa
<b>vb.</b>	: ve benzeri
<b>vd.</b>	: ve diğerleri
<b>Vol</b>	: Volume (cilt)



## GİRİŞ

Yıllar boyunca rekabet otoriteleri görevlerini icra ederken tüketici refahı kavramına büyük önem atfetmiştir (Whish ve Bailey 2012, 19). Birincil mevzuat düzenlemeleri kapsamında açık şekilde tüketici refahı amacı ve uygulamasına dair hükümler yer almamakla beraber, ikincil mevzuat düzenlemeleri ve kararlarda bu husus sık sık vurgulanmaktadır. Tüketici refahı hesaplaması ve buna ilişkin yaklaşımlar rekabet otoritelerinin ajandasını sıklıkla meşgul etmektedir. Nitekim rekabet otoritelerinin almış olduğu kararlar neticesinde meydana gelen tüketici refahı artışının hesaplanabilmesi, çıktı temelli etki analizi yaklaşımıyla mümkündür (ICN 2011).

Rekabet ihlallerine ilişkin yetkili otoritelerin müdahaleleri, piyasada vuku bulan ihlali ortadan kaldırmanın yanı sıra tüketiciye ekonomik bir fayda sağlamakta ve nihayetinde iktisadi kaynakların daha etkin bir biçimde tahsis edilebilmesine (*allocative efficiency*)<sup>1</sup> yardımcı olmaktadır. Bu bağlamda rekabet otoriteleri yürüttükleri çalışmaların tüketici refahını artırdığını kamuoyuna duyurmak adına “etki analizi raporları” yayımlamaktadır. Rekabet otoritelerinin “hesap verilebilirlik” ve “şeffaflık” ilkeleri çerçevesinde yürüttükleri bu çalışmalar, olduğu tahmin edilen tüketici refahındaki artışı hipotetik bir şekilde ortaya koyabilmektedir. Nitekim rekabet otoriteleri tarafından verilen kararların tüketici refahı üzerindeki etkisinin ölçülmesi yapılırken her bir müdahale için (kartele, hâkim durumun kötüye kullanılmasına, izin verilmeyen ya da koşullu izin verilen yoğunlaşma işlemine müdahale) farklı iktisadi yaklaşımlar mevcuttur.

Rekabet uygulamalarının tüketici refahı artışına katkısını ortaya koyan ilk çalışmalar Amerika Birleşik Devletleri (ABD) öncülüğünde, Federal Ticaret

---

<sup>1</sup> Bkz. Whish ve Bailey (2012, 19).

Komisyonu (FTC) ve ABD Adalet Bakanlığı (DOJ) tarafından yapılmıştır. Akabinde birçok ülke tüketici refahının hesaplanmasına yönelik çalışmalara önem vermiştir. Birleşik Krallık (BK) rekabet otoritesi Competition and Markets Authority (CMA), kural olarak tüketicilere sağlanan faydanın kurum harcamalarının en az beş katı kadar olması vizyonunu haizdir. Hollanda rekabet otoritesi Authority for Consumer & Markets (ACM) de benzer olarak 2005 yılından bu yana rekabete aykırı davranışlara müdahale ile artırılan tüketici faydasına yönelik hesaplamalar yapmaktadır. Avrupa Komisyonu (Komisyon) rekabet hukuku uygulamalarından elde edilen tüketici refahını 2008 yılı itibarıyla hesaplamaya başlamıştır. Türkiye’de ise Rekabet Kurumunun (Kurum) kuruluşunun 20. yılında düzenlenen sempozyumda, 2014-2016 yılları arasını kapsayan artırılan tüketici refahını gösteren, ilk etki analizi çalışması sunulmuştur. Dolayısıyla tüketici refahının hesaplanması; stratejik planların oluşturulması, kurumsal performansın ölçülmesi, kurumsal politikaların oluşturulması ve etkinlik değerlendirmesi gibi konularda değerli bir gösterge niteliğine sahip olmaya başlamıştır.

Ülkeler özelinde hesaplanabilir etki analizi çalışmaları içerik yönünden önemli ölçüde farklılaşabilmektedir. İlgili çalışmaların kıyaslanması ise kullanılan metodolojilerin farklılaştığı ölçüde güçleşmektedir. Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü (OECD), rekabet otoritelerinin tüketici refahı hesaplamasına katkı sağlamak adına yol gösterici çeşitli raporlar yayımlamıştır (OECD 2013, 2014). Tüketici refahı hesaplanmasında ciro, fiyat artış oranı ve fiyat artış süresi varsayımları kullanılmaktadır. Bu kapsamda varsayılan oranların doğru tespit edilmesi, ülkelerin kendi oranları ile yaptığı hesaplamaların karşılaştırılması, yapılan analizlerin ülkeler arası yakınsamalar ve farklılıklar ile birlikte değerlendirilmesi, önem arz etmektedir. Kurum’un 24 yıllık tecrübesi, oluşturduğu içtihat ve çalışmasını yaptığı etki analizi raporları kapsamında, rekabete aykırı davranışlar ve yoğunlaşma işlemlerine müdahaleden elde edilen tüketici faydasının hesaplanmasında yeterli yetkinliğine sahip olduğu düşünülmektedir. Kurumun etki analizi raporlarında kullandığı oranların uygun olup olmadığını ve kullanılabilecek farklı parametreleri belirlemek ise mevcut çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Çalışmanın amaçları doğrultusunda, ilk bölümde tüketici refahı kavramının iktisadi ve hukuki yönüne ilişkin kavramsal bir çerçeve çizilmektedir. İkinci bölümde, çalışma kapsamında ele alınan ülke uygulamaları temel alınarak tüketici refahı kavramına, tüketici refahının AT (Avrupa Topluluğu), AB (Avrupa Birliği) ve ABD mevzuatlarındaki yerine ve konuya ilişkin Türkiye’de benimsenen yaklaşıma değinilmektedir. Söz konusu bölümlerin alt başlıklarında tüketici refahının rekabet hukukundaki yeri hakkında bilgi verilmektedir. Bu çerçevede öncelikle ülke uygulamalarında tüketici refahına yapılan atıf, ikincil mevzuata yansımaları ve verilen otorite/mahkeme kararları ışığında incelenmektedir. Üçüncü bölümde çeşitli rekabet otoritelerinin, tüketici refahı hesaplamalarında faydalandığı yöntemler üzerinde durulmaktadır. Dördüncü bölümde, her bir ihlal türü için farklı ülke uygulamaları ışığında refah hesaplamasında kullanılacak ciro, fiyat artış oranı ve fiyat artış sürelerinin üzerinde durulmaktadır. Bu bölümde, Kurum özelinde ilgili hesaplamaların yapılması için uygulanabilecek temel ilkeler ve model örnekleri konusunda tavsiyelere de yer verilmektedir.

## BÖLÜM 1

# TÜKETİCİ REFAHI TEORİSİ

## 1.1. TÜKETİCİ REFAHININ İKTİSADİ TANIMI

Tüketici refahı kavramının daha net anlaşılabilmesi için öncelikli olarak tüketiciyi tanımlamak gerekmektedir. Tüketicinin, farklı mecralarda birçok değişik tanımı bulunmaktadır. Bu durum, tüketici refahının disiplinler arası bir kavram olmasından kaynaklanmaktadır. Dar anlamda tüketici, şahsi kullanımı için mal ve hizmet satın alan kişi anlamına gelmektedir. Alıcı ve satıcıların bir araya gelerek oluşturduğu ürün/mal piyasası, kaynak/faktör piyasası (*resource market*) ve varlık piyasasında (*assets market*) tüm aileleri kapsayan yapıya hanehalkı sektörü (*household sector*) denilmektedir. Geniş anlamda ise hanehalkı sektörünün üyeleri tüketicileri oluşturmaktadır (Ünsal 2014).

İktisadi modeller genellikle birden fazla değişkene bağlıdır, nadiren tek değişkenli fonksiyonlar içermektedir. Bir bireyin, mal veya hizmetin tüketilmesi faaliyetlerinden elde ettiği fayda buna örnek olarak gösterilebilir (Nicholson ve Snyder 2007, 165). Dolayısıyla tüketicilerin bağımsız olarak verdiği kararlar, piyasada faaliyet gösteren firmaların, ne üreteceği konusunda vereceği kararlar için temel teşkil eder. Tüketici nezdinde, elde edilen faydanın en üst noktaya çıkarılmasının belirleyicilerinden en önemli olan ikisi, üretilen ürünlerin fiyatı ve kalitesidir (Colander 2020, 61-63).

Hanehalkı üyelerinin dolayısıyla tüketicilerin vereceği kararlar ile temel amacı kendilerine azami fayda sağlayacak tüketim sepetine yönelmektir. Tüketici refahının birçok tanımı bulunmakla birlikte, literatürde genel kabul gören yaklaşıma aşağıda yer verilmiştir (Ünsal 2014, 179; Colander 2020, 417).

Rekabet Terimleri Sözlüğü'nde (Rekabet Kurumu 2019) tüketici refahı;

Tüketicilerin mal ve hizmetlerin tüketiminden elde ettikleri bireysel yararları ifade etmektedir. Bireysel refah teorik olarak bireylerin kendi tatminleri hakkında yaptıkları bireysel değerlendirmeler şeklinde tanımlanmaktadır. Bu nedenle de tüketici refahının tam olarak ölçülebilmesi için bireysel tercihlerin tam olarak bilinmesi gerekmektedir. Uygulamada ise tüketici refahını ölçmek için tüketici fazlası/artığı kavramı kullanılmaktadır.

şeklinde açıklanmaktadır.

Bütüncül bir yaklaşım olması açısından toplumsal refahı açıklamakta fayda bulunmaktadır. Rekabet hukuku uygulamasında toplumsal refah, (1) Tüketici tarafından elde edilen fayda ile üreticilerin elde ettiği kârların toplanması ve (2) sadece tüketici refahını kabul eden iki farklı yaklaşımla açıklanabilmektedir (Rekabet Kurumu 2019). Mezkûr iki yaklaşım arasında bazı farklılıklar bulunmaktadır. Bunlardan en önemlisi tüketicinin ön plana çıkarılıp çıkarılmaması hususunda ortaya çıkmaktadır. Nitekim ilk yaklaşımda üretici ve tüketici merkezli değerlendirme yapılmakta iken, diğesinde ise sadece tüketiciye odaklanan bir yaklaşım sergilenmektedir (Atıyas 2000, 29-34). Dolayısıyla toplumsal refahı artırmanın yegâne kaynağı ilkinde tüketici kabul edilirken, diğesinde mal ve hizmet piyasalarında ürün fiyatı düşmesine de, ölçek ekonomisinin getirisi olan maliyet düşüşleri ile toplumsal refah ele alınmaktadır. Bu noktada böyle bir ayırım rekabet otoritelerince tercih sebebi olmakla birlikte, yapılan tercihe göre rekabet politikasının uygulamaları şekillenmektedir.

Sonuç olarak, tüketici refahı iktisadi anlamda tüketilen mal ve hizmetten elde edilen faydayı ifade etmektedir. Toplam refah ise “sosyal devlet” kavramıyla beraber farklı anlamlarda kullanılsa da, genel olarak üretici ve tüketicinin refahının toplamını kapsamaktadır (Cseres 2007, 127). Bir sonraki başlıkta tüketici refahı kavramının rekabet hukukunda kullanım şekli ve tüketici daha geçiş bir perspektifte ele alınmaya çalışılacaktır.

## **1.2. REKABET HUKUKUNDA TÜKETİCİ REFAHI KAVRAMI**

Rekabet hukuku, serbest piyasa ekonomisinin düzgün bir şekilde işlemlerini sağlayarak üretim, dağıtım ve dinamik etkinlik sağlanmasına katkıda bulunur (Whish and Bailey 2012,4-5). Bu etkinlik kazanımları araştırma-geliştirme çalışmaları, fiyat, kalite, ürün ve hizmet çeşitliliği aracılığıyla tüketiciye fayda



sağlamaktadır. Rekabetin tesisi en nihayetinde tüketiciye fayda sağlıyor olsa da rekabet ve refah arasındaki bağlantı her zaman öngörülebilir olmayabilir (Kalbfleisch 2011, 108-109). Tüketici refahının, rekabet hukukunda kullanım sınırlarını görmek için bu kavramın literatürde taşıdığı anlamın somutlaştırılması gerekmektedir.

OECD sözlüğünde geniş anlamda yer verilen tüketici refahı ve unsurları aşağıda sunulmaktadır (OECD 1990):

Tüketici refahı mal ve hizmetlerin tüketiminden elde edilen bireysel faydayı ifade etmektedir. Teoride bireysel refah, kişinin geliri ile mal veya hizmetin fiyatı göz önüne alınarak memnuniyetine dair değerlendirmesi ile tanımlanmaktadır. Bu sebeple tüketicinin refahının ölçülmesi, bireysel tercihleri hakkında bilgi sahibi olunmasını gerektirmektedir. Uygulamalı refah ekonomisinde, tüketici refahını ölçmek için tüketici artığı kavramı kullanılmaktadır. Tüm tüketiciler üzerinden ölçülebilen tüketici rantı, tüketici refahının bir ölçüsüdür. Anti-tröst/rekabet hukuku uygulamalarında, bazıları hedefin tüketicilerin rantını maksimize etmek olduğunu savunurken, diğerleri tarafından üretici faydalarının da hesaba katılması gerektiği savunulmaktadır.

Rekabet politikası, temel amaçları olan rekabetin tesis edilmesi ve rekabeti kısıtlayabilecek durumlara müdahale edilmesi sonucunda, tüketici refahının artırılmasına katkı sağlamaktadır. Rekabetin tesis edildiği bir piyasada artan ürün çeşitliliği ve yeniliğin doğal bir sonucu olarak, tüketicinin daha düşük fiyatla ürüne ulaşması ve bunun yanında makro ölçekte ekonomik büyümenin desteklenmesi beklenmektedir (OECD 2020, 3). Zira rekabetin tesis edilebildiği güçlü piyasa ortamında, firmaların satışını yaptığı mal ve hizmetler için ürün fiyatını düşürme, ürün çeşitliliği artırma ve inovasyona daha fazla önem verme eğiliminde olması beklenmektedir. Bu durum beraberinde, toplum ve tüketiciler için refah kazanımı getirecektir (Kalbfleisch 2011, 112).

Tüketici refahı kavramının uygulayıcılar tarafından farklı anlamlarda kullanılması sebebiyle, tüketicinin korunması ve tüketici refahı kavramları iç içe girebilmektedir. Rekabet hukuku, piyasada rekabetin tesis edilmesiyle tüketicilere fazla sayıda seçenek sunarken, tüketicinin korunması ise bu seçimler yapılırken sağlıklı bir tercih yapılması sürecini sağlamaktadır (Kovacic 2007; OECD 2008). Bu doğrultuda rekabet ihlallerinde ve yoğunlaşma<sup>2</sup> işlemlerinde,

---

<sup>2</sup> Çalışma kapsamında yoğunlaşma işlemi, birleşme ve devralma işlemlerini kapsayacak şekilde kullanılacaktır.

tüketici kavramına ilişkin bazı tartışmalar bulunmaktadır. Komisyon<sup>3</sup> tüketiciyi mal veya hizmetin üretiminden tüketimine kadarki süreçte yer alan tüm müşteri grupları şeklinde tanımlamaktayken, tüketici kavramının bu tanımdan daha geniş kapsamlı yorumlanması gerektiğine dair görüşler de bulunmaktadır (Akman 2010, 323). Rekabet ihlali dosyalarının değerlendirilmesinde tüketici kavramı, tedarik zincirinin her bir elemanını, doğrudan ve dolaylı tüm müşterileri kapsayan geniş anlamda kullanılmaktadır (Majumdar ve Williams 2020). Nitekim rekabet hukukunda tüketici refahından bahsedildiğinde tüketicinin korunmasından ziyade ürün veya hizmetin niteliği, kalitesi ve çeşitliliğinde meydana gelen gelişmeler sonucunda oluşan tüketici artığından bahsedilmektedir. Tüketici refahı yaklaşımının kısa dönemdeki fiyat etkileri haricinde, uzun dönemdeki fiyat dışı etkileri de (inovasyon, tercihlerin sayısı vb.) dikkate alması gerektiği yönünde birçok karar bulunmaktadır (Kalbfleisch 2011, 112).

Rekabet politikası analizinde piyasa koşullarındaki değişikliklerin rekabete olan etkileri ve dolayısıyla, ekonomik etkinlik ve tüketici refahı üzerindeki olası sonuçları incelenmektedir. OECD ülkelerinde ortak olarak uygulanan düzenleyici politikaların temel amaçları içerisinde: “pazara girişleri teşvik etme, inovasyoncu ve rekabetçi yapı oluşturarak ekonomik büyüme ve tüketici faydasını artırma” hususları yer almaktadır (OECD 2011). İktisadi yaklaşım çerçevesinde tam rekabeti engelleyen koşullar ile sürekli değişim içerisinde bulunan piyasalardaki sapmalar olarak nitelendirilebilecek “piyasa aksaklıkları”, rekabet kurallarının tesis edilmesiyle giderilmeye çalışılır (Fıratoğlu 2007, 1-6). Rekabetin tesis edilemediği piyasalarda firmalar, pazar gücünü kullanarak fiyatı marjinal maliyetinin üzerinde tutarak tam rekabetçi fiyatın üzerinde fiyatlama yapmaktadır. Bu durum tüketici refahının ençoklaştırılmasının yerine firmanın kârını azami seviyeye çıkarmasına sebep olacak ve dolayısıyla etkin kullanılmayan kaynaklar nedeniyle refah kaybı ortaya çıkacaktır (Erbayat 2019, 164). İşte bu tüketici refahının artırılması hedefinin, hukuki düzenlemelere bağlı olarak adalet, ekonomik bağımlılık, pazar payı dağılımı ve ulusal şampiyonların desteklenmesi konuları ile bütünleşmesi gerekmektedir (ICN 2011, 17).

---

<sup>3</sup> European Commission Communication, Guidelines on the application of article 81(3) of the Treaty [currently Article 101(3) TFEU] [2004] OJ C 101/97.

Piyasalarda rekabetin azalması sonucu ortaya çıkan fiyat artışları ve ürün seçim hakkının azalması, tüketici refahının azalmasında rol oynayan temel etkenler olarak sayılabilir. Piyasa etkinliğinin sağlanması ile tüketici refahı üzerinde doğrudan ve/veya dolaylı olarak etki eden rekabete aykırı davranışların önlenmesi adına gerekli düzenleme ve denetimlerin yapılması yetkisi rekabet otoritelerine tanınmaktadır. Rekabete aykırı davranışlara müdahale ile refah kazanımının nicel verilerle gösterilmesi, rekabet otoritelerinin etkinliği açısından önem teşkil etmektedir (Altundal 2017, 1-5). Rekabetçi ortamın tesis edilmesinde müdahale aracıyla sağlanan caydırıcılık etkisi de tüketici refahına katkı sağlamaktadır. Öte yandan rekabet ortamı genelde firmaların risk alma inisiyatiflerini arttırarak refah üzerinde olumlu etki yaratmaktadır (Allen ve Gale 2004). Örneğin, bankacılık sektöründe rekabetin artmasıyla mevduat faizlerinin düştüğü, kredi standartlarının arttığı ve kredi faizlerinin düştüğü gözlemlenmiştir. Bankaların aralarında rekabet etme güdüsü sürü etkisi (*herding effect*) oluşturacak, bunun sektöre yayılması ile kredi faiz oranlarında, mevduat oranlarında, kredi değerlendirmelerinde ve kredi türlerindeki farklılık ile tüketici refahına etki edecektir (Marinc 2008).

Tüketici refahı ülke politikalarının belirlemede önemli bir araçtır. OECD (2002, 44)'ye göre;

...Devlet politikalarının uygulanmasında farklı kaynaklar kullanılarak tercihlerin yapıldığına yönelik bir görüş mevcuttur. Buna rağmen, kanun düzenlemeleri ve politika hedeflerinin amacının tüketici refahını azami seviyeye çıkarmak olduğu sıkça vurgulanan ve kabul gören bir hal almıştır.

Dolayısıyla kamu kurumlarının etkinliklerinin ve etkilerinin ölçülmesi, topluma sağlanan kazancın nicel hesaplamalar ile ortaya koyulması kurumların hesap verilebilirliği açısından önem arz etmekle birlikte kamuoyu nezdinde kurumların etkinliğinin takip edilmesi bakımından da mühim bir unsur olacaktır (Curristine vd. 2007, 18-25). Bu yönüyle bakıldığında, rekabet otoritelerinin piyasaya yaptığı müdahalelerin etkilerinin ortaya konulması, bir diğer ifadeyle nitel ve nicel hesaplamalar yoluyla tüketici refahının yapılan katkının gösterilmesi giderek daha çok önem kazanmaktadır (Crandall ve Winston 2003, 3). Zira tüketici faydasının hesaplanması kanun yapıcı, politikacılar ve halk için şeffaflık ve hesap verilebilirlik anlamında gösterge niteliği taşımaktadır (ICN 2011, 4-6). Ancak rekabet uygulamaları sonucunda artırılan tüketici refahının ölçümü beraberinde

bazı sınamaları da getirmektedir. Bu kapsamda yol gösterici olması bakımından ICN tarafından 2011 yılında Hollanda’da düzenlenen “Rekabet Uygulaması ve Tüketici Refahı” konulu toplantı için hazırlanan tartışma metninde, rekabet uygulamaları ile tüketici refahı konusu ele alınmıştır. Anılan metinde, tüketici faydasının bireysel ve toplu seviyede ölçülüp ölçülemeyeceği sorununa ilişkin 52 rekabet otoritesinden 33’ü hesaplamanın mümkün olduğunu belirtmekte; bu 33 otoriteden 20’sinin nitel ve nicel hesaplama yaptığı beyan edilmektedir. Bu soruya cevap veren katılımcıların çoğu tüketici üzerinde meydana gelen zararın hesaplanması/ölçülmesi yönteminin mahkemeler tarafından dikkate alınmadığını vurgulamıştır.

Yukarıda yer verilen bilgiler ışığında tüketici rantı ve tüketici refahı kavramının iç içe geçen kavramlar olması sebebiyle, iki kavram arasındaki bağa değinilecektir.

### 1.3. TÜKETİCİ REFAHI VE TÜKETİCİ ARTIĞI

Toplam refah veya toplam fazla (*total surplus*) ölçütleri, refah ölçüm yönteminin bir unsuru olarak kullanılabilirlerse de uygulamada bazı problemlerle karşılaşılabilir. Tüketici refahı, toplam refahtan farklı olarak üretici kârını dikkate almamaktadır. Toplam fayda, üretici kârı/fazlasındaki artışın, tüketici faydası/fazlasından yüksek olduğu durumda artış gösterebilecektir (Albaek 2013, 71).

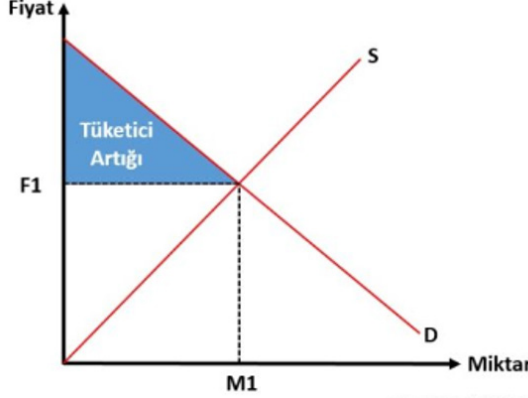
Tüketici refahının kantitatif hesaplaması sürecinde, tüketici rantı yüksek öneme sahiptir (Hovenkamp 2020, 1).

Belirli mal ve hizmetin tüketiminden elde edilen faydayı tüketici özelinde belirlemek veya hesaplamak oldukça güçtür. Bu güçlük ise tüketicilerin bu mal veya hizmet için ne kadar ödeme yapmaya istekli olduğunun belirlenmesi ile belli ölçüde aşılabilecektir. Dolayısıyla bir anlamda tüketici artığı kullanılarak, tüketici refahına ulaşılmaya çalışılır.

Uygulamada tüketici refahının hesaplanmasında tüketici artığı kavramının ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. OECD sözlüğünde yer alan tüketici artığı kavramına aşağıda yer verilmiştir (OECD 1990):

Tüketici refahının bir ölçüsüdür ve ürüne fiilen ödenen fiyat üzerinden sosyal değerlemesinin fazlası anlamına gelmektedir. Bir talep eğrisinin altındaki ve gözlemlenen fiyat üzerindeki bir üçgenin alanı olarak tanımlanır.

Şekil 1: Tüketici Artığı



Şekil 1'den de görüleceği üzere tüketici artığı, belirli bir mal veya hizmet için ödenmeye razı olunan fiyat ile fiili fiyat arasındaki farkı ifade etmektedir (Colander 2020). Refah analizinde çoğu zaman, *ex-ante* (öncül) çıkarımlardan öte mevcut koşulları dikkate alması bakımından durağan bir analiz olan *ex-post* (*ardıl*) yöntem tercih edilmektedir. Diğer yandan rekabet hukuku uygulamalarında, tüketici refahındaki kaybın öncelikli olarak fiyatta meydana gelen artış (*price effect*) sebebiyle ardından ise fiyat artışı sonrası tüketicinin kalite olarak düşük mal ve hizmetlere yönelmesi (*income effect*) nedeniyle refah kaybının ortaya çıktığı varsayılır. Nitekim fiyatlardaki artış sebebiyle tüketicinin alım gücünde bir azalma meydana geldiği/geleceği varsayılmaktadır. Böylece teoride tüketici refahının ençoklaştırması vurgusu yapılmakta iken, uygulamada fiyattaki azalmanın tüketici rantında yaratacağı etki ile tüketiciye sağladığı fayda dikkate alınmaktadır (Daskolava 2015).

Fiyat etkisi bağlamında değerlendirildiğinde, fiyat artışı sebebiyle tüketici artığı kaybı; (i) fiyat artışı sebebiyle azalan tüketim miktarı, (ii) fiyat artışına rağmen aynı tüketim miktarına devam etme durumlarından biri veya ikisiyle birlikte meydana gelmektedir. Özellikle ikinci durumda, fiyat artışı nedeniyle aynı miktarda tüketmeye devam eden tüketici için zarar hesabı, kartel dönemindeki fiyat

ile olağan dönemdeki fiyat farkının alınıp miktar ile çarpılmasıyla yapılmaktadır (Hovenkamp 2018, 89-93). Öyle ki tüketici refahının fiyat etkisi haricinde “ürün kalitesi, ürün çeşitliliği ve inovasyon vb.” unsurları da içine alan ve sadece fiyat etkisini ortaya koyan tüketici artığından daha geniş bir çalışma alanı olduğunu vurgulamak gerekir (Bayraktar ve Kaya 2016, 93-94).

Yukarıda yer alan açıklamalardan, tüketici refahı ile tüketici artığı kavramının iç içe geçen unsurlara sahip olduğu anlaşılmaktadır. Tüketici refahında meydana gelen değişimler özellikle fiyat etkisinden kaynaklanmaktadır. Fiyat etkisinin yanında ürün tercihlerinin değişmesi, inovasyon, kalite vb. unsurlar da tüketici refahını etkilemektedir. Tüketici refahı hesaplamalarında temel alınan fiyat etkisine ve hesaplamalarda kullanılan varsayımlara üçüncü bölümde değinilmektedir. Bir sonraki bölümde, rekabet hukukunda tüketici refahı yaklaşımının otoriteler için önem arz ettiğini ve farklı ülke uygulamalarında yerini göstermek bakımından; rekabet hukukunda tüketici refahı yaklaşımı AB, ABD ve Türkiye uygulamaları bakımından ele alınacaktır.

## BÖLÜM 2

# REKABET HUKUKUNDA TÜKETİCİ REFAHI YAKLAŞIMININ GELİŞİMİ

İktisadi gücün tek elde toplanması veya bu gücün yoğunlaşmasıyla ortaya çıkan problemleri çözmek için çıkarılan öncül modern rekabet hukuku düzenlemesi 1891’de kabul edilen Sherman Yasasıdır<sup>4</sup> (Ata 2009, 3). AB’de ise 1957’de imzalanan Roma anlaşmasının 85. ve 86. maddeleriyle rekabet hukuku düzenlemeleri yapılmıştır. İlgili maddeler ilk olarak Amsterdam Anlaşması’nın 81. ve 82. madde kapsamında düzenlenmiş, en nihayetinde Avrupa Birliği’nin İşleyişine Dair Anlaşma (ABİDA)’da 101. ve 102. maddelerinde yer almıştır (Askola 2012, 29). İlgili mevzuat düzenlemeleri rekabetin tesis edilmesi, küçük firmaların korunması, yüksek fiyatın engellenmesi vb. amaçlara hizmet etmekle birlikte, tüketici refahını sağlama yaklaşımıyla iç içe geçmektedir.

Tüketici refahı yaklaşımı birbirinden farklı ama önemli iki amaca hizmet etmektedir. Birincisi, rekabet hukuku uygulamaları iktisadi araçları kullanarak karmaşık niteliğe sahip olan politik ve sosyal hedefleri ayrıştırmaktadır. İkincisi, belirli parametreleri gözeterek analiz yapılmasına yardımcı olmaktadır. Örneğin; menfi tespit/muafiyet verilmesine ilişkin bir dosyada, tüketici refahının sağlanıp sağlanmadığı hususu bu göstergeler yoluyla test edilmektedir. 1900’lerin başından bu yana iktisatçılar tüketici refahını; fayda, haz, tatmin, memnuniyet, menfaat, tüketici artığı, istek, ihtiyaç vb. bireye haz ve mutluluk sağlayan ifadelerle tanımlamıştır. Dünya genelinde rekabet hukuku uygulamaları; rekabetin tesis edilmesi, dinamik rekabet, inovasyon, kalite ve çeşitliliğin artırılması ekseninde ele alınmaktadır (Melamed ve Petit 2018). Söz konusu unsurlar bir şekilde tüketici refahına etki etmektedir.

---

<sup>4</sup> Sherman Act (02.07.1890), 15 U.S.C. §§1–7.

Komisyon Rekabet Genel Müdürü Johannes Laitenberger (2020)'in:

Daha da küreselleşen bir ekonomiyle birlikte Avrupa Ekonomi Alanı ve rekabet kuralları gelecekte daha da önem kazanacaktır. Globalleşen yapıyla birlikte vakaların uluslararası eksene nüfuz ededen bir boyuta ulaşması beklenmektedir. Üye ülke işbirlikleri de AB'deki tüketicilerin faydasını ele almaya yardım edecektir.

ifadesinden<sup>5</sup> anlaşılacağı üzere AB düzeyinde entegrasyonun sağlanması ve rekabetin tesis edilmesi yoluyla tüketici faydasını ençoklaştırma amaçlanmaktadır. Hedeflenen sonuca ulaşmak için etkin rekabet politikasının uygulanması sürecinde, AB bazı sınamalar ile karşılaşsa da, süreç sonunda önemli birikimler elde etmiştir. Söz konusu birikimlerin temel kaynağı mahkeme kararları ve çeşitli iktisat okullarıdır. Önerilen bu hususlar Komisyon yetkililerince sık sık dile getirilmekte, tüketici refahına dikkat çekilmektedir. Johannes Laitenberger başka bir konuşmasında<sup>6</sup>:

Rekabet otoriteleri tüketici zararı yaratan birleşme-devralmalara izin verilmemesinde çekingen davranmamalıdır. Bu gücü göstermeye yetecek kadara araca da sahibiz.

diyerek tüketici refahına zarar verebilecek yoğunlaşma işlemlerine müdahalede, rekabet politikası araçlarının etkin şekilde kullanılması gerekliliğine işaret etmiştir. Komisyon'a benzer şekilde FTC'nin yetkilileri, birçok konferans ve bildiri konuşmasında rekabetçi sürecin tüketici refahına katkı sağlayacağını dile getirmiştir. FTC üyesi Noah Joshua Philips (2019, 2);

Rekabetin tesis edildiği piyasalarda faaliyette bulunan teşebbüsler düşük fiyat, kaliteli hizmet ve inovasyon unsurlarıyla tüketiciye fayda sağlamaktadır.

diyerek rekabetçi sürecin kazanımlarına değinmiştir<sup>7</sup>. Öyle ki tüketici refahı kavramı rekabet hukukunun merkezinde yer almış ve refah yaklaşımı hususunda mevzuat düzenlemelerine ve kararlara etki etmiştir (UNCTAD 2014, 2-5). İlerleyen başlıklarda rekabet hukuku politikasının amacının belirlenmesinde tüketici refahının önemi ABD, AB ve Türkiye yaklaşımı incelenecektir.

---

<sup>5</sup> Konuşması için bkz. "Competition and Consumers", [https://ec.europa.eu/competition/speeches/text/sp2019\\_08\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/speeches/text/sp2019_08_en.pdf), Erişim Tarihi: 10.12.2020.

<sup>6</sup> Konuşması için bkz. "Tackling the issues that matter to consumers (speech delivered on behalf of Commissioner Vestager)", [https://ec.europa.eu/competition/speeches/text/sp2016\\_12\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/speeches/text/sp2016_12_en.pdf), Erişim Tarihi: 10.12.2020.

<sup>7</sup> Daha fazla konuşma için bkz. <https://www.ftc.gov/news-events/speeches>, Erişim Tarihi: 02.03.2021.



## 2.1. ABD YAKLAŞIMI

ABD’de antitröst uygulaması FTC ve DOJ tarafından icra edilmektedir. Sherman Yasası’nın birinci bölümü, yabancılar arasında yahut yabancı devletlerle ticareti kısıtlayan, tröst veya başka şekildeki anlaşmaları yasaklamaktadır. Eyaletler arasında yahut yabancı devletlerle ticari tekelleşmeye teşebbüsü yasaklaması hususu ise ikinci bölümde düzenlenmiştir (Ilıcak 2003, 47).

Sherman Yasası kanun tekniği açısından incelendiğinde iktisadi kavramlara detaylı şekilde yer vermekte ve uygulayıcılara geniş bir hareket alanı tanımaktadır. Bu iktisadi kavramların yorumlanmasında iktisat okullarının da etkisi olmuştur. Özellikle 1950 sonrası dönemde rekabet hukuku alanında çalışmaları bulunan Harvard Okulu, teşebbüs davranışlarının piyasa yapısı ile fiyatın temelini oluşturduğu (*structure-conduct-performance*) görüşü ile gündeme gelmiştir. Söz konusu yaklaşım, içeriğinde doğrudan tüketici refahına katkı sağlama unsurunu barındırmamakla beraber, geniş olarak tanımlanacak rekabet hukuku amacının yanlış müdahalelere de neden olacağı temelinde, doğrudan müdahale yanlısı tavrı sergilememektedir (Akman 2012, 27). Kovacic (2007)’e göre Chicago Okulu ile Harvard Okulu arasında tamamen farklı görüşler bulunmamaktadır.

Sherman Yasası’nın uygulamaya koyulması sonrasında mahkemeler ne tür davranışların yasaklanması gerektiğine dair karar vermede güçlük çekmiştir. Mahkemelerin yasaklayıcı davranışın unsurlarını açıklaması ve yorumlaması gerekmiştir. Mahkemelerin karşılaştığı en büyük engellerden birisi, tekel gücünün yasaya aykırı şekilde kurulduğunu ve kötüye kullanıldığını tespit etmektir. Tekel ve tekel gücü tanımlarına ilişkin belirsizliğin bulunması mahkemelerin yüksek tekel gücüne sahip firmaların yoğunlaşma işlemlerine müdahale etme kabiliyetlerini kısıtlamıştır. ABD Yüksek Mahkemesi’nin 1911 *Standard Oil* davası<sup>8</sup> yüksek pazar payının tekel gücünün parametresi olarak kabul edildiği ilk kararlardan biridir (Mudde 2010, 9; Kovacic ve Shapiro 2000, 45).

Sherman Yasası yüksek fiyatların engellenmesi ve küçük firmaların korunması temeli üzerinde inşa edilmiştir. Dolayısıyla yüksek fiyatın engellenmesi ve küçük firmaların korunması aracı, tüketici refahı ile doğrudan ilişkili kavramlar değildir. Kongre tarafından, mahkemelerin Sherman Yasası’nı dar yahut geniş yorumlaması ihtimalinden kaçınmak amacıyla, Clayton-Yasası (1914) ve Robinson-Patman

<sup>8</sup> Standard Oil Co. Of New Jersey v. U.S.,221 US 1 (1911).

Yasası (1936) uygulamaya koyulmuştur. Bu iki düzenlemenin ortak noktası ise yüksek fiyatın engellenmesinden ziyade küçük firmaların korunmasını hedeflemesidir (Hovenkamp 2017, 3). İlgili hükümlerden de anlaşılacağı üzere doğrudan bir tüketici refahı vurgusu yapılmamıştır (Crandall ve Winston 2003, 4).

Mevzuatın uygulanmaya başlamasından sonra, uygulama alanının *Standard Oil* kararıyla nispeten netleşmesi, FTC'nin kurulması ve Clayton Yasası'nın uygulamaya koyulması ile daha belirgin adımlar atılması beklense de 1915'ten 1930'ların ortasına kadar olan dönem, rekabetin tesis edilmesinin askıya alındığı bir dönemdir (Kovacic ve Shapiro 2000, 46). Bu dönemin rekabet politikası uygulamasında genel olarak, mahkemelerin teşebbüslerin pazar payını piyasa gücü olarak kabul ettiği ve teşebbüslerin davranışlarının tüketici refahından bağımsız bir şekilde ele alındığı görülmektedir. Aksi bir görüşü savunan Bork (1966, 11)'a göre Kongre, Sherman Yasası ile üç temel hareketi yasaklamaya çalışmaktadır: kartel anlaşması, tekelci yoğunlaşmalar ve yıkıcı fiiller. Bork, tekelci yoğunlaşma ve yıkıcı fiillerin tüketici refahıyla ilişkili olduğunu, özellikle kartel anlaşmaları için kullanılan *per se* yaklaşımının tartışmasız bir şekilde doğrudan tüketici refahının korunmasıyla açıklanabileceğini belirtmiştir. Dolayısıyla, Sherman Yasası'nın uygulanmasında tüketici refahının artırılmasının amaçlandığını söylemektedir.

*Rule of reason* yaklaşımı ile makuliyet (*reason*) kavramının benimsenmeye başlandığı ilk kararlardan<sup>9</sup> sonra ihlal değerlendirmeleri ABD uygulamasında daha çok tüketici refahı ağırlıklı ilerlemiştir. ABD Yüksek Mahkemesinin daha çok ekonomik gerekçeler üzerinde duran yaklaşımı kararlara<sup>10</sup> da yansımıştır. Rekabetçi etkinin bütüncül olarak değerlendirilmesi için Rakipler Arası İşbirlikleri İçin Antitröst Kılavuzunda<sup>11</sup> FTC ve DOJ'nin ihlal tespitini yapmasında davranış sonucu sağlanan etkinliklerin (*procompetitive benefits*)<sup>12</sup> tüketicinin

---

<sup>9</sup> U.S. v. Trans-Missouri Freight Ass'n, 166 U.S. 290 (1897); Standard Oil Co. Of New Jersey v. U.S., 221 US 1 (1911); Chicago Board of Trade v. U.S. 246, (1918).

<sup>10</sup> FTC v. Indiana Federation of Dentists 476 U.S. 447 (1986), National Society of Professional Engineers v. United States.435 U.S. 679 (1978).

<sup>11</sup> "Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors", [https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public\\_events/joint-venture-hearings-antitrust-guidelines-collaboration-among-competitors/ftcdojguidelines-2.pdf](https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/public_events/joint-venture-hearings-antitrust-guidelines-collaboration-among-competitors/ftcdojguidelines-2.pdf), Erişim Tarihi: 03.01.2021, s. 25.

<sup>12</sup> Rekabetin getirdiği faydaların değerlendirilmesi tüketicilere sağlanan fayda da dikkate alınarak fiyat, miktar ve yenilik kavramları üzerinden yapılmaktadır. Rakipler Arası İşbirlikleri İçin Antitröst Kılavuzu, A.g.k s.6.

refahına vereceği zararın göz önünde bulundurularak incelenmesi gerektiği belirtilmektedir<sup>13</sup>.

Kovacic ve Shapiro (2000)'a göre 1930'ların ortasından 1970'lerin başına kadarki dönemde ABD Yüksek Mahkemesi kararlarında benimsenen piyasa yapısı ile *per se* yasaklık yaklaşımı, Chicago Okulu tarafından eleştirilerek, piyasanın kendi kendini düzeltebilme yeteneğini haiz olduğu savunulmuştur (Özdemir 2015, 5). Söz konusu yaklaşımlar Chicago Sonrası Okul tarafından, etki temelli iktisadi yaklaşımların benimsenmesinin yolunu açmıştır (Fox ve Sullivan 1987). Chicago Sonrası Okulunun daha iktisadi bir yaklaşım benimsemesiyle beraber, kötüye kullanma bağlamında yapılan ihlal değerlendirmelerinde, teşebbüsler ve rekabetçi sürece verilen zararın yanında tüketicilerin refahına olan etkisi de bu kapsamda değerlendirilmiştir<sup>14</sup>.

Sherman Yasası'nın ikinci bölümü, rekabete aykırı fiilin tüketiciye vereceği zararların ve olası etkilerinin değerlendirilmesinde birçok karara konu olmuştur. Örnek vermek gerekirse, *Aspen*<sup>15</sup> ve *Verizon Communication*<sup>16</sup> kararlarında uygulanan dışlayıcı uygulamaların tespitinde kullanılan anti rekabetçi niyete odaklanan kârdan feda testi (*Profit-Sacrifice Test*) analizi yapılmakla birlikte dışlayıcı uygulamaların tüketici refahına olan etkilerine de değinilmiştir. Özellikle *Aspen* kararında, dışlanan firmalar özelinde meydana gelen zarardan ziyade, tüketici nezdinde meydana gelen refah kaybı dikkate alınmıştır. Yine benzer olarak dışlayıcı davranış ile elde edilen etkinlik kazanımlarının, tüketici refahına verilen zararı telafi edip etmediğine yönelik analiz<sup>17</sup> *Microsof II* kararında<sup>18</sup> görülmektedir.

Areeda ve Hovenkamp (2002, 72) dışlayıcı davranışların tüketici refahına zarar verdiğini, tüketici refahını artıran bir durum varsa da zorunlu unsur doktrini kapsamında teşebbüsün faydalanamayacağını belirtmektedir. *Verizon Communication* davasının üst mahkemece değerlendirilmesi gerektiğine dair

---

<sup>13</sup> A.g.k. s.25.

<sup>14</sup> ABD Yüksek Mahkeme Brooke Kararı- Brooke Group Ltd. v. Brown & Williamson Tobacco Corp., 509 U.S. 209 (1993).

<sup>15</sup> Aspen Skiing Co. v. Aspen Highland Skiing Corp., 472 U.S. 585 (1985).

<sup>16</sup> Verizon Communications, Inc. v. Law Offices of Curtis V. Trinko, LLP, 540 U.S.398 (2004).

<sup>17</sup> Karar kapsamında net etki testi (*Balancing Test*) kullanılmıştır.

<sup>18</sup> United States v. Microsoft Corp., 253 F.3d 34 (D.C. Cir. 2001).

DOJ görüşü<sup>19</sup>, tüketici refahını referans kabul eden bir yaklaşımla dışlayıcı uygulamanın rekabeti kısıtlayıcı etkileri ile beraber tüketici refahına sağladığı katkı ve rakiplerin pazar dışına itilmesiyle elde edilen iktisadi faydalar kıyaslanarak değerlendirilmesi yönündedir<sup>20</sup>.

Öte yandan ABD’de tüketici refahını önemli ölçüde azaltan yoğunlaşmalar piyasa yapısı açısından ayrı bir öneme sahiptir. Dolayısıyla yoğunlaşma işlemi sonrasında sağlanacak etkinliklerin tüketici refahına katkısı işlemin özü itibarıyla önem kazanmaktadır. ABD Yatay Yoğunlaşma Rehberi’nin<sup>21</sup> on numaralı Etkinlik (*Efficiencies*) başlığı altında yoğunlaşma işlemi neticesinde sağlanacak etkinlik kazanımları ile potansiyel faydaların tüketiciye yansımalarının muhtemel olması gerektiği belirtilmiştir<sup>22</sup>. Benzer olarak, yoğunlaşma işleminin olumsuz rekabetçi etkisinin DOJ ve FTC’nin ilgili ürün pazarında rekabeti bozucu etkinin olmayacağına dair kanaat getirmesinde, yoğunlaşma işlemi ile sağlanan kazanımların daha büyük olması ve tüketicilere aktarılması önemlidir.<sup>23</sup> Bu durum yoğunlaşma işlemi vasıtasıyla toplumsal refaha sağlanacak rekabet yanlısı etkiler (*etkinlik kazanımlarının*) ve rekabeti kısıtlayıcı etkinin karşılaştırılmasını anlamlı kılmaktadır. FTC tarafından *American Medical International*<sup>24</sup> kararında maliyet konusunda sağlanacak etkinliklerin tüketiciye hangi yollarla fayda sağlayacağıının belirsiz olduğu tespiti de yapılarak işleme izin verilmemiştir (Topalömer 2015, 24).

Özellikle 1970’lerin başından itibaren ABD’de yaşanan ekonomik yavaşlama ve büyüyen küresel rekabet sebebiyle şekilci yaklaşım (*formalist*) terk edilerek, antitröst politikalarının tüketici refahı tesis etme amacı önem kazanmıştır. Bu dönemde Chicago Okulu etkisi daha fazla hissedilir olmuş ve antitröst hukuku uygulamalarında tüketici refahı yaklaşımı benimsenmiştir (Madan 2008, 9). Tüketici refahına daha geniş perspektiften bakarak, toplam refah veya iktisadi etkinlik bağlamında değerlendirilmesi gerektiğini savunan görüşler de

<sup>19</sup> Verizon Communication, <http://www.usdoj.gov/atr/cases/f201000/201048.htm>, Erişim Tarihi: 07.02.2021, s. 10.

<sup>20</sup> A.g.k. s. 15.

<sup>21</sup> Horizontal Merger Guidelines, <http://www.ftc.gov/sites/default/files/attachments/merger-review/100819hmg.pdf>, Erişim Tarihi: 10.03.2021.

<sup>22</sup> ABD Yatay Yoğunlaşma Rehberi, A.g.k. s.30.

<sup>23</sup> A.g.k. s. 31.

<sup>24</sup> American Medical International Inc., 104 FTC 1 (1984).

bulunmaktadır (ITIF 2018, 9). Öyle ki Amerika Antitröst Enstitüsü<sup>25</sup> (*American Antitrust Institute*) tarafından yayımlanan raporda tüketici refahının sadece fiyat ve miktar üzerinden değil ürün kalitesi, inovasyon bakımından değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmıştır. Bu değerlendirmenin, nihai tüketici haricinde dağıtım zinciri içerisinde tüm müşterileri kapsayacak şekilde değerlendirilmesi gerektiği belirtilerek ihlal dosyalarında kullanılacak değerlendirmelerin daha geniş tutulması gereği işaret edilmiştir<sup>26</sup>. Dolayısıyla dosya kapsamında yapılacak değerlendirmelerde, tüketici refahının fiyat dışı etkilerle birlikte ele alınması gerekliliği belirtilmiştir.

Sonuç olarak, Sherman Yasası'nın uygulamaya koyulmasından itibaren birçok iktisadi etkinlik kavramı kararlara da yansımıştır. Yoğunlaşma işlemlerine koşulsuz izin verilmesinde sağlanan etkinlik kazanımlarının doğrudan tüketiciye aktarılması refaha temas eden hususlardan biridir. Yine, hâkim durumun kötüye kullanılması dosyalarında tüketici odaklı bir yaklaşım sergilendiği söylenebilecektir. İşte bu noktada tüketici refahı tek amaç olarak belirlenmesi de, ABD antitröst uygulaması için önemli olduğundan bahsedilebilecektir.

## 2.2. AB YAKLAŞIMI

Batı Almanya, Belçika, Hollanda, Lüksemburg, Fransa ve İtalya arasında 1957 yılında imzalanan Roma Anlaşması ile Avrupa Ekonomi Topluluğu oluşturulmuştur (Dinan 2009)<sup>27</sup>. Bu doğrultuda daha da önem kazanan ortak pazar için rekabetçi bir yapı oluşturulması hedefi, AT'nin merkezine oturmuştur (Öz 2012). AT rekabet hukuku, iktisadi entegrasyon (*economic integration*) ve rekabetin tesisi olmak üzere iki temel sacayağından oluşmaktadır (Whish ve Bailey 2012, 50). Nitekim AT dönemi rekabet politikası, içtihadında ve mahkeme kararlarında ortak pazarın oluşturulması ve işlerliğinin kazandırılması hedefleri doğrultusunda önemli ölçüde etki göstermiştir (Jones 2006, 741).

---

<sup>25</sup> Rekabeti tesis etmek adına tüketiciyi ve toplumu korumayı hedefleyen bir kurumdur. Bu kapsamda kuruluş akademik çalışmalar yürütmektedir.

<sup>26</sup> Ayrıntı için bkz. American Antitrust Institute, "A National Competition Policy: Unpacking the Problem of Declining Competition and Setting Priorities Moving Forward," Policy Statement, <http://www.antitrustinstitute.org/sites/default/files/AAINatlCompPolicy.pdf>, Erişim Tarihi: 10.02.2021.

<sup>27</sup> Ayrıca bkz. Treaty Establishing the European Community OJ C 224, 31.08.1992 <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A11992E%2FTXT>, Erişim Tarihi: 12.11.2020.

AT rekabet politikasının amaçları arasında yer alan tüketici refahının sağlanması, tüketicinin korunması ve piyasa entegrasyon süreci için Ordoliberal yaklaşım en uygun taşıyıcı olmuştur (Ahlborn & Padilla 2007; Cini ve McGowan 2008). Maastricht Anlaşması<sup>28</sup> sonrası dönem AB rekabet hukukunun modernleştiği bir dönemdir (Fox 2002; Gerber 2002). AB rekabet politikası uygulamasının, iktisadi bir akım veya iktisadi bir yaklaşım çerçevesinde şekillendiğine dair görüşler bulunsa da değişim süreklilik arz ettiği için herhangi bir iktisadi veya siyasi görüşün hâkim olmadığını söylemek mümkündür (Gerber 2010). Ordoliberal yaklaşım liberal ekonomi düzenine benzemekte, sosyal hukuk ve sosyal adalet ekosistemi bağlamında değerlendirilmektedir. Ordoliberalizm yaklaşım toplum için sosyal hukuk ve ekonomik adalet tesis etme yaklaşımını benimsemektedir. Dolayısıyla Ordoliberal Okulun daha ziyade, adalet kavramı çerçevesinde bireylerin eşit ekonomik imkânlarla sahip olmasını hedeflediği söylenebilir. Ordoliberalizm için rekabetçi sürecin tesis edilmesinde;

*“Piyasada rekabetçi ortamın oluşturulması”* (Jones ve Sufirin 2011 35-36),

*“hâkim durumunun bulunduğu piyasada rekabet ortamının tesis edilmesi”* (Akman 2012, 60),

*“teşebbüslerin piyasada rekabetin tesis ediliyor varsayımı ile rekabetçi dengeye kavuşacak şekilde hareket etmesi”* (O’Donoghue ve Padilla 2006)

kabul gören hükümler içerisinde yer almaktadır. Daha öz bir deyişle Ordoliberalizm teorisi içeriği itibarıyla, AT’den AB’ye geçiş dönemi ve sonrası için ekonomik entegrasyonunun tesis edilmesinde gerekli koşulları sağlama bakımından büyük görev üstlenmiştir. Öyle ki bu yaklaşımın uygulamaları sonuç olarak tüketici refahının artırılmasına katkı sağlamaktadır.

AB’de 1990’lı yıllarda ihtiyaç duyulan modernizasyon süreci 1999’da Komisyon’un yayımladığı Beyaz Kitap<sup>29</sup> ile alt yapısı hazırlanan, 1/2003

<sup>28</sup> 7 Şubat 1992 tarihinde imzalanan ve Kasım 1993’te yürürlüğe giren Maastricht Antlaşması ile Avrupa Topluluğu, Avrupa Birliği adını almıştır. ABİDA’nın 169 (1) maddesinde, “Birlik, tüketicilerin çıkarlarını desteklemek ve yüksek düzeyde korunmalarını temin etmek için, sağlık, güvenlik ve ekonomik çıkarlarının korunmasına ve bilgilendirilme ve eğitim hakları ile çıkarlarını korumak amacıyla örgütlenme haklarının desteklenmesine katkıda bulunur.” hükmü yer almaktadır.

<sup>29</sup> Beyaz Kitap: White Paper on the Modernisation of the Rules Implementing Articles 101 and 82 of the EC Treaty OJ C132/1, 12.05.1999.

sayılı Tüzükle<sup>30</sup> hız kazanmıştır (Tezcan 2004, 86; Whish ve Bailey 2012, 52). ABİDA 101. maddesinin Yatay İşbirliği Anlaşmalarına Uygulanabilirliğine Dair Kılavuzu<sup>31</sup> (AB Kılavuzu), ABİDA'nın 101(3). Maddesi'nin Uygulanması Hakkında Kılavuz(101(3)Kılavuzu)<sup>32</sup> ve belirtilen tüzük etkisi altında ABİDA 101(1). maddesi kapsamındaki anlaşmaların değerlendirilmesinde iktisadi etkinlik kazanımları ile tüketiciye sağlanan faydayı göz önüne alan bir yaklaşım sergilenmiştir. Bu yaklaşım bağlamında yapılan amaç (*by object*) ve etki değerlendirmeleri (*by effect*), ABD tarafından *per se* ve *rule of reason* yaklaşımıyla benzerlik göstermektedir (Altun 2012, 9).

Söz konusu gelişmeler ışığında, belirli bir döneme kadar tüketici refahı kavramının önemini vurgulamaktan veya tanımını yapmaktan imtina eden ABAD fikir değişikliğine giderek *Post Danmark*<sup>33</sup> kararında ilk kez tüketici refahından bahsetmiştir. Buna karşın ilgili kararda tüketici refahının bir tanımlaması yapılmadan, “*fıyat, seçim, kalite ve inovasyon*” unsurlarının tüketiciye olan etkisi vurgulanmıştır. Bu karar AB rekabet hukukunda tüketici refahı olgusunun önem kazanmasında etkili olan kararlardan biri olmuştur (Daskalova 2015, 133).

Rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşmanın muafiyetten faydalanabilmesi için kazanılan etkinliklerin belli ölçüde tüketiciye aktarılması beklenmektedir (Topalömer 2015, 14). ABİDA'nın 101(3). maddesinde<sup>34</sup>:

...Bununla birlikte, tüketicilere ortaya çıkan faydadan adil bir pay ayırarak, malların üretimi veya dağıtımının iyileştirilmesine veya teknik ya da iktisadi gelişmeye katkıda bulunan... teşebbüsler arası her türlü anlaşma veya anlaşma kategorisine, teşebbüs birliklerinin her türlü karar veya karar kategorisine, uyumlu eylem veya uyumlu eylem kategorisine 1. paragrafta yer alan hükümlerin uygulanmayacağı kararlaştırılabilir.

hükmü ile ekonomik olarak temellendirilecek etkilerin, tüketiciye aktarılması amaç-araç bağlamında<sup>35</sup> belirtilmektedir. Rekabeti kısıtlayıcı anlaşma nedeniyle

<sup>30</sup> “Council Regulation (EC) No 1/2003 on the Implementation of the Rules On Competition Laid Down in Articles 81 and 82 of the Treaty”, OJL 1, 4.1.2003, <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=CELEX:32003R0001:EN:NOT>, Erişim Tarihi:03.02.2021.

<sup>31</sup> Guidelines on the Applicability of Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union to Horizontal Co-operation Agreements, 2011/C 11/C.

<sup>32</sup> Guidelines on the Application of Article 81(3) of the Treaty, [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52004XC0427\(07\)](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52004XC0427(07)), Erişim Tarihi: 03.02.2021.

<sup>33</sup> Case C-209/10 *Post Danmark A/S v Konkurrencerådet*, ECR 342, (2011).

<sup>34</sup> 101(3) Kılavuzu para. 16.

<sup>35</sup> A.g.k. para. 22, 23.

üçüncü taraf olan rakip firmalar ile tüketicilerin refahındaki düşüş, fiyat haricinde; üretim, ürün kalitesi ve inovasyonda meydana gelen azalmayla açıklanmaktadır.

Komisyon'un *GlaxoSmithKline* kararında<sup>36</sup>, GlaxoSmithKline'ın İspanya pazarı içerisinde yapılacak ürün satışının fiyatının diğer üye ülkelere yapılacak satışlara kıyasla daha ucuz olmasına yönelik muafiyet başvurusu, rekabet kurallarına aykırı bulunarak kabul edilmemiştir. ABİDA 3. maddesinde iç pazarlarda rekabetin tesis edilmesinden bahsedilirken, 12. maddesinde ise daha açık bir şekilde AB politikalarının tüketicinin korunmasının etrafında şekillenmesi gerektiği belirtilmektedir. Komisyon'un rekabetten sorumlu eski üyesi Neele Kroes<sup>37</sup> "...hedefimiz basittir: piyasada rekabeti sağlayarak tüketici refahını artırmak ve kıt kaynakların etkin şekilde dağılımını sağlamak" diyerek refahın önemini işaret etmiştir.

Özellikle AB'ye geçiş dönemiyle, kartel anlaşmasından kaynaklı zararı gözeten çalışmalar Komisyon'un ilgisini çekmiştir. Komisyon'un alt bölümlerinden biri olan ve tüketici çıkarlarına odaklanan "Danışma Grubu"<sup>38</sup>, tazminat davalarında hesaplanması imkânsız gibi görünen kesin refah kaybının yenilikçi ve pratik çözümlerle ölçülmesine ihtiyaç olduğuna<sup>39</sup> dair görüşü kabul etmiştir (Laitenberger ve Smuda 2015, 955-956).

Komisyon rekabet kurallarının uygulanmasında elde ettiği tecrübeler ile birlikte, ortak pazarın kurulmasına yönelik adımlar yanında, iktisadi analizi temel alan politikaların önemini kavramıştır. Bununla beraber AB rekabet politikası, Chicago Okulunun kabullerine ve tüketici refahına odaklanmaya başlamıştır. Amsterdam Antlaşması sonrasında rekabet politikası daha çok modernleşme, liberalleşme ve Avrupalılaşıma dönemine girmiştir. AB 2007 yılında yeni üyelerle birlikte 27 üyeye ulaşmış, çok merkezli hukuk sistemine olan ihtiyaç artmıştır. Üye ülke sayısının artmasıyla beraber yapılan reformların tüm üye ülkeler için

---

<sup>36</sup> Judgment of the ECJ of 6 October 2009 in Joined Cases C 501/06 P, C-513/06 P, C-515/06 P, and C 519/06 P *GlaxoSmithKline* (2009).

<sup>37</sup> Konuşması için bkz. "Delivering Better Markets and Better", The European Consumer and Competition Day, [https://ec.europa.eu/competition/speeches/text/sp2007\\_11\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/speeches/text/sp2007_11_en.pdf), Erişim Tarihi: 23.01.2021.

<sup>38</sup> "The European Consumer Consultative Group", 1973 yılında faaliyetlerine başlayan "Danışma Grubu" tüketici ile ilgili rekabet hukuku uygulamaları için Komisyon'a danışmanlık sağlamaktadır.

<sup>39</sup> Bkz. ECCG (2010).



eşzamanlı ve uyumlu olması ihtiyacı doğmuştur. 1/2003 sayılı Tüzük ile birlikte üye ülke otoriteleri aldıkları yetkiyle uygulayıcı konumuna gelmiştir (Ayata 2014, 172-174). Esasında daha iktisadi bir yaklaşıma geçilmeye çalışılmasının gerekçesi, üye ülke sayısı ile doğru orantılı olarak artacak talep ve başvurularda Komisyon'un iş yükünün azaltılması, üye ülke otorite ve mahkemelerinin vereceği kararlarda yeknesaklığın sağlanması olarak görülebilir (Tezcan 2004).

2005 yılında yayınlanan 82. maddenin Modernizasyonu Hakkında Tartışma Metninde (Tartışma Metni)<sup>40</sup> etkinlik kazanımlarının gösterilmesinde doğrudan tüketici refahı temel alınmasa da, bu yaklaşım özümsemektedir. Komisyon'un tüketici refahı ve iktisadi etkinlik açısından yeni bir yaklaşım getirme arayışı Danışma Grubu (*Economic Advisory Group*) tarafından hazırlanan 2005 tarihli "82. Maddeye İktisadi Yaklaşım" ve 2020 tarihli "Yeni Rekabet Araçlarının İktisadi Değerlendirmesi" çalışmalarından anlaşılmaktadır (EAGCP 2005, 2020). Ortak pazarın amacına ve topluluk ekonomisinin kendine has yapısına vurgu yapılan çalışmalarda, rekabet hukuku politikası için refahı gözeten iktisadi bir yaklaşımın şart olduğu öne sürülmüştür (EAGCP 2005, 4). ABİDA'nın 102. maddesi iktisadi yaklaşımla ele alındığında, tüketicinin korunması ve tüketicinin talep ettiği ürüne ulaşması hususları öne çıkmaktadır. İktisadi yaklaşımın odak noktası olduğu bir yapıda fiyat, kalite ve çeşitlilik unsurlarını gözeten teşebbüsler faaliyetlerini sürdürebilecektir (EAGCP 2005, 22). İlgili çalışma kapsamında farklı ihlal türlerine dair senaryolar üzerinden, tüketicinin refahının ihlalden nasıl etkilendiği incelenmiştir. Nitekim çalışma kapsamında AB'de var olan uygulama yöntemlerinden ziyade, rekabete aykırı eylemin iktisadi olarak tüketici veya toplam refah üzerindeki etkileri vurgulanmaktadır. İlk safhada ihlal olarak değerlendirilebilecek durumların, rekabet yanlısı etkileri de gözetilerek olay bazında analiz edilmesinin gerekliliği vurgulanmış, etkinlik ve tüketici açısından analizlere yer verilmiştir.

ABİDA 102. madde, hâkim durumdaki bir teşebbüsün tek taraflı olarak rekabete zarar verici uygulamalarını ve ilgili pazardaki hâkim durumunu kötüye kullanmasını düzenlemektedir. Kötüye kullanma hallerinin belirtildiği

---

<sup>40</sup> "82. Maddenin Modernizasyonu Hakkında Tartışma Metni" DG Competition Discussion Paper on The Application of Article 82 of Treaty to Exclusionary Abuses, 2005, <http://ec.europa.eu/comm/competition/antitrust/art82/discpaper2005.pdf>, Erişim Tarihi: 10.02.2021.

maddenin (a) bendinde “*adil olmayan alış veya satış fiyatları veya diğer adil olmayan ticari şartları, doğrudan veya dolaylı olarak dayatılması*”, (b) bendinde “*Üretimin, pazarların veya teknik gelişimin, tüketicinin zararına olacak şekilde sınırlandırılması,*” kötüye kullanma halleri olarak sayılmıştır.

Hâkim durumun kötüye kullanılmasında sömürücü nitelikteki davranışlar, tüketicilere doğrudan zarar vermesi nedeniyle, AB nezdinde öncelikli müdahale alanlarından biri olmuştur (Ünal 2010, 118). Aşırı fiyatlamanın sömürücü davranış kapsamında ihlal olarak değerlendirildiği *General Motors* kararı<sup>41</sup> dışlayıcı niteliği olmayan fiyatlama davranışlarının da yasaklanabileceğine işaret etmesi açısından önem arz etmektedir (Topalömer 2015, 19). Diğer yandan, ayrımcılık eylemi kapsamında değerlendiren Komisyon’un *Deutche Post* kararında<sup>42</sup> tüketicilere karşı uygulanan ayrımcılık sonucunda ortaya çıkan zarar analiz dışı bırakılarak, nihai tüketicilere karşı ayrımcılık fiili kötüye kullanma olarak kabul edilmiştir.

Komisyon’un *Microsoft I* kararında<sup>43</sup>, Microsoft işletim sistemi içerisinde Windows Media Player uygulamasının yüklü olarak gelmesi, tüketici refahından ziyade genel rekabet hukuku kuralları dikkate alınarak değerlendirilmiştir. Komisyon *British Airways* kararında<sup>44</sup> da, fiilin doğrudan tüketici refahına olan etkisinin aranmayacağına vurgu yaparak, doğrudan tüketici refahını gözetmediğinin altını çizmiştir. AB rekabet politikası yaklaşımında mevzuat tüketici refahını destekleyici niteliği haiz olsa da, doğrudan tüketici refahını artırmaya yönelik tek bir amaca hizmet eden uygulamayı Komisyon kararı ve mahkeme kararlarında gözlemlemek zordur (Akman 2009, 73-74). AB üye ülkelerinin yasal düzenlemeleri dışında tüketici refahının artırılmasının rekabet hukuku uygulamasının tek amacı olarak kabul edildiğine dair herhangi bir fikir birliği de bulunmamaktadır (Ayata 2014, 212).

AB dönemi rekabet politikasında, AT dönemine göre daha ekonomik bir yaklaşım sergilendiği gerçeği yoğunlaşma işlemlerinden de anlaşılmaktadır. 4064/89 sayılı Birleşme Tüzüğü<sup>45</sup> baz alınarak verilen Komisyon kararlarında

<sup>41</sup> Case 26/75, *General Motors Continental NV v EC Commission*, ECR 1367 (1975).

<sup>42</sup> Case COMP/35.141, *Commission-Deutsche Post AG* (2001).

<sup>43</sup> Case COMP/C-3/37.792 *Microsoft* (2004).

<sup>44</sup> Judgment of the European Court of First Instance of 15 March 2007 in Case C-95/04 *British Airways v Commission* (2007).

<sup>45</sup> 4064/89 sayılı Birleşme Tüzüğü, Council Regulation (EEC) No 4064/89 of 21 December 1989 on the Control of Concentrations between Undertakings, [1989] OJ L395/1.

işleme izin verilmesi durumunda, tüketici refahında oluşacak etki analiz edilmiştir. Yoğunlaşma işlemini konu alan bazı kararlarda<sup>46</sup> işleme koşullu olarak izin verilmiş, bazılarına ise izin verilmeme politikası izlenmiştir. Örnek vermek gerekirse, *GE/Honeywell* işlemine<sup>47</sup> ABD tarafından izin verilirken, Komisyon tarafından izin verilmemiştir. Bu karar, AB ile ABD arasındaki iktisadi etkinlik ile tüketici refahına bakıştaki bir farklılıktan ziyade, ABD'nin dosyayı uzun vade etkinlikleri temel alarak değerlendirmesinden kaynaklanmaktadır. Bununla birlikte AB'de 1999 ve 2000 yılında kabul edilen "Dikey Kısıtlamalara İlişkin Grup Muafiyeti Tüzüğü" ve 101(3) sayılı Kılavuz<sup>48</sup>dan anlaşılacağı üzere rekabet politikasının amaçlarında biri tüketici refahını artırmak ve iktisadi etkinliği tesis etmektir (Ayata 2014, 207).

İktisadi yaklaşımın rekabet hukuku yoğunlaşma işlemlerinde etkisi 1990'lı yılların başına değin zayıf iken süregelen yıllarda etkisini artırmaya başlamıştır. Bilhassa, 139/2004 Sayılı Birleşme Tüzüğü (Birleşme Tüzüğü)<sup>49</sup> etkinlik kazanımlarının tüketiciye fayda sağlamasını vurgulaması nedeniyle yüksek önem taşımaktadır (Monti 2001). Yine AB Yatay Birleşme Rehberinde<sup>50</sup> yoğunlaşma işlemlerinden etkinlik kazanımlarının tüketici refahını kötüye götürmemesi ve söz konusu kazanımların<sup>51</sup> tüketiciye yansımaları<sup>52</sup> gerektiği belirtilmektedir. *T-Mobile Austria/Tele.ring* kararı<sup>53</sup> yoğunlaşma işlemlerinde sağlanan etkinlik kazanımlarının tüketici refahına yansımaması durumunda<sup>54</sup> işleme izin verilmeyeceğini gösteren kararlardan bir örnektir.

Söz konusu mevzuat hükümleri ve anılan kararlar ışığında tüketici refahı kavramının kendine bir şekilde yer bulduğu, yüksek önem atfedildiği görülmekle

<sup>46</sup>Case 4/M.877, Boeing/McDonnell Douglas (1997); Case COMP/M.2220 General Electric/Honeywell (2001); Case COMP/M.2283 Schneider/Legrand (2002); Case COMP/M.2416 Tetra Laval/Sidel (2002).

<sup>47</sup> Case No. COMP/M.2220, General Electric/Honeywell (2001).

<sup>48</sup> "Guidelines on the application of Article 81(3) of the Treaty", [http://europa.eu/legislation\\_summaries/competition/firms/l26114\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/competition/firms/l26114_en.htm), Erişim Tarihi: 10.02.2021.

<sup>49</sup> Council Regulation (EC) No 139/2004 of 20 January 2004 on the control of concentrations between undertakings [2004] OJ L 24/1.

<sup>50</sup> Guidelines on the Assessment of Horizontal Mergers under the Council Regulation on the Control of Concentrations between Undertakings (2004/C 31/03).

<sup>51</sup> AB Yatay Birleşme Rehberi, A.g.k. para. 79.

<sup>52</sup> A.g.k. para. 77, 78.

<sup>53</sup> Case COMP/M.3916, T-Mobile Austria/Tele.ring (2006).

<sup>54</sup> T-Mobile Austria/Tele.ring kararı, Para. 47-48.

beraber; AB'nin politika yapıcılığı anlamında öncelikli tek amaç olarak belirlenemediğini söylemek mümkündür (Gormsen 2010). Kalbfleisch (2011, 110) doğrudan tüketici refahı amacının belirlenememesinin sebeplerini şu şekilde sıralamaktadır; (i) tüketiciye verilen gerçekleşmiş ya da gerçekleşmesi muhtemel zararın dikkate alınmaması (rekabetçi yapıyı korumaya yönelik yaklaşım), (ii) kanun uygulayıcının rekabet ihlallerinde tüketici refahına verilen zararı göstermek zorunda olmaması, (iii) rekabet hukukunun tüketici refahını merkeze alması durumunda yasal düzenlemelerin geniş yorumlanma ihtimalinin olması.

### 2.3. TÜRKİYE YAKLAŞIMI

Türkiye’de refah yaklaşımı ve rekabet ilişkisi pek çok çalışmada konu edilmiştir. İktisadi büyüme kapsamında mikro ve makro düzeyde hedeflerin belirlendiği kalkınma raporları, iktisadi rasyonaliteyi göz önüne alan politika yönlendirici niteliğini haiz çalışmalardır. Birçok kalkınma raporunda sürdürülebilir rekabetçi piyasa yapısı ve tüketici refahı da vurgulanmıştır. Örneğin Türkiye Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı’nda büyümenin sağlanması, piyasa ekonomisinin geliştirilmesi ve buna benzer unsurlarla tüketici refahının artırılması hedeflenerek rekabet hukukuna temas edilmiştir (DPT 2000). Buna benzer şekilde On Birinci Kalkınma Planı’nda hızlı bir şekilde değişen ve dönüşen sermaye ve emek piyasasına ayak uydurulabilmesi için rekabet gücünün önemine değinilmiştir. Aynı plan içerisinde birçok sektör için rekabet gücü vurgusu yapılmıştır. Rekabet gücünün artırılması ise bölgeler arası kalkınma eşitsizliğinin giderilmesinde, sektör özelinde büyümelerin sağlanmasında, tedarik avantajlarının sağlanmasında, küresel çapta rekabet edilebilirliğin sağlanmasında, yüksek katma değerli üretim ve ihracatın sağlanmasında, katma değeri yüksek yatırımın ülke içine yönlenebilmesinde, teknolojik dönüşüme ayak uydurulmasında, bölgesel ve yerli ürünleri dışarı ile rekabet edebilmesinde önem arz etmektedir (CCSB 2019). Dolayısıyla belirli aşamalar kaydedilerek rekabet gücünün artırılması ve etkin kaynak dağılımının sağlanmasıyla; vatandaşların daha yaşanabilir refah seviyesine gelmeleri sağlanmış olacaktır. Bu kapsamda tüketici refahının Türkiye rekabet hukuku mevzuatında ve içtihadındaki yerini ortaya koymak adına, rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalar, muafiyet, hâkim durumun kötüye kullanılması

ve yoğunlaşma işlemlerine ilişkin birinci ve ikinci mevzuat düzenlemeleri ile konuyla ilgili bazı Rekabet Kurulu (Kurul) kararlarına<sup>55</sup> yer verilecektir.

4054 sayılı Rekabet sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun(4054 sayılı Kanun)'un genel gerekçesinde,

Rekabetin egemen olduğu bir piyasa ekonomisinde fiyat ve kâr göstergeleri müdahalelerden uzak olarak belirlenir. Firmaların bağımsız karar verebilmeleri ile ülkenin kısıtlı kaynakları verimli bir şekilde kullanılmaya başlanır ve böylece tüketicinin de refah düzeyi yükselir... Ticari faaliyete katılanlar arasındaki rekabet, daha verimli üretim ve işletmeciliği beraberinde getirirken, daha az kaynak kullanılmasını, daha az maliyetle üretim yapılmasını, teknolojik yenilikler ve gelişmelerin ortaya çıkmasını teşvik edici bir görev üstlenmiş olacaktır. Bu da daha kaliteli mal ve hizmeti daha ucuza alabilme fırsatının doğması, böylece tüketicilerin ve toplumun tümünün refah düzeyinin artması sonucunu doğuracaktır.

hususları yer almaktadır. Bu çerçevede rekabetin tesisiyle tüketiciye kazandırılan uygun fiyat, ürün çeşitliliği ve yüksek kalitenin, beraberinde tüketici refahına katkı sağlayacağı anlaşılmaktadır. Bununla birlikte Kurum, misyonu doğrultusunda tüketici faydasının artırılmasını hedeflemektedir<sup>56</sup>.

Rekabet otoriteleri, refahı artırma niteliğine sahip yatay işbirliği anlaşmalarının önünü açmaya çalışırken bir yandan da rekabeti kısıtlayıcı anlaşmaları engelleme amacıyla zor bir görev icra etmektedir. Türk rekabet hukukunda refahı artırıcı niteliği haiz anlaşmaların önünün açılması 4054 sayılı Kanun'un, 4. maddesi kapsamında rekabetin kısıtlanmadığı sonucuna ulaşılması yahut rekabetin kısıtlandığı ancak 5. madde kapsamında muafiyet verilmesi şeklinde uygulama alanı bulmaktadır (Altun 2012, 1). Rekabetin kısıtlanmadığı sonucuna ulaşılırken etkinlik kazanımları değerlendirilmektedir. Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz'da (Yatay İşbirliği Kılavuzu);

Rekabeti kısıtlayıcı etkinin varlığı için anlaşmanın fiyat, üretim miktarı, ürün kalitesi, ürün çeşitliliği ya da inovasyon gibi pazardaki rekabet parametrelerinden en az biri üzerinde olumsuz etkisinin bulunması ya da makul bir olasılık dâhilinde böyle bir potansiyele sahip olması gerekir.

ifadesiyle rekabeti kısıtlayıcı etkinin dolaylı olarak tüketici refahına etki eden unsurlardan birinde kötüleştirmeye neden olması gerektiği belirtilmektedir<sup>57</sup>. Dolayısıyla anlaşma ile ekonomik veya teknik gelişme sağlanması ve rekabetin

<sup>55</sup> Tüketicinin refahına vurgu yapan Kurul kararı sayısının fazla olması sebebiyle, son iki yıl içerisinde yayınlanmış bazı Kurul kararlarına çalışma kapsamında yer verilmiştir.

<sup>56</sup> Bkz. <https://www.rekabet.gov.tr/Sayfa/Kurumsal/misyon-ve-vizyonumuz>, Erişim Tarihi: 05.03.2021.

<sup>57</sup> Yatay İşbirliği Kılavuzu, para.19.

ortadan kalkmaması yanında söz konusu faydaların tüketiciye yansması da beklenmektedir<sup>58</sup>.

AB'nin modernizasyonu sürecine benzer olarak Türkiye uygulamasında mehz ABİDA 101(3). madde karşılığı olarak düzenlenen 4054 sayılı Kanun 5. maddesinde rekabeti kısıtlayıcı bir anlaşmanın muafiyet alabilmesinde “*tüketicinin bundan yarar sağlaması*” aranan koşullar arasında sıralanmıştır. Bununla beraber mevcut ve potansiyel etkinliklerin dosya kapsamında değerlendirilmesinde öncelikli olarak anlaşmanın muafiyet alıp alamayacağına değil, rekabetin kısıtlanıp kısıtlanmadığının tespitinin yapılmasına odaklanılmaktadır (Altun 2012, 50). Keza muafiyete ilişkin dosyalarda tüketici refahı kavramı değerlendirmelerde önem arz etmiştir. Kurul'un *Sony* kararında<sup>59</sup> “

...fiyatların daha kolay izlendiği ve raporlandığı bir ortamda bayilerin üreticilerden gelen fiyat tavsiyelerine uyma zorunluluğu hissetmeleri, son kullanıcıya satış fiyatları konusunda inisiyatif almalarını zorlaştırabilecek, bu durum tüketici refahını olumsuz etkileyebilecektir.

şeklinde değerlendirme<sup>60</sup> yapılarak, 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesinde yer alan bir koşulu sağlamadığı kanaatine ulaşılmıştır. Kurul'un *Türkiye Bankalar Birliği* kararında<sup>61</sup> ise,

...yeniden yapılandırma uygulaması ile beklenen faydaların mevcut rekabetçi yapının korunması ve tüketici tercihlerinin sınırlanmaması bakımından önem taşıdığı, dolayısıyla söz konusu uygulamalar ile ortaya çıkan gelişme ve iyileşmelerden tüketicinin yarar sağlayacağı değerlendirilmiştir<sup>62</sup>.

Kurul'un *Shell* kararında<sup>63</sup>, başvuru sahibi tarafından işleme izin verilmesi durumunda somut rakamlarla sağlanacak tüketici faydasına dair hesaplama bilgilerine yer verilmiştir. Bununla beraber ilgili kararda tüketici refahına dolaylı yoldan “*cari açığın azaltılması*”, “*motorine alternatif bir yakıt olması*” vb. unsurlara olan olumlu katkı haricinde Shell'in Oto-LNG fiyatlarının sömürücü seviyelerde belirleme ve bu yolla tüketici refahını azaltma ihtimalinin tüm senaryolar dâhilinde irdelenerek muafiyete izin verildiği anlaşılmaktadır.

<sup>58</sup> A.g.k. para. 36.

<sup>59</sup> Rekabet Kurulunun 22.12.2018 tarih ve 18-44/703-345 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=bd70e682-6af2-4c52-a8c3-f1796f24ede2>, Erişim Tarihi: 11.03.2021).

<sup>60</sup> Sony kararı, para.92.

<sup>61</sup> Rekabet Kurulunun 07.11.2019 tarih ve 19-38/564-233 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=b559febb-05cf-424f-87f0-085f67bd4f94>, Erişim Tarihi: 09.03.2021).

<sup>62</sup> Türkiye Bankalar Birliği kararı, para.39.

<sup>63</sup> Rekabet Kurulunun 12.11.2019 tarih ve 19-39/601-255 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=d2acae22-ebf2-4986-b106-2b0e8d791850>, Erişim Tarihi: 10.03.2021).

Kurul'un *Posta ve Kargo* kararında<sup>64</sup> ihlale konu eylemlerin tüketicinin seçeneklerini kısıtlama yoluyla tüketici refahı üzerinde olumsuz bir etki doğurduğu vurgusu da yapılarak 4054 sayılı Kanun 5. maddesinde yer alan koşulları sağlamadığı kanaatine ulaşılmıştır. Kurul'un bu yaklaşımı tüketicinin gördüğü/göreceği zarara yönelik hususları göz önüne alması sebebiyle de önem arz etmektedir.

Hâkim durumun kötüye kullanılmasına ilişkin Türkiye uygulamasında birincil mevzuatta 4054 sayılı Kanun'un 6. maddesinin (e) bendinde "*Tüketicinin zararına olarak üretimin, pazarlamanın ya da teknik gelişmenin kısıtlanması*" kötüye kullanma hallerinden biri olarak sayılmıştır. Nitekim Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz'da firmaların kötüye kullanma tanımı tüketici refahı da vurgulanarak kötüye kullanma hali;

... hâkim durumdaki teşebbüslerin sahip oldukları pazar gücünün avantajından faydalanarak doğrudan ya da dolaylı olarak tüketici refahını azaltması muhtemel davranışlarda bulunmaları olarak tanımlanabilir. Hâkim durumda bulunan bir teşebbüsün, hâkim durumunu kötüye kullanması; fiyat artışı, ürün kalitesinde ve yenilik düzeyinde düşüş, mal ve hizmet çeşitliliğinde azalış gibi tüketici refahına zarar verebilecek sonuçlar doğurabilmektedir. Tüketici refahında meydana gelen azalma, yeniden satıcılar düzeyinde ortaya çıkabileceği gibi nihai tüketiciler düzeyinde de ortaya çıkabilmektedir.

şeklinde<sup>65</sup> yapılmıştır. Birçok Kurul kararında rekabetçi piyasa yapısına aykırı olarak rakiplerin olumsuz etkilenmesi sonucu tüketicilerin zarar göreceği davranışlara değinilmiştir. Dosyalarda daha çok ikincil mevzuatta belirtilen tüketiciye zarar veren fiillere değinilmekle beraber, etkinlik kazanımı savunmaları veya davranışlar karşısında tüketicinin zarar görüp görmemesi hususu vurgulanmaktadır.

Hâkim durumdaki teşebbüsün etkinlik ve nesnel zorunluluk gerekçeleri itibarıyla ticari menfaatini orantılılık ilkesiyle uyumlu olarak savunabileceği Kurul içtihadında kabul gören bir durumdur. Kurul'un *İsttelkom* kararında<sup>66</sup>;

...Tesis Paylaşımı Protokolü herhangi bir etkinlik kazanımına hizmet etmek bir yana, tüketici refahı ve pazardaki rekabet seviyesinin artırılması için gerekli şartlardan biri olan altyapı mülkiyet sahipliği karşısında bir engel teşkil etmektedir.

---

<sup>64</sup> Rekabet Kurulunun 16.01.2020 tarih ve 20-04/47-25 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=c03dca4d-8e7f-4114-abd8-bba91f722868>, Erişim Tarihi: 10.03.2021).

<sup>65</sup> Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz, para. 22.

<sup>66</sup> Rekabet Kurulunun 11.04.2019 tarih ve 19-15/214-94 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=f4e492c0-dac9-44c0-b53c-308334c96287>, Erişim Tarihi: 10.03.2021).

denilerek<sup>67</sup> etkinlik gerekçesinde yer alan tüketici refahının üzerinde meydana gelen olumsuz etkilerinin telafi edilmesi koşuluna da dikkat çekilerek etkinlik gerekçesinin kümülatif olarak da sağlanmadığına vurgu yapılmıştır.

Kurul *Google Android* kararında<sup>68</sup> münhasırlık yolu ile tüm teşebbüslere kapatılan pazarın tüketici refahına olumsuz etki edebileceği belirtilmektedir<sup>69</sup>. Tüketici ve rakiplerden bağımsız olarak fiyat üzerinde kurduğu tahakküm için

Google'ın, arama hizmetini münhasıran ve varsayılan olarak yüklenme şartı getirmeksizin cihaz üreticilerine reklam gelirlerinden prim vererek onlara ek kaynak yaratma alternatifi bulunmaktadır. Bu alternatife rağmen münhasıran kendi arama hizmetini yükletmesi tüketicileri farklı arama hizmetlerinden yoksun bırakarak hem arama hizmeti geliştiricileri hem de cihaz üreticileri bakımından rekabeti kısıtlamakta ve tüketici refahını azaltmaktadır.

ifadesiyle tüketicinin refah kaybına büyük ölçüde dikkat çekilmektedir.

2010/4 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ'in (2010/4 sayılı Tebliğ) 13(1). maddesinde birleşme devralma işlemlerinin değerlendirilmesinde "*tüketicilerin menfaatleri, tüketici yararına olan etkinlikler ve diğer hususlar göz önünde tutulur*" hükmü yer almaktadır. Bu kapsamda 2011 yılından sonra etkinliğe ilişkin değerlendirmelere yer verilen kararlarda, ABD ve AB'den farklı olarak yoğunlaşma işlemlerinden kazanılan iktisadi etkinliklerin tüketiciye aktarılması hususu açık bir şekilde değerlendirilmemiştir (Topalömer 2015, 26). Öte yandan 2011 yılından önce verilen bazı Kurul kararlarında<sup>70</sup> 1997/1 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkın Tebliğ kapsamında yer verilen "*nihai tüketicilerin menfaatleri*" hükmü çerçevesinde değerlendirmeler yapılmıştır. Kurul'un *Haznedar/Calderys* kararında<sup>71</sup> ise devralma işlemi için "*...nihai tüketicilerin alternatiflerinin mevcut olduğu ve işlemin tüketici refahı bakımından da olumsuz sonuçlara yol açmayacağı...*" değerlendirilmesi<sup>72</sup> de yapılarak 2010/4 sayılı Tebliğ kapsamında işleme izin verilmesine karar verilmiştir.

<sup>67</sup> İsttelkom kararı para. 222.

<sup>68</sup> Rekabet Kurulunun 19.09.2018 tarih ve 18-33/555-273 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=7d9ba7e3-2b8f-4438-87a5-26609eab5443>, Erişim Tarihi: 12.03.2021).

<sup>69</sup> Google Andorid kararı, para. 455.

<sup>70</sup> Rekabet Kurulunun 08.04.2010 tarih 10-29/437-163,10-29/438-164, 10-29/439-165 sayılı kararları.

<sup>71</sup> Rekabet Kurulunun 12.11.2020 tarih ve 20-49/669-293 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=ff6c8d7e-1af9-4549-b4b7-2952d3f63c4d>, Erişim Tarihi: 09.03.2021).

<sup>72</sup> Haznedar/Calderys kararı, para. 71.



Sunulan bilgiler ışığında gerek rekabet mevzuatında gerekse ikincil düzenlemelerde tüketiciye ve tüketicinin refahına vurgu yapıldığı anlaşılmaktadır. Bu durum Türkiye uygulamasında AB ve ABD'ye paralel olarak rekabet hukukunun yalnız rekabetçi süreci (*competitive process*) değil, aynı zamanda tüketici refahını hedeflediğini göstermektedir. Söz konusu yaklaşımın tezahürü, Kurul kararlarına açık bir şekilde yansımış bulunmaktadır. Dolayısıyla rekabet hukuku uygulamalarının temel gerekçe ve amaçlarından yahut çıktılarından olan tüketici refahını artırılması konusu mevzuata dair düzenleme ve uygulamaların yapıcılığı anlamında önem arz etmektedir.

Sonuç olarak yer verilen ülke uygulamalarında ve özellikle ikincil mevzuatta tüketici refahının artırılmasına yönelik ibareler bulunduğu anlaşılmaktadır. Özellikle muafiyet ve yoğunlaşma işlemlerinde, sağlanan etkinliğin tüketiciye aktarılması beklenmektedir. Hâkim durumun kötüye kullanılması dosyalarında ise davranıştan kaynaklı olarak tüketici refahının kısıtlanması unsurun arandığı somut örnekler olmuştur. Dolayısıyla tüketici refahına atfedilen önem sadece mevzuat düzenlemeleri ile kalmamış, zaman zaman otorite ve mahkeme kararlarına da yansımıştır. Bu doğrultuda; otoritelerin refaha verdiği önemin ampirik çalışmalarla ve yöntemlerle gösterilebilmesi beklenmektedir. Bir sonraki bölümde rekabet hukukunda tüketici refah hesaplamaları ile ülke uygulamalarına değinilecektir.

## BÖLÜM 3

# REKABET HUKUKUNDA TÜKETİCİ REFAHI HESAPLAMASI

Çalışmanın bir önceki bölümünde; ABD, AB ve Türkiye rekabet hukuku uygulamalarında tüketici refahının yerine değinilmiştir. Bu bölümde ise farklı rekabet otoriteleri tarafından makro ölçekte tüketici refahı hesaplamasında kullanılan metodolojilere değinilecektir.

Tüketiciye verilen zararın ölçülmesinde mikro ve makro ölçekte analizler yapılmaktadır. İlk olarak zarar teorisi (*theory of harm*) yaklaşımına göre yapılan analiz dosya özelinde, tüketicinin mahrum kaldığı/kalacağı refah üzerinden yapılan hesaplama dayanmaktadır. Zarar teorisi yaklaşımı hem rekabet ihlallerine hem de yoğunlaşma işlemlerine uygulanabilmektedir. Somutlaştırmak gerekirse, ACM'nin *Telephone Directories* kararında<sup>73</sup> zarar teorisi kapsamında değerlendirme yapılarak işleme koşullu (*conditionally approved*) izin verilmiştir. Zarar teorisinin yanında ekonometrik zarar hesaplamalarında kullanılan diğer yöntemler ise, öncesi ve sonrası (before and after method), mukayese (*yardstick*) ve farkların farkıdır (*differences in difference*)<sup>74</sup>. Bu yöntemlerde, temel olarak, gerçekleşen fiyat ile kıyas fiyat (*benchmark price*) arasındaki farkın kartel döneminde tüketilen ürün miktarı ile çarpılmasıyla, tüketicinin refahından ne kadarlık kısmında eksilme olduğu hesaplanmaktadır (Davis ve Garcés 2010).

Çıktı bazlı (*outcome effect*) teori ise rekabet otoritesinin rekabete aykırı davranışa veya işleme müdahale etmesiyle sağlanan tüketici refahı kazanımlarına

---

<sup>73</sup> Decision of the NMa in Case 6246, 28 August 2008. [https://www.acm.nl/sites/default/files/old\\_publication/bijlagen/3979\\_6246BCV\\_ENG.pdf](https://www.acm.nl/sites/default/files/old_publication/bijlagen/3979_6246BCV_ENG.pdf), Erişim Tarihi: 19.02.2021.

<sup>74</sup> Rekabet ihlalleri ve zarar hesaplamalarına ilişkin daha detaylı bilgi için bkz. Oxera (2009).

odaklanmaktadır. Başta Komisyon, FTC ve CMA olmak üzere birçok otorite tarafından kullanılan bu yöntem, rekabet hukuku uygulamalarından kaynaklı refah kazanımlarını, yekûn olarak hesaplama imkânı sağlar. Bilhassa refah kazanımları otoriteler için etkililik göstergesi niteliği taşımaktadır (Kalbfleisch 2011, 115). Bu çok yönlü tüketici refahı yaklaşımı çerçevesinde hesaplanabilir etkilerin gösterilmesinde kullanılan çıktı/etki bazlı çalışmaların kapsamı ve metodolojisi önem arz etmektedir. İhlal sonucu ortaya çıkan zarar ile ihlalin ortaya çıkarılması ve devam etmesinin engellenmesinden kazanılan refahın net olarak ölçülmesi istisnai haller dışında mümkün olmayabilir. Rekabete aykırı davranışa müdahale edilmesiyle tarafların bundan sayılabileceği faydayı ölçebilmek, piyasa yapısı ve rekabetçi ortamda oluşacak fiyatın tahmin edilmesi gibi zor unsurlar içermektedir (Gündüz ve Bozkuş 2012, 52-53).

Otoritelerin rekabete aykırı davranışlara müdahale ederek sağladığı refahın çıktı temelli teori yaklaşımıyla ölçülebileceğine ilişkin bir kanı bulunmaktadır (ICN 2011, 4). Bu yaklaşıma göre uygun hesaplama yöntemleri piyasa ve işleyişlerine göre farklılaşmaktadır. İlgili bölüm altındaki alt başlıklarda öncelikli olarak hesaplamalarda kullanılan varsayımlar ve ilkeler hakkında bilgi vermek yerinde olacaktır. Ardından, AB, ABD, BK ve Türkiye tarafından -dolaylı ve caydırıcı etkilerin kapsam dışı tutulduğu- çıktı temelli çalışmalarda tüketici refahının hesaplanmasında kullanılan yöntemlere değinilecektir.

### **3.1. TÜKETİCİ REFAHI HESAPLAMASINDA KULLANILAN VARSAYIMLAR VE İLKELER HAKKINDA BİLGİ**

Rekabet politikasının piyasaya tesir etmesi neticesinde sağlanan maliyet etkinliği ve refah kavramları iktisadi fayda ekseninde etkinlik ile bağdaşmaktadır (Oxera 2004, 9). Bu noktada sağlanan etkinliğin değerlendirilmesinde statik ve dinamik etkinlikler arasında değiş tokuş ilişkisi bulunmaktadır. Örnek vermek gerekirse belirli bir ürün için uygulanan fiyat tavanı kısa dönemde dağıtım etkinliği sağlıyor olsa da uzun dönemde firmaların yatırım yapma güdüsünü azaltarak dinamik etkinliklerin önüne geçmiş olacaktır. Bu doğrultuda otoritelerin sağladığı iktisadi refah kazanımları üretim ve dağıtım etkinliği, rekabetin tesisi ile sağlanan inovasyon ortamı vb. kıstaslar ile ölçülebilmektedir. Üretimde

sağlanan etkinlik, düşük tutulan maliyet ile üretilecek kaliteli mal ve hizmetin düşük fiyattan tüketiciye ulaştırılmasına imkân sağlayacaktır. Firmalar açısından rekabetçi sürecin getirdiği baskı fiyatın marjinal maliyete yakın tutulması ile tüketici artığına olumlu yansiyacaktır. Keza sağlanan üretim etkinliğinin piyasada tüketiciler için etkin şekilde dağıtımına konu olması dağıtım etkinliğini beraberinde getirmektedir (Wiel 2010, 19).

Rekabet otoritelerinin çoğu yürüttükleri faaliyetler neticesinde artırılan toplam tüketici faydasını hesaplamaktadır. Çoğu rekabet otoritesi için zorunlu olmayan kamuoyuna açık olarak gerçekleştirilen hesaplamalar yoluyla rekabete aykırı eylemler ile rekabete aykırı yoğunlaşma işlemlerine müdahaleden artırılan tüketici faydasının ölçülmesi amaçlanmaktadır (ICN 2011). Rekabet otoriteleri tarafından yayımlanan etki analizi raporları, artırılan tüketici refahının kurumların sahip olduğu bütçenin oldukça üzerinde gerçekleştiğini göstermektedir (OECD 2013).

Söz konusu çıktıların hesaplanmasında tüketici refahı kıstas olarak kabul edilmekte ve bu kıstas üzerinden yayımlanan etki analizlerinde refah kazanımları gösterilmektedir. Rekabet otoriteleri tarafından müdahalenin olumsuz etkisi olmayacağı varsayımı ve ulaşılabilir geçmiş dönem verileri temel alınarak hesaplama yapılmaktadır (Davies ve Ormosi 2010, 20).

Rekabet otoriteleri tarafından yapılan hesaplamalar temel olarak, ihlalin son verilmesine yönelik verilen kararın doğru bir karar olduğu ve ihlale son verilmeseydi (*counterfactual analysis*); tüketicinin bundan zarar görmeye devam edeceği kabul edilerek yapılmaktadır. Müteakiben telafi edilen zararın, tüketicilere sağlanan faydaya denk olduğu kabul edilerek (i) ihlalden etkilenen pazardaki ciro, (ii) karar ile birlikte önlenen tahmini fiyat artış oranı ve (iii) ihlale müdahale edilmemiş olsa idi fiyat artışının devam edeceği süre gibi unsurlar dikkate alınarak hesaplama yapılabilmektedir (OECD 2014, 1-3).

OECD tarafından yayımlanan Rekabet Otoriteleri Tarafından Yürütülen Faaliyetlerinin Beklenen Etkilerinin Değerlendirilmesi Açısından Yol Gösterici Kılavuz (Yol Gösterici Kılavuz)<sup>75</sup>’un işaret ettiği genel ilkeler ile varsayımlara aşağıda sunulmaktadır<sup>76</sup>.

<sup>75</sup> Guide For Helping Competition Authorities Assess The Expected Impact Of Their Activities.

<sup>76</sup> Yol Gösterici Kılavuz, s. 2-3.

- Belirli bir dönem özelinde hesaplamanın yapılması (bir yıl, iki yıl vb.),
- Hesaplama geçmişe yönelik verilerin kullanılması,
- Müdahalenin olumsuz bir etkisinin olmayacağını varsayılması,
- Statik tüketici refahı tahmini hesaplamaları yanında mümkün olması durumunda dinamik tüketici refahı tahminlerinin de dâhil edilmesi,
- Etki değerlendirmesinin düzenli olarak yapılması,
- Etki değerlendirmesi hesaplamaların hem yıllık hem de yıllık hareketli ortalamalar ile birlikte sunulması,
- Sonuçların ihlal türlerine göre sunulması,
- Farklı hesaplama yaklaşımları nazara alınarak hesaplama yapılması (muhafazakâr ve normal vb.).

Etki değerlendirmeleri kaçınılmaz olarak belirli kurallar ve varsayımlar altında yapılan tahminleri içermektedir. Her halükarda rekabet otoritelerinin etki değerlendirmelerinin yapılmasında kullanılan yöntem ile varsayım açıklamalarının net bir şekilde gösterilmesi gerekmektedir.

İlgili kurumlarca yapılan etki değerlendirmelerinde kullanılan metotlar ve ulaşılan sonuçlarla ilgili olarak aşağıda sunulan hususların bilinmesi gerekmektedir (OECD 2014, 5):

- Ulaşılan sayısal sonucun gerçekleşmesi muhtemel etkilerin ön tahminlerini ortaya koyduğu,
- Yapılan tahminlerin ihlal sonucuna ulaşılmayan kararlar açısından herhangi bir değer taşımamakla birlikte önemli bir gösterge olduğu,
- Refah hesaplamasının genel olarak fiyat farkında meydana gelen değişiklik ile statik bir sonuç ürettiği,
- Hesaplamanın dışında kalan verimlilik ve inovasyon unsurlarının dinamik etkilerle sağlanan refahın da önemli bir parçası olduğu,
- Yapılan etki tahminlerinin caydırıcı etkiyle sağlanan refahı içermediği.

Sonuç olarak etki raporların düzenli olarak yayımlanması, geçmiş dönemli verilerin kullanılması, müdahalenin tüketici üzerinde olumsuz etkisinin olmaması, hesaplamaların farklı (ihtiyatlı-radikal) yöntemlere göre yapılması ve sonuçların ihlal türüne göre sunulması kriterleri ışığında ele alınmaktadır.

### 3.2. ABD'DE HESAPLAMA

1993 tarihli ABD Devlet Performans ve Sonuç Yasası (*Sentencing Reform Act 1993*)'na göre kamu kurumlarının düzenli olarak strateji ve performans planları hazırlaması öngörülmüştür. Bu kapsamda 1999 yılından bu yana FTC yıllık faaliyet raporlarında, stratejik plan kapsamında belirlenen hedeflerin değerlendirmesini yapmakta ve daha öz bir deyişle piyasada yaratılan etkinlik kazanımları ortaya koyulmaya çalışılmaktadır (Mudde 2013, 43). Antitröst politikasının tüketici refahını iyileştirip iyileştirmediğine ilişkin çalışmalara, FTC'nin yayımladığı yıllık faaliyet raporlarında yer verilmektedir. 1999 yılında başlatılan bu çalışmalar kapsamında, yoğunlaşma işlemlerine müdahaleden 200 milyon Amerikan Doları (Dolar) fayda elde edilmesi hedeflenmiş ve nihayetinde bunun ötesine geçilerek 1,7 milyar Dolar fayda elde edilmiştir (FTC 1999, 19).

DOJ ve FTC tarafından yapılan tüketici refah hesaplamalarında kullanılan yöntemler birbiriyle benzerlikler gösterse de, kullanılan varsayımların bazı farklılıkları bulunmaktadır. DOJ hesaplamasını; (i) kartel müdahalesi, (ii) yoğunlaşma dosyaları ve (iii) yoğunlaşma işlemleri haricindeki dosyalar üzerinden yapmaktadır. Aşağıda DOJ'nin farklı ihlal türlerinde tüketici refahı kazanımlarını zaman içerisinde nasıl ele aldığı açıklanmaya çalışılacaktır.

Öncelikle DOJ, kartele müdahale edilmesinden artırdığı faydayı, ilgili pazardaki toplam satışları (*volume of commerce*) %10 fiyat artış oranı ile çarparak elde etmektedir. İhlal süresinin bir yıldan kısa olması durumunda ise kartelin toplam süresine göre doğrusal oranlama yapılmaktadır (Mudde 2012,44). Rekabete aykırı yoğunlaşma işlemlerine müdahale edilmesinden elde edilen fayda ise ilgili ürün pazarındaki ticaret hacmi (*sales of relevant geographic and product market*)<sup>77</sup> ile müdahale edilmemesi durumunda yaşanacak fiyat artışının çarpılması yoluyla elde edilmektedir. Bu noktada fiyat artışı modeli, ilgili ürün pazarındaki pazar payı ve talep esnekliği koşulları altında yapılmaktadır. Tüketici talebi ile ürün maliyetini doğru tahmin edebilmek bu modelin uygulanmasında yaşanan en önemli zorluklardan biridir<sup>78</sup> (Werden 2008, 446-448). Yoğunlaşma

---

<sup>77</sup> OECD (2014)'ye göre hesaplamaların yapılmasında benimsenen ciro ticaret hacmi olarak belirtilmekle beraber FTC ve DOJ raporlarında ilgili kullanılan ciroya ilişkin bilgiler parantez içinde ayrıca verilmiştir.

<sup>78</sup> Konu ile ilgili ayrıca bkz. Davies ve Ormosi (2010, 22-23); Nelson ve Sun (2001, 927-929).

işlemleri için yapılacak hesaplamada, simülasyon kurulamaması halinde, bir yıl için %1’lik fiyat etkisi olacağı varsayılarak hesaplama yapılmaktadır.

Yoğunlaşma haricindeki müdahaleler yoluyla arttırılan tüketici faydası, ihlalin bir yıldan az olduğu varsayımı ile %1’lik fiyat artış oranı ve ilgili ürün pazarı ticaretin hacminin (*volume of commerce*) çarpılmasıyla elde edilmektedir. Bu yaklaşımın benimsenmesinin sebebi ise özünde yoğunlaşma harici işlemlerden kaynaklı kazanımların hesaplanmasında fiyat etkisinin ortaya koyulmasının güç olmasıdır (Nelson ve Sun 2001, 939). DOJ tarafından yapılan yoğunlaşma ve yoğunlaşma harici işlemlerden elde edilen refah hesaplamalarına dara kaybı (*deadweight loss*)<sup>79</sup> da eklenmektedir. Aşağıda FTC tarafından yapılan hesaplamalarda kullanılan varsayımlara yer verilecek ve ABD uygulamasına ilişkin çerçeve çizilmeye çalışılacaktır.

FTC tarafından rekabet politikasının etkilerini ortaya koymak için; (i) yoğunlaşma işlemleri ve (ii) yoğunlaşma harici işlemlere müdahaleden elde edilen tüketici faydası başlıkları altında hesaplama yapılmaktadır. Yoğunlaşma işleminde elde edilecek tüketici faydası dosya bazında hesaplanmaktadır. Yeterli verinin bulunmadığı veya modelin kurulamadığı dosyalar için ise ticaret hacmi (*volume of commerce*) ile %1’lik oran çarpılmakta ve fiyat artışının iki yıla yayılacağını öngörülmektedir (FTC 1999, 19; Werden 2008, 436-437). Fiyat artışının iki yıla yayılacağı varsayımı Yatay Yoğunlaşma Kılavuzu (*Horizontal Merger Guidelines*)<sup>80</sup>’nda giriş engelleri, kapasite ve etkinlik bağlamında yapılan değerlendirmelerde de görülmektedir. FTC yoğunlaşma dışı işlemlerden tüketiciye sağlanan fayda için ticaret hacmini kullanmakta, yoğunlaşmada kullanılan fiyat artışı oranına benzer olmakla beraber hesaplamada fiilin süresini farklı olarak bir yıl<sup>81</sup> kabul etmektedir (Mudde 2012, 47; Nelson ve Sun 2001, 925-926).

---

<sup>79</sup> Bir yoğunlaşma işlemine izin verilmemesi yahut koşullu izin verilmesinden sağlanan refah sadece fiyatın artışının engellenmesinden kaynaklı faydayı ifade etmemektedir. Bunun yanında, fiyat artışının engellenmesiyle tüketicilerin pazarı terk etmemesinden kaynaklı faydayı da refaha eklemek gerekmektedir. Yine benzer olarak, kartel anlaşmasına müdahale edilmesi ile düşük fiyatlı ürünlere tüketicinin talebinin artacağına da refaha eklenmesinin lüzumu vardır. Bu kapsamda müdahaleden kaynaklı gelecekteki faydaları hesaba katmak için dara kaybı tahmini hesaplamaya katılabilmektedir (OECD 2013, 10).

<sup>80</sup> Horizontal Merger Guidelines §§ 1.1, 1.2., <https://www.justice.gov/atr/horizontal-merger-guidelines-0>, Erişim Tarihi: 29.04.2021.

<sup>81</sup> OECD (2014)’de fiyat etkisinin iki yıl olacağı belirtilmektedir.

FTC'nin 2020 yılında yoğunlaşma işlemlerine müdahale edilmesiyle 1.78 milyar Dolar, yoğunlaşma harici işlemlere müdahale edilmesiyle 901 milyon Dolar refah artışı sağlanmıştır. FTC'nin %1 olarak belirlediği artış oranının üzerinde refah kazanımı sağladığı söylenebilecektir. Yoğunlaşma işlemlerinden kazanılan, tahmini refahın, etkilenen pazar cirosunun %2-3'ü oranında gerçekleştiğini göstermektedir. Ancak, yoğunlaşma harici işlemler için bu oranın-belirli bir aralıktan bahsetmek güç olsa da-son dört yıl için %1'in üzerinde olduğunu söylemek mümkündür (bkz. Ek-1).

FTC'nin 2020 Yıllık Performans Faaliyet Raporu ve daha öncesinde yayımlanan faaliyet raporu Komisyon, CMA ve NMA'dan ayrışmaktadır. Bu rapor, 2018-2020 mali yıllarını da kapsayan (i) tüketiciyi haksız ve aldatıcı ticari uygulamalardan korumak, (ii) pazarda rekabeti tesis etmek, (iii) sahip olunan sermayeyi, insan kaynağını ve bilgi teknolojilerini kullanarak performansı artırmak olmak üzere üç hedef etrafında şekillenmektedir. Bu doğrultuda, yayımlanan raporlarda belirtilen hedefleri destekleyen sayısal çıkarımların analizi yapılmaktadır.

Sonuç olarak ABD antitröst uygulamaları neticesinde artırılan tüketici faydasının gösterilmesi hususu, ABD Performans ve Sonuç Yasası hükümlerinden destek almaktadır. Öyle ki, sağlanması planlanan tüketici refahı düzenli olarak hedeflenmekte ve raporlanmaktadır. Bir sonraki bölümde Komisyon'un artırılan tüketici refahı hesaplamasında kullandığı yöntemlere değinilecektir.

### 3.3. AB'DE HESAPLAMA

Komisyon tarafından yayımlanan 2008 yılına ilişkin Faaliyet Raporu'nda 2007 yılında karara bağlanmış dosyalar özelinde tüketici faydası (*consumer savings*) analizi yapılmıştır. Komisyon kartel, yoğunlaşma işlemleri ve diğer ihlaller için ayrı ayrı hesaplamalar yapmaktadır. Kartellerin engellenmesi yoluyla sağlanan tüketici faydası analiz edilirken, tespit edilemeyen kartel üyelerinin etkilediği mal ve hizmetlerden elde edilen ciro çarpanı kullanılmakta; fiyat artışının %10 olacağı ve beş sene boyunca süreceği varsayılmaktadır. Kartel harici fiyat anlaşması benzeri ihlallere<sup>82</sup> müdahalelerden elde edilen fayda, etkilenen pazardaki ciro ile

---

<sup>82</sup> ABİDA 101, 102 ve 106. maddelerinden kaynaklanan kartel harici fiilleri içermektedir.



%10 fiyat artış oranının çarpılmasıyla bulunmaktadır. Yoğunlaşma işlemlerine ilişkin analiz yapılırken işleme izin verilmemesi yahut koşullu izin verilmesinin neticesinde gelecekte oluşma ihtimali olan %10'luk fiyat artışının engellendiği varsayımı ışığında, ilgili ürün pazarı cirosunun çarpıma dâhil edilmesi ile sonuç elde edilmektedir. Söz konusu hususlara ek olarak yapılan hesaplamalar enflasyon vb. koşullar sebebiyle iskonto oranı kadar (annual *discount rate*) indirgenerek<sup>83</sup> yapılmaktadır. Bahsi geçen varsayımlar kullanılarak yapılan hesaplamalara istinaden 2007 yılı kartel ihlallerinden 9 milyar Avro, kartel harici ihlallerden 3 milyar Avro ve yoğunlaşma işlemlerine müdahaleden ise 1,3 milyar Avro tüketici refahı kazanımı hesaplanmıştır (European Commission 2007). İlgili raporda kullanılan varsayımların muhafazakâr bir yaklaşımın ürünü olduğu, dolayısıyla fiili hesaplanan değerlerin, gerçekteki durumu tam olarak yansıtmaktan uzak olduğu, esasında hesaplanandan daha yüksek refah kazanımı sağlandığı düşünülmektedir.

Hesaplamalarda kullanılan varsayımlar 2011 yılında nispeten değişime uğramış ve kartel ihlaline müdahaleden kazanımlar %5-15'lik fiyat artış oranı temel alınarak hesaplanmaya başlanmıştır. Daha evvelki uygulamada beş yıl olarak varsayılan kartel süresi istikrarsız karteller için bir yıl, nispeten sürdürebilen karteller için üç yıl, istikrarlı karteller için altı yıl olarak uygulamaya koyulmuştur (European Commission 2011). 2015 yılında yayımlanan raporda ise %10-15'lik fiyat artış oranı temel kabul edilerek kartellere müdahaleden elde edilen fayda hesaplaması yapılmıştır (European Commission 2015, 15).

Komisyon, karteldeki yaklaşımına benzer olarak, yoğunlaşma işlemine doğrudan izin verilmemesi senaryosunda, ilgili ürün pazarındaki cironun %10'una karşılık gelecek bir refah artışı söz konusu olduğunu belirtmektedir. Komisyon'un bir işleme izin vermeyerek veya koşullu izin vererek tüketici refahını artırdığı varsayılmaktadır (European Commission 2010 18-21). Komisyon, yoğunlaşma işlemine müdahaleye yönelik refah artışı hesaplamasını 2011'de değişen metotla beraber kabul edilen %10'luk fiyat artışı varsayımının yerine, daha modern yaklaşım olan devralma simülasyonu kullanmaktadır. Bunun mümkün olmaması halinde, geçmişte yapılan simülasyon pratiğiyle ortaya çıkan fiyat artış

<sup>83</sup> İndirgeme oranı, kararın verildiği izleyen yıl veya yıllarda refah hesaplamaları yapıldığından gerçek değeri hesaplamada zaman unsuru da göz önüne alınarak kullanılmaktadır. Komisyon %3,5 indirgeme oranını tercih etmektedir.

oranlarının ortalaması esas alınmaktadır. Elde edilen refah kazanımına ayrıca %1 oranında etkinlik kazanımı (*enhanced efficiency*) da eklenmektedir (OECD 2013,6). Dolayısıyla belirli bir oranın esas alınması yerine piyasa koşulları ile tüketici refahını göz önüne alan bir yaklaşım benimsenmiştir. Kartel dosyaları için yapılacak etki analizine benzer bir çalışmayla, yoğunlaşma işleminde beklenen fiyat artışının süresini iki, üç ve beş yıl olacak<sup>84</sup> şekilde sınıflandırılmıştır. Diğer rekabet ihlalleri ve yoğunlaşma işlemlerine müdahale etmenin refah hesabında kullanılan %10 fiyat artışı varsayımı, 2011 yılına kadar kullanılmıştır (European Commission 2011, 20-23).

Komisyon, 2011 yılında yapılan refah hesaplamasında hâkim durumun kötüye kullanılması ve dikey anlaşmalardan kaynaklı ihlallere, piyasanın kendine özgü yapısı ve yapısal farklılıkları gerekçesiyle yer vermemiştir (European Commission 2011, 6-8; Mudde 2012, 49-52). Keza, fiyat artışı varsayımlarının yapılmasında geçmiş tarihli dosyalarda yapılan hesaplamaları dikkate almıştır. Komisyon, söz konusu ihlal türlerinin tespit edilmesi ve engellenmesiyle elde edilen tüketici refahı artışı için hesaplama yapmamaktadır. Bunun sebebinin dosya sayısının sınırlı olması ve bazı gizlilik gerekçeleri olduğu düşünülmektedir (Rekabet Kurumu 2021, 16).

Komisyon'un kümülatif olarak tüketici refahının hesaplama sonucunun yer verildiği son faaliyet raporu 2015 yılında yayımlanmış ve 2013 yılında karara bağlanan dosyalar ekseninde bir analiz yapılmıştır. Tüketici refahı vurgusuna ayrıntılı ve geniş bir biçimde yer verilen bu raporda, kartel ihlaline müdahaleden 4,89-5,92 milyar Avro, yoğunlaşma dosyalarında ise 300-700 milyon Avro refah artışı sağlandığı sonucuna ulaşılmıştır (European Commission 2015).

Sonuç olarak, Komisyon'un güncel durumda çıktı etkisi temeline dayanan yürüttüğü çalışmalarının sayısı azalmış olsa da, faaliyet raporlarında rekabete aykırı işlemler ve yoğunlaşma işlemlerine müdahale ile tüketici refahının doğrudan tesis edildiği sık sık vurgulanmaktadır (European Commission 2020, 3;7). Kullanılan hesaplama varsayımları yoğunlaşma işlemlerinde diğer ülke

---

<sup>84</sup> OECD (2013, 2014) kaynaklarında beklenen fiyat artışı süresi 2-7 yıl olarak belirtilmektedir. Bununla beraber, Mudde(2012) fiyat artışının süresini iki, üç ve beş yıl olacak şekilde sınıflandırmıştır. European Commission (2015)'de ise fiyat artış süresinin iki yıl olacağı durumda fiyat artış oranının %3, iki yıldan uzun süreceği durumda fiyat artış oranını %5 olarak kabul etmektedir.

uygulamalarına benzemekle beraber, kartel ihlali için ayrışabilmektedir. Komisyon gibi uzun süredir refah kazanımlarını hesaplayan CMA uygulamasına bir sonraki başlıkta yer verilecektir.

### 3.4. BK'DE HESAPLAMA

CMA<sup>85</sup> tüketici refahına yönelik etki analizlerinin yapılmasında kullanılan metodolojiler açısından öncü otoritelerden biridir. CMA 2005'ten bu yana rekabete aykırı davranışlara ve yoğunlaşma işlemlerine müdahaleden elde edilen tüketici faydasını göstermeye yönelik etki analizi<sup>86</sup> raporları yayımlayarak, sağlanan etkilere vurgu yapmaktadır. 2005 yılında yayınlanan etki analizi raporunda 2000-2005 dönemi için etki değerlendirmesi yapılmıştır. 2005 yılında yayınlanan raporda %3,5 sosyal iskonto oranı (*social time preference rate*) hesaplaması kullanılmıştır (Mudde 2012, 39). Ayrıca CMA'nın en güncel etki analizi raporunda tüm ihlal türünden gelen kazanımlar için 3.5 sosyal iskonto oranı<sup>87</sup> kullanılmaya devam etmektedir (CMA 2020,10).

Kartellere müdahaleden elde edilen fayda, kartel üyelerinin cirosu, kartele müdahale edilmeseydi devam edeceği süre ve %10'luk fiyat artış oranının çarpılmasıyla elde edilmektedir. 2010 yılında yapılan değişiklikle bu yaklaşık değerlerde (*rule of thumb*) değişikliğe gidilmiş, fiyat artış oranı %15 olarak kullanılmaya başlanmıştır (OFT 2010, 40). Zimmerman ve Connor (2005) tarafından yapılan çalışmada 1990-2004 yılları arasındaki ulusal kartellerin ortalama süresinin altı yıl dört ay<sup>88</sup> olduğu tespit edilmiştir. CMA söz konusu çalışmayı referans alarak fiyat artışının altı yıl boyunca süreceği varsayımını kullanmıştır (OFT 2010, 24-25).

2007 sonrası yoğunlaşma işlemleri için kullanılan %1'lik etki varsayımı yerine, dosya bazında kullanılan simülasyon modelleriyle fiyat artışları tahmin edilmeye başlanmıştır (OFT 2008,18). Pazar payı, güncel fiyat bilgisi, kârlılık ve varlık yapısına göre simülasyon modeli kurularak yoğunlaşma işlemi öncesi ve sonrası karşılaştırması ile oluşacak fiyat artışı tahmin edilmeye çalışılmıştır (OFT 2010, 16-17; Mudde 2012, 40). Bu yöntem ile hesaplama yapmanın mümkün

---

<sup>85</sup> CMA çalışmalarından faydalandığı ilgili yılda OFT adı altında faaliyet göstermekteydi. Bu nedenle anılan kurum CMA olarak ifade edilmektedir.

<sup>86</sup> "Positive Impact" ve "Impact Assesment" isimleriyle yayımlanmaktadır.

<sup>87</sup> HM Treasury tarafından belirlenen oran kullanılmaktadır.

<sup>88</sup> Çalışma için bkz. Zimmerman ve Connor (2005).

olmaması halinde daha önce kurgulanan modelden elde edilen fiyat artışlarının ortalaması alınıp hesaplama dâhil<sup>89</sup> edilmiştir. Yoğunlaşma işlemlerinin etkisinin iki yıl süreceği hesaba dâhil edilmekte ve kazanılan refaha dara kaybı tahmini de eklenmektedir (OECD 2013, 6). Hâkim durumun kötüye kullanılması davranışına müdahale ile artırılan tüketici faydasında etkilenen mal ve hizmetlerden elde edilen ciro kullanılarak, fiile müdahale edilmeseydi fiyat artış oranını %10 ve fiyat artış süresinin altı yıl süreceği varsayılmaktadır (OECD 2014, 6). CMA performansını ortaya koymak için yayınlanan “2019-2020 Etki Analizi” raporunda, 2017-2020 dönemi için tüketicilere sağlanan toplam faydanın 4 milyar Pound olduğu, yıllık ortalama faydanın ise 1,3 milyar Pound olduğu hesaplanmıştır. Buna ek olarak CMA toplam bütçe giderinin 14,6 misli kadar refah kazanımı sağlamıştır (Bkz. Ek-2).

Sonuç olarak CMA, ilgili hesaplamaların yapılmasında (OFT 2010), (OECD 2014) çalışmalarında yer alan yöntemlerden faydalanmıştır. Etki tahminlerinin yapılmasında, vaka tamamlandıktan sonra oluşan bilgi ile *ex-post* şekilde yapılırken, pazar araştırmaları/çalışmalarında ise gelecekte beklenen faydalar hesaplanmaktadır. Ayrıca raporda, karar alma süreçlerine katkı sağlamak için, geçmiş müdahalelerin etkisinden dersler çıkarılmaya çalışıldığı ifade edilmektedir (CMA 2020). Doğrudan tüketici faydasına yapılan vurgunun sebebi ise, rekabete aykırı davranışlar ve yoğunlaşmaların caydırıcı niteliğinden sağlanan etkinin kesin olarak ölçülememesinden kaynaklanmaktadır. Bununla beraber, rekabet otoritelerinin verdiği kararların caydırıcılığı ile gelecekte yaşanacak rekabet karşıtı davranış ve eylemlerin engellenmesinden de refah katkısı sağlandığı yönünde görüşler de bulunmaktadır (CMA 2020, 6). Bir sonraki başlık altında, yukarı da yer verilen otorite uygulamaları ile OECD uygulamasını harmanlayarak kullanan Türkiye'nin hesaplama yaklaşımına yer verilecektir.

### 3.5. TÜRKİYE'DE HESAPLAMA

Türkiye müdahaleler yoluyla artırılan tüketici refahı hesaplamasına yönelik çalışmalar kayıtsız kalmamıştır. Kurum ilk etki analizi çalışmasını kuruluşunun 20. yılında düzenlenen sempozyum ile 2014-2016 yıllarını kapsayan bir raporla

---

<sup>89</sup> CMA raporlarında simülasyonda kullanılan oranlarla ilgili çalışma yer almamış olmak beraber, OFT (2010,17-18) raporunda 2006-2009 yılındaki yoğunlaşma işlemleri için yapılan 15 işlem için ortalama fiyat artışı oranının %8 olduğunu bulmuştur.

sunmuştur. Daha sonrasında etki analizi çalışmaları iki yıllık dönemler için (2017-2018 ve 2019-2020) yapılmıştır (Rekabet Kurumu 2021, 1). İlgili raporda, CMA, FTC, DOJ, ACM<sup>90</sup> tarafından yapılan analizlerdeki uygulama farklılıkları ve OECD'nin tavsiye ettiği hesaplama yöntemleri doğrultusunda: (i) muhafazakâr senaryo ve (ii) OECD yaklaşımı çerçevesinde etki analizi çalışması ortaya konulmuştur. Anılan iki metot dikkate alınarak tüm ihlal türleri için belirlenmiş oran çerçevesinde refah hesaplaması yapılmıştır. Bununla birlikte, yeniden satış fiyatının belirlenmesi (YSFB) yoluyla rekabetin kısıtlandığı dikey anlaşmalara yönelik müdahaleler ile arttırılan tüketici faydası, Komisyon yaklaşımına benzer olarak ilgili hesaplamaların dışında tutulmuştur.

Kurum tarafından, diğer rekabet otoritelerinin etki analizlerinde benimsedikleri süre ve fiyat artış varsayımlarından en düşük olanlar temel alınarak yapılan hesaplama göre (muhafazakâr senaryo), karteller, hâkim durumun kötüye kullanılması ve yoğunlaşma işlemleri için sırasıyla %10, %1 ve %1 fiyat artış oranı kullanılmıştır. Fiyat artış süresi ise üç ihlal türü için bir yıl olarak kabul edilmektedir. Muhafazakâr senaryo kapsamında 2019-2020 yılı için yıllık ortalama 1,89 milyar Türk Lirası (TL) olmak üzere toplam 3,79 milyar TL tüketici refahı elde edildiği hesaplanmıştır. 2019-2020 dönemi için hesaplanan toplam refah kazanımı 2014-2016 ve 2017-2018 dönemlerinin oldukça üzerinde hesaplanmıştır (Bkz. Ek-3). Muhafazakâr senaryoda dahi kayda değer refah kazanımları, sağlanan etkinin önemine işaret etmektedir.

Etki analizi için yapılan çalışmada, OECD yaklaşımında diğer ülke uygulamalarına kıyasla kısmen muhafazakâr kısmen de daha sert bir yaklaşım gösterilmektedir. OECD tarafından ihlal türüne göre benimsenen fiyat artış oranı karteller, hâkim durumun kötüye kullanılması ve yoğunlaşma işlemleri için sırasıyla %10, %5 ve %3 kabul edilmektedir. Fiyat artış süresinin ise karteller ve hâkim durumun kötüye kullanılmasında üç yıl, yoğunlaşma işlemlerinde iki yıl olduğu varsayılmıştır. OECD yaklaşımı kapsamında elde edilen tüketici refahı 2019-2020 dönemi için yıllık ortalama 5,27 milyar TL olmak üzere toplam 10,55 milyar TL hesaplanmıştır. Bu dönemde elde edilen toplam fayda 2017-2018 için elde edilen faydanın da oldukça üzerinde gerçekleşmiştir (Bkz. Ek-3).

<sup>90</sup> Çalışmanın yapıldığı dönem NMA ismiyle anılan Hollanda Rekabet Otoritesi çalışma kapsamında ACM olarak anılmaktadır.

Anılan verilerden anlaşılacağı üzere, OECD yaklaşımında belirtilen ülke uygulamalarına göre -özellikle kartel fiyat artış oranı ve süre varsayımı bakımından- ciddi farklılar bulunmaktadır. OECD yaklaşımına göre 2019-2020 dönemi için hesaplanan ortalama fayda, diğer iki dönemde sağlanan faydanın hayli üzerinde konumlanmıştır. Öte yandan bu dönem için sağlanan faydaya en büyük katkı kartel ve benzeri anlaşmalar kaleminden (yıllık ortalama 4,68 milyar TL) gelmektedir. OECD metodolojisi ile 2014-2020 döneminde tüketiciye sağlanan toplam fayda değerlerinin yıllar içerisinde ciddi ilerlemeler kaydettiği görülmektedir (Bkz. Ek-3).

Yukarıda çerçevesi çizilen etki analizlerindeki fayda tahmininin yanında, sağlanan refahın bütçe harcamalarından kaç kat fazla olduğu da hesaplanmaktadır. Bir başka ifadeyle söz konusu oran, harcanan birim paranın karşılığı olarak kaç birim refah artışı sağladığını sorgulamaktadır. Güncel çalışmalar temel alınarak karşılaştırma yapılabilmesi için yeterli verinin bulunduğu ABD, BK ve Türkiye'nin 2019-2020 yıllarına ilişkin fayda/maliyet oranı aşağıda sunulmaktadır<sup>91</sup>.

**Tablo 1:** ABD, BK ve Türkiye Fayda/Maliyet Oranları

Ülke	Fayda/Maliyet Oranı
ABD	34,36 <sup>92</sup>
BK	14,6
Türkiye	44 <sup>93</sup>

**Kaynak:** CMA (2020); FTC (2020); Rekabet Kurumu (2021)

Ülke otoritelerinin sahip oldukları kaynağa karşılık ülke ekonomisi için sağladıkları refahın oransal olarak hesaplanması, sağlanan etkiyi gösteren önemli göstergelerden biridir. Sonuç olarak, şeffaflık, hesap verilebilirlik ve iyi yönetim (*good governance*) ilkeleri ışığında yapılan hesaplamalar ekonomide yaratılan etkiyi ortaya somut olarak belirleme ve rekabetin tesis edilmesinde otoritelerin yerini ortaya koyma bakımından önem arz etmektedir.

<sup>91</sup> Komisyon ve ACM tarafından 2019-2020 yılları için yapılan güncel çalışmalar mevcut olmadığından ABD, UK ve Türkiye'ye oranlarına yer verilmiştir.

<sup>92</sup> Birleşme/devralmalar alanındaki müdahaleleri neticesinde tüketicilere sağlanan faydalar/ayrılan bütçe oranı (25,7) ile Birleşme/devralma harici faaliyetler bakımından tüketici faydalar/ayrılan bütçe oranının (45,95) geometrik ortalaması alınarak hesaplanmıştır.

<sup>93</sup> Muhafazakâr senaryoya göre yıllık ortalama tahmini fayda, bütçe giderinin 15,8 katıdır.

Bu bilgiler ışığında, refah hesaplaması otorite uygulamaları açısından sadece kartel ve yoğunlaşma işlemleri için benzerlik göstermektedir. Bununla birlikte, hesaplama yapılırken dikkate alınan oran ve süre varsayımları dramatik bir biçimde olmasa da bazı farklılıklar barındırmaktadır. Komisyon, hâkim durumun kötüye kullanılmasını ve dikey ihlalleri çoğu durumda hesaplama dışı tutmaktadır (European Commission 2015). Bu durumun dosya sayısının azlığı ve gizlilik endişelerinden kaynaklandığı düşünülmektedir. Öte yandan, vurgulanması gereken bir diğer husus ise öncü rekabet otoritelerinin geçmişten günümüze değin tüketici refahını çeşitli varsayımlarla hesaplama çabasıdır. Ülkemizde yeni yeni yeşeren refah hesaplama girişimlerinin gelecekte de devam etmesi bu bakımdan oldukça önemlidir.

## BÖLÜM 4

# TÜKETİCİ REFAHININ HESAPLANMASINDA TÜRKİYE İÇİN ÇIKARIMLAR

Çalışmanın bir önceki bölümünde, OECD direktifleri doğrultusunda tüketici refahı hesaplamalarında kullanılan varsayım ve ilkelere değinilmiştir. Ardından ABD, AB, BK, Türkiye refah hesaplaması uygulamalarının benzerlik ve farklılıklarından bahsedilmiştir. Bu bölümde tüketici refahı hesaplamasında Türkiye uygulaması için çıkarımlara yer verilirken refahın hesaplanmasında kullanılan (i) ciro, (ii) fiyat artış oranı, (iii) ihlal süresi varsayımları ile otorite uygulamaları karşılaştırılacak; sonrasında her bir varsayım başlığı altında Türkiye uygulaması için öneri ve tavsiyelerde bulunulacaktır.

Kurum tarafından ABD, Komisyon ve BK'nin etki analizi alanındaki çalışmaları ile OECD'nin konu hakkındaki önerileri takip edilerek Temmuz 2017'de, 2014-2016 yılları arasındaki üç senelik dönemi kapsayacak nitelikte Kurul kararlarının etkileri değerlendirilmiştir. Ekonomik Analiz ve Araştırma Dairesi (EAAD) nezdinde 2017-2018, 2019-2020 olmak üzere ikişer yıllık dönemleri kapsayacak şekilde etki analizi çalışması yapılmıştır. Kurul kararlarının tüketici refahına olan katkısının ortaya koyulması için ölçülebilir ekonomik tahminlerle ilgili çalışmalar gerçekleştirilmiştir (Rekabet Kurumu 2021). AB üye ülkeler ile diğer ülke refah hesaplaması uygulamaları benzerlik teşkil ediyor olsa da belirli bir yeknesaklığa ulaşmış yöntemden bahsetmek mümkün değildir. İlgili hesaplamaların yapılmasında temel dayanak noktası, farazi bir yaklaşımla, rekabet otoriteleri tarafından ihlale konu davranışa son verilmeseydi, yaşanacak fiyat artışları sebebiyle tüketicinin refah kaybedeceğidir. Tüketiciler açısından def



edilen olumsuz halin yerini artışı sağlanan tüketici faydası almaktadır (SCA 2012, 26). En nihayetinde rekabete aykırı davranışa müdahale edilmesiyle artırılan tüketici refahı hesaplanmaktadır.

CMA ve Komisyon tarafından benimsenen tüketici refahı hesaplamasında kullanılan varsayımlar, piyasa yapısı ve teşebbüs karakteristiği kapsamında şekillenmiştir (OFT 2010, 25; European Commission 2015). Türkiye uygulamasında ölçülebilir etki analizi çalışmalarında hesaplamada kullanılabilir ciro, fiyat artış oranı ve fiyat artış süresi varsayımlarına değinilecektir. Bu yaklaşım, kullanılan oranların uygulama için tutarlı olup olmadığı, farklı ülke uygulaması karşılaştırmaları ve geçmiş Kurul kararları ile birlikte verilecektir.

#### 4.1. CİRO

Tüketici refahının hesaplanmasında kullanılacak ciro çarpanının belirlenmesinde dar olan seçeneğe göre (BK yaklaşımı), sadece müdahale edilen firmaların cirosu esas alınmaktadır (birleşme/devralma tarafları, anlaşma tarafları vb.). Geniş olan seçeneğe göre (ABD yaklaşımı) ise ihlalin yarattığı zincirleme etki dikkate alınarak, ilgili ürün pazarında faaliyet gösteren tüm firmaların cirosunun yahut ilgili ürün pazar cirosunun temel alınması uygun görülmektedir (OECD 2013). Dikey/yatay anlaşmalara ve hâkim durumun kötüye kullanılmasından doğan ihlallere müdahale ile artırılan tüketici refahının hesaplanmasında, genellikle dar tanım dikkate alınırken yoğunlaşma işlemlerine müdahaleden elde edilen faydanın hesaplanmasında geniş tanımdan yararlanılmaktadır.

Muhtelif rekabet otoriteleri ve karar mercilerinin tüketici refahı hesaplamalarında kullandıkları ciro bilgisi ihlal türü bazında ayrışmaktadır. Temel alınacak ciro seçiminde daha muhafazakâr yaklaşan otoriteler bulunmakla beraber, ciro seçimini daha geniş pazara yayan otorite uygulamaları mevcuttur (OECD 2013).

Mudde (2012)'ye göre otoritelerin tüm ihlal türleri için uygulanacak yeknesak bir ciro temel almaması ihtiyatlı veya daha az ihtiyatlı bir yaklaşım sergilemeleri ile açıklanabilecektir (Bkz. Ek-4). Bu kapsamda, bazı otoriteler refah hesaplamalarında doğrudan ilgili ürün pazarı cirosunu kullanıyor iken bazıları ticaret hacmini, bir kısmı ise etkilenen pazar cirosunu kullanmaktadır.

DOJ benimsediği muhafazakâr yaklaşımında, kartellere müdahaleden elde edilen fayda hesaplamasında ilgili ürün pazarı cirosunu (*relevant product turnover*) kullanmasıyla farklılaşmaktadır. Keza CMA, ACM ve Komisyon kartel üyelerinin cirosunu (*turnover of cartel participants*), bir başka değişle kartelin fiyatını etkilediği mal ve hizmetlerden elde edilen ciroyu temel almaktadır. Rekabet Kurumu (2021) raporunda benimsenen kartel üyelerinin toplam cirosunun tüketici refahı hesabına temel teşkil edeceği düşünülmektedir.

Hâkim durumun kötüye kullanılması davranışına müdahale edilmesiyle artırılan tüketici refahı hesaplanmasında ACM hâkim durumdaki firmanın cirosunu; diğer otoriteler ise ilgili ürün pazarı cirosunu (*relevant product market turnover*) kullanmaktadır. OECD (2014) yaklaşımı ile benzer olarak hâkim durum dosyalarında ihlal tarafı/ taraflarının cirosunun alınması gerektiği düşünülmektedir.

ABD, AB, BK uygulamaları ve OECD tavsiyeleri incelendiğinde, yoğunlaşma işleminden sağlanan kazanımların hesaplanmasında ilgili ürün pazarı toplam cirosunun (*turnover of relevant market*) referans alındığı anlaşılmaktadır (Mudde 2012, 54). Bilhassa yoğunlaşma işlemlerinde çoğu otorite tarafından simülasyon modelleri ile fiyat artış oranı tahmin edildiği için diğer rakiplerin de ne kadarlık fiyat artışı yapabileceği hesaplanabilmektedir. Bu hesaplamada ilgili ürün pazarı cirosu çarpan kabul edilmektedir. Yoğunlaşma işlemi refah kazanımı hesaplamalarında ilgili ürün pazarı cirosu üzerinden hesaplama yapılmasının, simülasyonla diğer firma fiyat artış oranlarının da tahmin edilmesinden kaynaklandığı söylenebilir. OECD (2014) çalışmasında, yoğunlaşma işlemlerine müdahaleden elde edilen faydayı hesaplamada işlem taraflarının cirosunun alınabileceğini belirtmektedir. Buna paralel olarak yoğunlaşma işlemlerinden kazanımların hesaplanmasında, daha önceki Kurum Etki Analizi raporlarında kullanılan uygulamaya benzer şekilde işlem taraflarının cirosunun temel alınabileceği düşünülmektedir.

#### 4.2. FİYAT ARTIŞ ORANI

Rekabet otoritelerince tüketici refahının hesaplanmasında dikkate alınan bir diğer unsur fiyat artış oranıdır. Yoğunlaşma işlemlerinde tek bir artış oranı benimsemek yerine -işlemin ve yoğunlaşmanın gerçekleştiği pazarın izin verdiği ölçüde- yoğunlaşma simülasyonu yöntemi de tercih edilebilmektedir (OFT 2010).

En iyi tahmini ifade eden tek fiyat artış oranının kullanılmasının gerekçesi ise dosyalara özgü bir fiyat artış oranı verisine erişimin zor olmasıdır (OECD 2013). Yayımlanan etki analizi raporlarında genel eğilim yoğunlaşma dosyalarında simülasyon yönteminin tercih edilmesi (OFT 2010 5-6), bu yöntemin mümkün olmaması durumunda ise %1 fiyat artış oranının baz alınması gerektiği yönündedir.

Hâkim durumun kötüye kullanılması dosyalarında ise ABD'nin İngiltere ve Hollanda otoritelerinin yaklaşımından ayrıştığı anlaşılmaktadır (Mudde 2012). Kartele bağlı fiyat artış oranının ise çoğu rekabet otoritesi tarafından 10% olarak tahmin edildiği görülmektedir (Rekabet Kurumu 2021). Bununla birlikte her bir ihlal türü için referans alınacak fiyat artış oranı farklılık göstermekte olup (Bkz. Ek-4), sonraki başlıklarda hem bu hususlara değinilecek hem de temel önerilere yer verilecektir.

#### **4.2.1. Yatay Anlaşmalara Müdahale ile Artırılan Tüketici Refahı Hesaplamasında Kullanılan Fiyat Artış Oranı**

Refah hesaplamasında kullanılan fiyat artışı varsayımı önceki ihlal dosyalarında gözlemlenen fiyat artışı oranları temel alınarak belirlenebilmektedir. Connor (2014, 6) çalışmasında, farklı coğrafi bölge ve ülkelerde rekabet otoriteleri tarafından incelenen kartel dosyalarındaki verilerden faydalanarak, kartel kaynaklı fiyat artış oranlarına yönelik geniş kapsamlı değerlendirmelerde bulunmuştur. Yüksek fiyat oranı (*overcharge ratio*)<sup>94</sup>, kartel anlaşması ile dayatılan fiyattan rekabetçi fiyat veya kıyas fiyatın (*benchmark price*) çıkarılması sonrasında kartel fiyatına bölünmesi ile elde edilen değeri ifade etmektedir. Fiyat artış oranının hesaplamasında seçilen örneklemin dar olması farklı çıktılara sebebiyet vermektedir. Literatürde yüksek fiyat oranına ilişkin yapılan çalışmalar aşağıda sunulacaktır. Ayrıca Connor (2014, 59), 1540 kartel örneklemini üzerinden yaptığı çalışmada, ortalama fiyat artış oranını 48.7 olarak hesaplamıştır. Bununla birlikte dikkat çekici olan husus ise, kartel örneklemindeki dosyaların %60'ından fazlasında artış oranının %20 seviyesinde seyretmesidir.

---

<sup>94</sup>  $P_m$  =Kartel Fiyatı,  $P_c$  =Kıyas Fiyat. Artış Oranı =  $(P_m - P_c)/P_c$ .

**Tablo 2:** Kartel Ortalama Fiyat Artışına Yönelik Çalışmalar

Kaynak	Kartel Dosya Sayısı	Ortalama Fiyat Artışı (%)
Cohen ve Scheffman (1989)	5-7	7,7-10,8
Werden (2003)	13	21
Posner (2001)	12	49
Levenstein ve Suslow (2006)	22	43
Griffin (1989)	39	28
OECD (2003) <sup>95</sup>	13	21,6
Davies and Majumdar (2002)	23	24,9-33,9
Toplam	127-129	32,4 <sup>96</sup>

**Kaynak:** Connor (2014, 28)

2000-2013 dönemini kapsayan, 86 örneklem üzerinden yapılan çalışmada, fiyat artış oranları; Komisyon kararları için 34,5, FTC ve DOJ için ise 31,5 olacak şekilde hesaplanmıştır (Connor 2014, 77-78).

Kurum uygulaması için kullanılabilir fiyat artış oranı için tavsiyeleri somutlaştırmak için Kurul'un 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında değerlendirdiği ve fiyat artış oranına dair analiz yaptığı altı dosyaya dair bilgiler aşağıda sunulmaktadır<sup>97</sup>.

<sup>95</sup> İlgili raporda fiyat artış oranının genellikle %15-20 arasında olduğu belirtilmiştir.

<sup>96</sup> İlgili hesaplama doğru bir hesaplama yapabilmek açısından geometrik ortalama alınarak yapılmıştır. Cohen ve Scheffman (1989) oranı 9,25, Davies ve Majumdar (2002) oranı 29,4 değeriyle, oran aralıklarının ortalaması kabul edilmiştir.

<sup>97</sup> 2011 yılından itibaren yayımlanan kurul kararlarında geçen “fiyat artış oranı” ve “fiyat artış” kelimeleri ile arama yapılarak karar taraması yapılmıştır. Cezai müeyyide içermeyen dosyalar tabloya dâhil edilmemiş olup, son 10 yıl içerisinde ihlal tespit edilip cezalandırılan firmaların ihlale benzer fiyat artış oranlarıyla devam edeceği varsayılarak fiyat artış oranı konusunda çıkarım yapılmaya çalışılmaktadır. Söz konusu kararlardan açık şekilde fiyat artış oranına vurgu yapılanlar tabloya eklenmiştir.

**Tablo 3:** Yatay Anlaşma Kararları Fiyat Artış Oranı

Dosya İsmi	Ürün	Fiyat Artış Dönemi	Fiyat Artış Oranı (%)
Ege Çimento I <sup>98</sup>	PKÇ/B 32.5 Torbalı Çimento	Nisan 2002-Ekim 2002	Batıçim-57,28 Akçansa-82,85 Çimentaş-67,51 Denizli-130,76
Otomotiv <sup>99</sup>	Otomobil	Mayıs 2006-Eylül 2006	Toyota-13,46 Ford-16,48 VW-11,55 Peugeot-5,78
Beyaz Et <sup>100</sup>	Bütün Piliç	Mart 2016-Temmuz 2016, Ekim 2016	5 <sup>101</sup>
Ege çimento II	CEM I 42.5	Ocak 2013-Ocak 2015	85,23 <sup>102</sup>
Volkan Metro <sup>103</sup>	Otobüs bileti	Ocak 2011 ve Şubat 2013	36
Metro/Konya Turizm <sup>104</sup>	Otobüs bileti	Mayıs 2013 öncesi ve sonrası	41,93 <sup>105</sup>
Aritmetik Ortalama: 44,09		Geometrik Ortalama: 28,80	

Bu kapsamda, teşebbüslerin farklı dönemlerde yaptığı fiyat artış oranının aritmetik ortalaması %44,09 ve geometrik ortalaması %28,80 şeklinde hesaplanmıştır. İdari para cezası uygulanan, fiyat anlaşmasını konu alan tüm Kurul kararlarında, ihlal öncesi ve sonrası fiyatların karşılaştırılmasıyla fiyat artış oranı

<sup>98</sup> Rekabet Kurulunun 02.12.2004 tarih ve 04-77/1108-277 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=32a41c8c-22b7-419a-89b0-1a6b5be5c7e0> , Erişim Tarihi: 15.03.2021).

<sup>99</sup> Rekabet Kurulunun 18.4.2011 tarih ve 11-24/464-139 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=b2bac617-7340-433a-99b8-b9ff8d3e1934> , Erişim Tarihi: 15.03.2021).

<sup>100</sup> Rekabet Kurulunun 13.03.2019 tarih ve 19-12/155-70 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=ecfabeca-53c4-44e3-9d86-648ddea2d7b>, Erişim Tarihi: 15.03.2021)

<sup>101</sup> 11 teşebbüse ait üç farklı tarih için paylaşılan öncesi ve sonrasına göre fiyat artışlarının %5 üzerinde seyretmesi sebebiyle %5'lik oran kabul edilmiştir.

<sup>102</sup> İlgili ürünün sekiz ayrı ildeki fiyatının verilmiş olduğu görülmektedir. Sekiz ayrı artış oranının geometrik ortalaması alınarak hesaplama yapılmıştır.

<sup>103</sup> Rekabet Kurulunun 02.12.2013 tarih ve 13-67/928-390 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=c1213ec1-a954-4dcb-a519-bd35c5db0f09>, Erişim Tarihi: 15.03.2021)

<sup>104</sup> Rekabet Kurulunun 31.01.2013 tarih ve 13-08/94-55 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=1c73d3f9-3651-47db-9098-4c648e94d8a8>, Erişim Tarihi: 15.03.2021)

<sup>105</sup> Dört il için verilen fiyat artış oranlarının geometrik ortalaması alınmıştır.

hesaplanmamaktadır. Ancak, yukarıda sunulan Kurul kararlarından anlaşılacağı üzere, ilgili dosyalar kapsamında incelenen ürünlerin fiyatında meydana gelen fiyat artış oranı %20'nin üzerinde seyretmektedir.

Kurum yatay anlaşmalara müdahale ile artırılan tüketici refahının hesaplanmasında muhafazakâr ve OECD senaryolarında %10'luk fiyat artış oranını kullanmaktadır. Hem Connor (2014)'un çalışmasında sunulan örnek kararlarda görülen yüksek fiyat artış oranları hem de Kurul kararlarındaki görülen %20'nin üzerindeki fiyat artış oranları referans alındığında; yatay anlaşmalar için kullanılan %10'luk fiyat artışı oranının gelecekte revize edilebileceği ve Komisyon'un kullandığı %10-15'lik eşğin Kurum nezdinde uygulanabileceği düşünülmektedir.

#### **4.2.2. Dikey Anlaşmalara Müdahale ile Artırılan Tüketici Refahı Hesaplamasında Kullanılan Fiyat Artış Oranı**

Bir önceki başlık altında, yatay anlaşmalara müdahale ile artırılan tüketici refahı hesaplamasında kullanılacak fiyat artış oranı konusuna değinilmiştir. Öte yandan uygulamada rekabete aykırı dikey anlaşmalara müdahale edilmesi suretiyle elde edilen kazanımların hesaplanması ile ilgili Komisyon, CMA ve FTC tarafından bir çalışma yürütülmemektedir. Kurum'un etki analizi çalışmasında kaynak aldığı OECD (2014) raporunda bu ihlal türünün hesaplamalara dâhil edilip edilmeyeceği yönünde herhangi bir kıstas veya ibare de bulunmamaktadır. Türkiye uygulamasında çalışmaların OECD temelli yapılması nedeniyle YSFB'nin engellenmesinden elde edilen refah artışlarının hesaplandığına dair herhangi bir ibare etki analiz raporlarında yer almamıştır. Bununla birlikte, Türkiye rekabet hukuku içtihadında YSFB'ye ilişkin fazla sayıda dosya bulunmaktadır. Kurul'un 2018 ve 2020 yılları arasında verdiği *Bellona*<sup>106</sup>, *Baymak*<sup>107</sup>, *Maysan*<sup>108</sup>,

---

<sup>106</sup> Rekabet Kurulunun 26.03.2020 tarih ve 20-16/231-112 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=8913a9d2-ea05-4942-9c80-2c0386aafc7b>, Erişim Tarihi: 15.03.2021).

<sup>107</sup> Rekabet Kurulunun 26.03.2020 tarih ve 20-16/232-113 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=e551a56d-1507-422e-96c3-c60e25b482e7>, Erişim Tarihi: 15.03.2021).

<sup>108</sup> Rekabet Kurulunun 20.06.2019 tarih ve 19-22/353-159 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=ca6e8ffe-833e-4d78-a99a-eb5f076c9a70>, Erişim Tarihi: 15.03.2021).

*Turkcell*<sup>109</sup> ve *Sony Eurosia*<sup>110</sup> kararlarında ilgili teşebbüslere, yeniden satış fiyatını belirlemelerinden dolayı 4054 sayılı Kanun'un 4. Maddesini ihlal ettikleri gerekçesiyle idari para cezası uygulanmıştır. Ancak ilgili kararlar ile müdahaleden elde edilen refah kazanımlarına etki analizi hesaplamalarında yer verilmemiştir.

YSFB uygulamasının en önemli olumsuz sonuçları tüketicinin seçimlerinde dikkate alabileceği farklı fiyat imkânı sunulmasının önüne geçilmesi ile dikey ilişkinin son halkasındaki fiyat artışlarıdır (Peeperkorn 2015, 206-207). YSFB döneminde uygulanan fiyatlar ile normal dönemlerde uygulan fiyatlar arasında ciddi farklılık bulunmaktadır (Kirkwood 2010). YSFB'nin tüketici refahına etkisine yönelik nicel çalışmalar bulunmamakla beraber, refah üzerinde olumlu bir yansımasının olacağı beklenmemektedir. YSFB'den kaynaklı ihlallere müdahale edilmesi ile sağlanan refah kazanımlarının, etki analizi kapsamında yapılan hesaplamalara dâhil edilmesi gerektiği düşünülmektedir. Bilhassa, YSFB'nin rekabetçi etkileri olabileceğine dair görüşler bulunmakla beraber, ürün ve hizmetlerden elde edilen tüketici faydasını artırdığına dair deneysel bir çalışma bulunmamaktadır (Jedlickova 2016, 277-278). Bu yönüyle Kurul'un son dönemde karara bağladığı YSFB dosyalarının önemi<sup>111</sup> ve etkisi de göz önüne alınarak sağlanan kazanımların hesaplanmasına YSFB kararları dâhil edilebilecektir. YSFB dosyalarının değerlendirilmesinde zaman zaman ihlal öncesi ve sonrasına dair fiyat artış oranlarına yer verilmektedir. Dosya kapsamında ihlal öncesi ve sonrası karşılaştırmasına yer verildiği durumlarda bu fiyat artışına benzer bir artışın ihlal devam etseydi benzer şekilde gerçekleşeceği varsayılabilirdiği gibi<sup>112</sup>, öncelikli tercihin %10-15 fiyat artış oranının kabul edilmesi yönünde olacağı düşünülmektedir.

<sup>109</sup> Rekabet Kurulunun 10.01.2019 tarih ve 19-03/23-10 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=bb7bbce8-eeb8-4c85-89f7-e774394432b0>, Erişim Tarihi: 15.03.2021).

<sup>110</sup> Rekabet Kurulunun 22.11.2018 tarih ve 18-44/703-345 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=bd70e682-6af2-4c52-a8c3-f1796f24ede2>, Erişim Tarihi: 15.03.2021).

<sup>111</sup> Bellona, Baymak, Turkcell, Maysan ve Sony Eurosia kararlarında teşebbüslere verilen toplam idari para cezası 125 milyon TL'yi aşmaktadır.

<sup>112</sup> Son yedi senede YSFB yönelik idari para cezasına hükmedilen dosyalar bağlamında ihlal öncesi ve sonrasına yönelik ayrıntılı fiyat artış oranı çalışmalarının yapılmadığı anlaşılmamıştır. Dosyalar daha çok yerinde incelemelerde elde edilen bilgi/belgeler doğrultusunda şekillenmiştir. Fiyat karşılaştırılması yapılan dosyalar için ise ticari sır içermesi sebebiyle ihlal öncesi ve sonrası karşılaştırması yapılarak fiyat artış oranı çalışma kapsamında verilmemiştir.

#### 4.2.3. Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Müdahale ile Artırılan Tüketici Refahı Hesaplamasında Kullanılan Fiyat Artış Oranı

OECD (2020), CMA (2020), OFT (2010) ve European Commission (2015) çalışmalarında, hâkim durumun kötüye kullanılmasından kaynaklı kazanımların hesaplanmasında kullanılan fiyat artış oranına yönelik olarak akademik temelli herhangi bir çalışmaya vurgu yapılmamıştır. Daha önce değinildiği üzere Komisyon bu ihlal türüne ilişkin herhangi bir hesaplama yapmamaktadır (European Commission 2015). ACM ise %10 fiyat artışı oranını kabul etmekle beraber, ihlal süresini kısa tutarak, daha muhafazakâr bir yaklaşım sergilemektedir (Mudde 2012, 56).

Hâkim durumun kötüye kullanılması davranışı, sömürücü ve dışlayıcı kötüye kullanma başlıkları altında incelenmektedir (Ünal 2010). Özellikle dışlayıcı kötüye kullanmalar bakımından davranışların değerlendirilmesinde dosya kapsamında öncesi-sonrası fiyat karşılaştırılmasının yapılması oldukça güçtür. Yine benzer olarak aşırı fiyatı değerlendiren dosyalar kapsamında fiili fiyat ile kıyas fiyat karşılaştırması yapmak mümkün olmayabilir. Hâkim durumun kötüye kullanılmasını konu alan dosyalarda, ihlalin doğası gereği fiyat artış oranı verisine yer verilememektedir. Öte yandan anılan dosyalarda tek bir teşebbüsün davranışı incelenmekte ve bunun sonucu olarak gizlilik endişeleri de doğmaktadır. Buna karşın Kurul'un *Ro-Ro*<sup>113</sup> kararında dosya tarafı iki teşebbüsün %11,81 ve %11,55 oranında fiyat artışı gerçekleştirdiği belirtilmiştir.

Ölçülebilir refahın ortaya koyulduğu Rekabet Kurumu (2021) etki analizi çalışmasında muhafazakâr yaklaşım için kullanılan %1 fiyat artış oranı düşük kalsa da OECD yaklaşımı için kullanılan %5 fiyat artış oranı varsayımının uygulanabilir olduğu düşünülmektedir.

#### 4.2.4. Yoğunlaşmada İşlemine Müdahale ile Artırılan Tüketici Refahı Hesaplamasında Kullanılan Fiyat Artış Oranı

Yoğunlaşma işlemine izin verilmemesi veya koşullu izin verilmesiyle ortaya çıkan tüketici refahı artışına yönelik hesaplamalarda belirli bir dönem varsayılan oran kullanılmış, akabinde ekonomik temellere dayalı simülasyon modelleri kullanılmaya başlanmıştır. Ekonomik talep tahminine dayalı olan bu

<sup>113</sup> Rekabet Kurulunun 18.04.2019 tarih ve 19-16/229-101 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=b01dedac-4794-4f65-8b0d-466ae04bd424>, Erişim Tarihi: 15.03.2021).



yöntem fiyat artış oranının hesaplanmasında kullanılabilir. Buna karşın modelde kullanılacak açıklayıcı değişkenleri eklerken, talebin yapısı gereği zorluk çekilmekteyse de rekabetin sadece fiyat ve miktar yoluyla belirlendiği piyasalarda söz konusu modeli uygulamak daha etkin olabilmektedir. Bu nedenle, rekabet otoriteleri ve mahkemeler dosyaların daha iyi değerlendirilmesi açısından yoğunlaşma simülasyonlarına özel önem atfetmeye başlamıştır. Zira bütün zorluğuna karşın ilgili metot, gerekli tutarlılık kontrolünün yapılması modelin piyasa yapısına ve ürüne göre uyumlaştırılması halinde, gelecekte oluşacak fiyat başta olmak üzere çeşitli çıktı analizlerinin yapılmasına imkân tanımaktadır (Pişmaf 2019, 136-137).

Yoğunlaşma işlemlerinde genel olarak, fiyat ve miktar üzerinde yaratılan fark ile işlemden kazanılan etkinliklerin tüketici refahına aktarıldığını göstermeye yönelik simülasyon modeli öne çıkmaktadır. Nitekim nihai inceleme aşamasında ele alınan iki Kurul kararında, yoğunlaşma simülasyonu ile elde edilen çıktılar üzerinden işlemin değerlendirmesine katkı sağlanmıştır. Kurul *Ulusoy/Ro-Ro* kararında<sup>114</sup>, dosyanın değerlendirilmesi aşamasında EAAD görüşüne başvurulmuş ve uygulanan simülasyon sonucunda;

...devredilen konumundaki Çeşme-Trieste hattının ortalama fiyatının %10,9 oranında artacağı, ALTERNATIVE'in Haydarpaşa-Sete hattına ilişkin veriler analize dâhil edildiğinde ise, ortalama fiyatlarda Çeşme-Trieste hattı için %18,5, UN RO-RO hatları için %3,5 ve ALTERNATIVE hatları için %0,4 artış olacağı...

değerlendirmeleri yapılmıştır. İlgili modelde muhtemel fiyat artışları da dikkate alınmış ve izin verilmemiştir. Simülasyon modelinin kullanıldığı bir başka Kurul kararı ise *Dosu/Lesaffre* kararıdır<sup>115</sup>. Kararda, işleme izin verilmesi durumunda;

<sup>114</sup> Rekabet Kurulunun 09.11.2017 tarih ve 17-36/595-259 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=2b170048-95a0-4055-ad22-a347344a163b>, Erişim Tarihi: 15.03.2021). Dosya kapsamında; Ulusoy Deniz Taşımacılığı A.Ş., Ulusoy Gemi İşletmeleri A.Ş., Ulusoy Ro-Ro İşletmeleri A.Ş., Ulusoy Ro-Ro Yatırımları A.Ş., Ulusoy Gemi Acenteliği A.Ş., Ulusoy Lojistik Taşımacılık ve Konteyner Hizmetleri A.Ş. ve Ulusoy Çeşme Liman İşletmesi A.Ş. hisselerinin tamamının UN Ro-Ro İşletmeleri A.Ş. tarafından devralınması işlemine izin verilmesi talep edilmektedir.

<sup>115</sup> Rekabet Kurulunun 31.05.2018 tarih ve 18-17/316-156 sayılı kararı (<https://www.rekabet.gov.tr/Karar?kararId=3d6a0ecd-7dff-4c50-b7dc-091a6c3595d7>, Erişim Tarihi: 15.03.2021). Yıldız Holding A.Ş. tarafından kontrol edilen Dosu Maya Mayacılık A.Ş.'nin tam kontrolünün Lesaffre et Compagnie tarafından devralınması işlemine izin verilmesine ilişkin 15.12.2014 tarih ve 14-52/903-411 sayılı Rekabet Kurulu kararının Ankara 8. İdare Mahkemesi'nin 19.01.2017 tarih ve 2015/2488 E., 2017/172 K. sayılı kararı ile iptal edilmesi üzerine dosyanın yeniden değerlendirilmesine ilişkin Kurul kararıdır.

...rakiplerin işlem tarafı firmaların fiyat davranışlarına kendi fiyat davranışlarıyla karşılık verebilecekleri durumunu da dikkate alan birleşme devralma simülasyonu sonuçlarına göre işlem tarafı firmaların fiyat artışı yapabilecekleri...

belirtmiştir. Bu çalışmada kapsamında değerlendirmelerde, birleşme işlemi sonucunda teşebbüsün fiyat artışı yapabileceği hususu vurgulanmıştır. Dolayısıyla simülasyon modeli genellikle rekabet açısından endişe doğuran ya da nihai incelemeye alınan dosyalar özelinde kullanılmakta ve iktisadi analizler ışığında her bir yoğunlaşma işlemi için farklı fiyat artış oranı öngörülmektedir.

Komisyon, DOJ ve CMA etki analizi çalışmalarında, dosya özelinde belirlenen fiyat artış oranını kullanmakta, katı bir yaklaşımla, sabit fiyat artışı oranı varsayımını zorunlu kalmadıkça kullanmamaktadır. Kurum etki değerlendirmesinde, yoğunlaşma işlemleri için muhafazakâr senaryoda %1, OECD senaryosunda %3 fiyat artış oranı varsayımını kullanmaktadır. Diğer otorite uygulamalarına benzer olarak yoğunlaşma işlemlerinden elde edilen kazanımların hesaplanmasında, iktisadi analiz sonucunda elde edilen fiyat artış oranının kullanılabilmesi, modelin uygulanmasının mümkün olmadığı durumlarda yine %1 ve %3 fiyat artış oranı varsayımının kullanılabilmesi düşünülmektedir.

Yukarıda yer verilen değerlendirmeler ışığında, Kurum nezdinde yapılan çalışmalarda daha önce kullanılan fiyat artış oranlarının kullanılmasına devam edilebileceği, teşebbüsler arası anlaşma ve uyumlu eylem davranışına müdahaleden elde edilen faydanın hesaplanmasında %10-15 fiyat artış oranını kullanılabilmesi, YSFB fiiline müdahaleden elde edilen faydanın hesaplanmasında %10-15 fiyat artış oranını kullanılabilmesi, yoğunlaşma işlemlerinden elde edilen faydanın hesaplanmasında simülasyon modelinden elde edilen fiyat artışının kullanılabilmesi, bunun mümkün olmaması halinde daha önce kullanılan oranların kullanılabilmesi, son tercih olarak belirli bir fiyat artışı oran varsayımının tercih edilmesi gerektiği düşünülmektedir.

### 4.3. FİYAT ARTIŞ SÜRESİ

Rekabet otoritesinin müdahalesi ile önlenen fiyat artış oranı ve ihlal engellenmemiş olsaydı ne kadar süreyle devam edeceği hususları, refah hesaplamasının yapılmasında önem arz etmektedir. Rekabet uygulayıcıları tarafından farklı ihlal türleri için kullanılan fiyat artış oranları birbirine

benzemekle beraber, ihlal süresine ilişkin varsayımlar farklılık göstermektedir. Komisyon, bazı dönemlerde ihlal süresine ilişkin varsayımlarında değişikliğe giderek (European Commission 2011), pazar yapısına ve kartel istikrarına bağlı olarak farklı ihlal süresi varsayımları kullanmıştır (European Commission 2015). Halen, kartel anlaşması nedeniyle meydana gelecek fiyat artışının ne kadar süre ile devam edeceğine ilişkin fikir ayrılıkları devam etmektedir.

DOJ ve ACM karteğe müdahale edilmeseydi, nispeten daha kısa olan 1 yıl süreceği varsayımını kullanırken (Mudde 2012, 34), CMA ihlale müdahale edilmeseydi altı yıl daha devam edeceği ön kabulü ile hesaplama yapmaktadır (OFT 2010; FTC 2020). Komisyon ise 2011 yılına kadar müdahale edilmeyen karteller için beş yıl fiyat artışı süresi öngörmüş, sonrasında kartel üyeleri ve piyasa yapısını dikkate alarak (*case-by-case*) süre varsayımını güncellemiştir. Yoğunlaşma için uygulanan süre varsayımları ise kısmen benzerlikler taşısa da, hâkim durumun kötüye kullanılması dosyaları için kullanılan varsayımlarının farklılaştığı görülmektedir. Refah hesaplamasında kullanılan varsayımlarda otoriteler bakımından en çok farklılaşan varsayım ihlal süresi varsayımıdır. Özellikle kartel ve hâkim durumun kötüye kullanılması ihlallerine müdahaleden elde edilen faydanın hesaplanmasında kullanılan fiyat artış süresi 1-6 yıl aralığında farklı uygulamalara konu olmaktadır (Ek-4).

#### **4.3.1. Yatay ve Dikey Anlaşmalara Müdahale ile Artırılan Tüketici Refahı Hesaplamasında Kullanılan Fiyat Artış Süresi**

Kartel üyelerinin sayısı, üyelerin karakteristiği, ülkenin rekabet politikası yaptırımları, kartelin istikrarı ve kârlılığı vb. ölçütlerine göre kartel devamlılık süresi farklılık göstermektedir (Levenstein ve Suslow 2011). Kartel anlaşmaları rekabet otoritelerinin açtığı önaraştırma ve soruşturmalar, pişmanlık başvuruları, pazara yeni oyuncuların girmesi, makroekonomik şoklar (krizler) ile son bulabilmektedir (OECD 2020, 41).

OECD, 1981-2013 döneminde uluslararası kartel süresinin ortalama altı yılın üzerinde olduğu, buna karşın son dönemlerde kartel süresinin kısalarak beş yıl ve aşağısına düştüğü belirtilmektedir (OECD 2020, 41-42).

Kartel ihlalleri özelinde rekabete aykırı fiile ne kadar süre devam edildiğine dair pek çok çalışma bulunmaktadır. CMA etki analizi çalışmasında, kartel davranışlarının süresi için Zimmerman ve Connor (2005) tarafından belirlenen altı yıl dört aylık süreyi baz almıştır. Mudde (2012, 55) ise yaptığı çalışmada<sup>116</sup> 56 kartel dosyası incelemiş ve kartel süresinin bir dosyada bir yıldan kısa, 23 dosyada 1-5 yıl arasında, 17 dosyada 5-10 yıl arasında ve 15 dosyada ise 10 yıldan uzun olduğunun tespitini yapmıştır.

Türkiye’de ihlâl süresine ilişkin bir çalışma bulunmamakla beraber, öncül çalışmaların makul olup olmadığının görülmesi açısından son yedi yılda<sup>117</sup> para cezası verilmesi kararı alınan dosyalardaki ihlal süresine ilişkin bilgiler aşağıda sunulmaktadır<sup>118</sup>.

**Tablo 4:** 2014-2020 Yatay Anlaşma İhlal Süreleri

Yıl \ İhlal Süresi	1 yıldan kısa	1-5 yıl arası	5 yıldan uzun
2014-2016	5	4	-
2017-2018	1	2	-
2019-2020	2	7	1
Toplam	8	13	1

**Kaynak:** Geçmiş Kurul Kararları (Ek-5)

2014-2020 yılları arasında yatay anlaşmalara istinaden verilen 22 Kurul kararından sekizinin ihlal süresinin<sup>119</sup> bir yıldan kısa, 13’ünün bir-beş yıl arası, birinin ise beş yıldan uzun gerçekleştiği görülmektedir.

Bu bağlamda muhafazakâr senaryo için kullanılan bir yıllık süre varsayımının etkiyi göstermede yetersiz kaldığı düşünülmeyle birlikte, OECD yaklaşımında kullanılan üç yıllık süre varsayımının makul olduğu ve kullanılmaya devam

<sup>116</sup> Çalışma kapsamında ortalama kartel süresi sekiz yıl hesaplanmıştır. Komisyon ve Hollanda kararlarını temel alan çalışmada veri setinin hangi dönem için seçildiği belirtilmemektedir.

<sup>117</sup> 2014-2020 yılları arasında verilen Kurul kararlarını içermektedir.

<sup>118</sup> Daha önce değinildiği üzere YSFB dosyaları özelinde çıktı etkisi hesaplaması yapılmadığından, uygulanabilir süre varsayımında kullanılabilecek değeri saptamada yardımcı olması açısından 4. madde ve YSFB ayrımıyla ihlal sürelerine yer verilecektir.

<sup>119</sup> İhlal süresine ilişkin veriler, Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik’in (Ceza Yönetmeliği) 5. maddesi uyarınca Kurul kararlarında cezanın belirlenmesine ilişkin yapılan değerlendirmelerden elde edilmiştir.

edilebileceği düşünülmektedir. OFT (2008, 28-29) ve OFT (2010, 24)'e göre yedi yıl üzeri yaşayan kartellerin, devam ettirilmesinin daha kolay olduğu, bunun neticesinde altı yıllık yaklaşımın dahi muhafazakâr kalacağı belirtilmektedir<sup>120</sup>. Keza varsayımın Türkiye'de uygulanmasının güç olduğu hususu ihlal fiillerinin süresinin bir-beş yıl arasında kümelenmesinden de anlaşılmaktadır.

Öte yandan idari para cezası verilen dikey anlaşmayı konu alan altı Kurul kararındaki ihlal süresine ilişkin bilgiler aşağıda sunulmaktadır.

**Tablo 5:** 2014-2020 Dikey Anlaşma İhlal Süreleri

Karar	Karar Yılı	İhlal Süresi
Sony Eurosia	2018	1-5 yıl
Turkcell	2019	1-5 yıl
Maysan	2019	1-5 yıl
Bellona	2020	1-5 yıl
Baymak	2020	5 yıldan uzun

**Kaynak:** Geçmiş Kurul Kararları (Ek-5)

Söz konusu kararlardan dördünde ihlal süresi bir-beş yıl arası, birinde ise beş yıldan uzun gerçekleşmiştir. Bu bağlamda daha önce hesaplamaya dâhil edilmeyen, YSFB uygulamalarına müdahale edilmesiyle artırılan refahın hesaplanmasında; 4.madde için kullanılan muhafazakâr senaryoda bir yıllık ve OECD yaklaşımındaki gibi üç yıllık süre varsayımının uygulanabileceği düşünülmektedir.

#### 4.3.2. Hâkim Durumun Kötüye Kullanılmasına Müdahale ile Artırılan Tüketici Refahı Hesaplamasında Kullanılan Fiyat Artış Süresi

Literatürde hâkim durumdaki firmaların ihlal sürelerine ilişkin ayrıntılı çalışma bulunmamakla birlikte geçmiş kurul kararlarını temel alan, bir önceki başlıkta yer verilen çalışmanın bir benzeri aşağıda sunulmaktadır.

<sup>120</sup> İhlal süresi yedi yıl olan kartellerin hayatta kalabileceği süre daha yüksek olacaktır. Bu sürenin hesaplanmasında 1.4 x (kartel süresi)-3.5 kullanılabilir. Kartel süresi 20 yıl olduğunda ve müdahale edilmediğinde bir 24.5 yıl daha hayatta kalacağı hesaplanmaktadır OFT (2010, 24).

**Tablo 6:** 2014-2020 Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Kararlarında İhlal Süreleri

Yıl/ İhlal Süresi	1 yıldan kısa	1-5 yıl arası	5 yıldan uzun
2014-2016	4	3	-
2017-2018	1	8	1
2019-2020	1	2	2
<b>Toplam</b>	6	13	3

**Kaynak:** Geçmiş Kurul Kararları (Ek-5)

Türkiye’de hâkim durumun kötüye kullanılması davranışının cezalandırıldığı 2014-2020 döneminde verilen 22 Kurul kararının altısında ihlal süresi bir yıldan kısa, 13’ünde bir-beş yıl arası, üçünde ise beş yıldan uzun gerçekleştiği görülmektedir. Bu bağlamda muhafazakâr senaryo için kullanılan bir yıllık süre varsayımının etkiyi göstermede yetersiz kaldığı; OECD yaklaşımına benzer olarak kullanılan üç yıllık süre varsayımının ise makul olduğu ve kullanılmaya devam edilebileceği düşünülmektedir.

#### 4.3.3. Yoğunlaşmada İşlemine Müdahale ile Artırılan Tüketici Refahı Hesaplamasında Kullanılan Fiyat Artış Süresi

Yoğunlaşma işleminin etkisinin bir yıl süreceğini varsayarak ölçülebilir etkiyi ortaya koyan DOJ ve ACM’den farklı olarak FTC, Komisyon ve CMA daha yüksek etki süresini ön görmektedir (OECD 2014, 6; Mudde 2012, 50). FTC Yatay Yoğunlaşma Kılavuzu’nda yer alan yoğunlaşmasının etkisinin iki yıl olacağını temel alarak refah hesaplaması yapmaktadır. Komisyon ise simülasyon yoluyla öngördüğü fiyat artış oranlarıyla beraber, pazarın yapısına göre yoğunlaşma işleminin etkili olacağı süreyi göz önüne almaktadır. Anılan otorite uygulamaları temel alındığında yoğunlaşmanın etkili olacağı sürenin pazar yapısına bağlı olarak değişebileceği hususuna dikkat çekilmektedir. Buna karşın ölçülebilir etkilerin ortaya koyulmasında simülasyon kullanma ve pazar karakteristiğinin ortaya koyulmadığı durumlar için DOJ ve ACM’ye benzer şekilde muhafazakâr yaklaşımla bir yılın kullanılabilirliği; yüksek oran yaklaşımı için de OECD’nin önerdiği üç yıllık fiyat artış süresinin kullanılmaya devam edebileceği düşünülmektedir.

Sonuç olarak refah hesaplamasında ihlalin devam edeceği sürenin, muhafazakâr senaryoda tüm ihlal türleri için bir yıl şeklinde kullanılabilmesi; OECD yaklaşımında karteller, hâkim durumun kötüye kullanılması ihlal türü için üç yıl, yoğunlaşma işlemleri için iki yıl olarak kullanılabilmesi düşünülmektedir.

#### 4.4. DİĞER ÖNERİLER ve BÖLÜM DEĞERLENDİRESİ

Ölçülebilir etki analizi raporlarının düzenli olarak yayımlanması, geçmiş dönemli verilerin kullanılması, müdahalenin tüketici üzerinde olumsuz etkisinin olmaması, hesaplamaların farklı (ihtiyatlı-radikal) yöntemlere göre yapılması gerçeğe yakın bir sonuç elde edilmesini sağlamaktadır (OECD 2014). Refah kazanımına yönelik hesaplamalarının yapılmasında rekabet otoritelerince yapılan hesaplamalarda temkinli bir yaklaşım benimsendiği, çıktı verilerinin gerçekleşen refah kazanımından yüksek olduğu vurgulanmaktadır (FTC 2020; European Commission 2015; CMA 2020). Türkiye uygulamasında daha önce çalışması yapılan etki analizlerinde olduğu gibi muhafazakâr senaryo (*lower bound*) ve daha yüksek oranlı (*upper bound*) yaklaşım<sup>121</sup> olmak üzere iki ayrı yaklaşım kullanılmasının daha uygun olacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte etki analizi raporlarının Kurum'un uygulamasına paralel olarak iki senelik periyotları kapsayacak şekilde ihlal türü ayrımıyla birlikte sunulabileceği düşünülmektedir. Yukarıda arz edilmeye çalışılan çeşitli yaklaşım farklılıkları sebebiyle, rekabet otoriteleri tüketici refahı hesaplamalarında birbirinden ayrılan sonuçlar elde edilmektedir. Özellikle fiyat artış oranı ve fiyat artış süresi varsayımlarında kullanılan oranların belirlenmesinde farklı yaklaşımların göz önünde bulundurulması gerekmektedir. İlgili bölümler altında ciro, tahmini fiyat artış oranı ve tahmini fiyat artış süresine ilişkin yapılan analizler sonucunda Türkiye uygulamasında kullanılacak varsayımlar aşağıda sunulmaktadır.

---

<sup>121</sup> OECD (2014) yaklaşımı.

**Tablo 7:** Tüketici Refahı Hesaplamasında Kullanılabilecek Varsayım Bilgileri

İhlal Türü	Ciro	Fiyat Artış Oranı (%)	Fiyat Artış Süresi (Yıl)
Kartel/Diğer İhlal	Kartelden etkilenen mal ve hizmetlerden elde edilen ciro	10-15	3
Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması	İhlalden etkilenen mal ve hizmetlerden etkilenen ciro	5	3
Birleşme/Devralma	İşlem taraflarının cirosu	Simülasyon veya 3	2

Hesaplamanın yapılmasında kullanılan ciro çarpanı için ihlalin gerçekleştiği ilgili ürün pazarında teşebbüsün/teşebbüslerin cirosunun temel alınması esastır. Veri yetersizliği sebebiyle bu bilginin sağlanamadığı durumlarda, teşebbüsün ihlal neticesinde etkilediği ilgili ürün pazarı cirosu ile diğer faaliyetlerinden elde ettiği ciro kullanılabilecektir. Diğer taraftan, simülasyon modeli ile fiyat artış oranı tespit edilemeyen yoğunlaşma işlemlerine müdahaleden elde edilen tüketici refahı hesaplamasında, OECD'nin önerdiği %3 fiyat artış oranı esas alınabilecektir. Ayrıca hâlihazırda temkinli bir yaklaşımı esas alan muhafazakâr senaryoda kullanılan yöntemde de devam edilmesi, karşılaştırma yapmak adına uygun bir yaklaşım olacaktır.

Öte yandan CMA ve Komisyon reel değer in hesaplanmasında %3,5 indirim oranını kullanmaktadır. Uzunkaya (2012, 40-41) ülkemizdeki pazar koşullarını temel alarak yaptığı çalışmada indirim oranının %9-11,9<sup>122</sup> olması gerektiği sonucuna ulaşmıştır. Bununla birlikte enflasyon etkisi dikkate alınarak etki analizi hesaplamasının kapsadığı sene sonu tüketici fiyat endeksi verileri kullanılabilecektir.

Sağlanan refahı gösteren etki analizi raporlarının yayımlanma süresi ile ilgili yaygın uygulama bulunmamakla beraber, FTC her yıl yayınladığı faaliyet raporlarında, CMA her yıl yayınladığı etki raporlarında analizlere yer vermektedir. Türkiye uygulamasında dosya sayıları da dikkate alınarak hesaplamaların iki yıllık dönemler halinde yapılabileceği kanaati oluşmaktadır.

<sup>122</sup> 1987-2006 yılları arasındaki tahmini ortalama indirim oranıdır.



## SONUÇ

Rekabet hukukunda tüketici refahı yaklaşımı, birçok ülkenin rekabet hukuku uygulamasında gündem konusu olmuş, mevzuat kapsamında ve karar değerlendirmelerinde konuya verilen öneme işaret edilmiştir. Rekabet hukukunda sağlıklı bir rekabet ortamının tesisinin tüketici refahını artırdığı realitesi tartışılmaz bir şekilde karşımızda durmaktadır. Rekabet hukuku ile tüketici refahının içi içe olduğu hususu mevzuat düzenlemeleri ve yetkili otoritelerin kararlarından anlaşılmaktadır. Diğer yandan tüketici refahı, özellikle muafiyet ve hâkim durum dosyalarında açık şekilde ele alınmaktadır.

Rekabet otoritelerinin piyasadaki sağlıklı rekabet ortamını tesis eden -rekabet karşıtı davranışların ve rekabet üzerinde olumsuz etkileri olan yoğunlaşma işlemlerinin engellenmesine dönük- kararlarının toplam tüketici refahı üzerindeki etkisinin ölçülebileceğine ilişkin bir kanı bulunmaktadır. Her geçen gün önemi artan refah yaklaşımının göstergesi niteliğine sahip tüketici refahının nicel boyutunun, somut bir şekilde ortaya koyulmasında etki analizlerine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu kapsamda bazı otoriteler faaliyet ve uygulamalarının ekonomik etkisini göstermek için belirli varsayımlar ve senaryolar kapsamında düzenli olarak etki analizi raporları yayımlamaktadır. Bunun yanı sıra, fayda-maliyet analizi olarak da nitelendirilen, artırılan tüketici faydasının rekabet otoritesinin giderine oranlanmasıyla elde edilen değerler de tüketiciye sağlanan doğrudan faydayı gözler önüne sermektedir.

Sağlanan refah kazanımlarının gösterilmesi nedeniyle hızla önem kazanan çıktı temelli etki analizi raporları, rekabet otoritelerinin etkinliği ve hesap verilebilirliği açısından gösterge niteliği olmasıyla öne çıkmaktadır. Bu bağlamda artırılmış tüketici refahı seviyesi, rekabet hukuku yaptırımlarının etkinliğini ve kurumsal performansı ölçmek için de gösterge olarak tercih edilmektedir.

Hâlihazırda rekabet otoriteleri etki analizi değerlendirmelerinde, birbirinden ayrışan hesaplama yöntemleri kullanılmaktadır. Özellikle rekabete aykırı davranış ve işleme müdahale edilmeseydi yaşanacak fiyat artış oranı ve ihlal süresi hususunda bazı farklılıklar mevcuttur. Bilhassa geçmiş kararlar zemininde, uygun varsayımlar için hangi yöntemlerin kullanılacağı belirlenmesi gerekmektedir. Etki analizleri kapsamında uygulanabilir değerlendirmelerin yapılabilmesi için öncelikli olarak muhafazakâr ve daha sert hesaplama yaklaşımları birlikte değerlendirilmelidir. Rekabet otoriteleri, pazar dinamiği ve ihlal tarafı teşebbüslerin karakteristiğini ele alarak geçmiş kararlar ekseninde varsayım tercihinin uygunluğunu araştırmalıdır. Bu refah yaklaşımı ele alınırken, hesaplamada kullanılan ciro, fiyat artış oranı ve fiyat artış süresi değişkenlerinin uygunluğunun geçmiş Kurul kararları dikkate alınarak çalışılması gerekmektedir. Hâlihazırda Kurum'un hesaplamalarda kullandığı oranların çoğunun, farklı otoritelerin metodolojisi, OECD tavsiyeleri ve geçmiş Kurul kararları göz önünde bulundurulduğunda uygulanabilir olduğu değerlendirilmektedir. Ayrıca, muhafazakâr senaryo ve OECD yaklaşımında farklılık arz eden hususlardaki tavsiyelere aşağıda yer verilmektedir.

- Teşebbüsler arası anlaşma ve uyumlu eylemlere müdahaleden elde edilen faydanın hesaplanmasında fiyat artış oranının %10-15 olarak alınabileceği,
- Yeniden satış fiyatının belirlenmesine yönelik ihlal davranışından kaynaklı kazanımlarının da hesaplamaya dâhil edilmesi gerektiği,
- Yoğunlaşma işlemleri için simülasyon yöntemi ile elde edilen fiyat artış oranının refah hesaplamalarında kullanılabileceği

düşünülmektedir.

Simülasyon yönteminin uygulanmasının mümkün olmadığı dosyalar için daha önce tespit edilen artış oran ortalamaları hesaplamada kullanılabilecek, kapsayıcı bir oran olmaması halinde belirli bir oran ile hesaplama yapmanın faydalı olacağı düşünülmektedir. Kurum'un piyasada yarattığı iktisadi etkinliğin ve faydanın etki analizi çalışmaları ile somut olarak ortaya koyulması, rekabet savunuculuğu faaliyetlerine de desteklemektedir. Bu alanda daha etkin metodolojilerin ortaya çıkmasını süreç gösterecek olsa da günümüzde etkinliğini göstermek isteyen

tüm otoriteler tarafından kullanılan refah analizlerinin yaygınlaşacağı ve tüketici refahının gösterge niteliğinin, otoriteler için önemini her zaman korumaya devam edeceği düşünülmektedir. Bunun yanı sıra ICN, OECD çalışmaları ile AB ve ABD'deki güncel gelişmelerin takip edilmesi, kullanılacak metodolojinin tespit edilmesinde fayda sağlayacaktır.

## ABSTRACT

The main purpose of competition law is to protect the competitive process in order to intend consumer benefits. Enforces of competition law utter significance of consumer welfare in every opportunity. In the last decade, many competition authorities have published assessments of the overall effects of their decisions, which include anticompetitive behaviors, blocked mergers and conditionally approved mergers. Calculation of consumer welfare tenders the impact assessment to public opinion and demonstrate performance of competition authority.

The aim of this study is to discuss the proper methodology and assumptions in impact assessment by examining the methodology of competition authorities such as European Commission, Federal Trade Commission, Competition and Markets Authority. In this context, firstly, notions of consumer welfare in economics and competition law are evaluated. Secondly, regulatory and interventionist approach of European Union, United States of America and Turkey on consumer welfare have been clarified. Thirdly, different approach of competition authorities while calculating consumer welfare are examined. Competition authorities use different kind of estimations and methodology when calculating consumer welfare. Over the years, authorities extended scope of their estimation methods. Range of values set by authorities give an opinion about approach on methodology like conservative or less conservative. Finally, suggestions are presented about the size of turnover, price increase avoided by decision and duration of price effect of competition violation for Turkey perspective in line with the literature and competition authorities experience.

## KAYNAKÇA

- AKMAN, P. (2009), “‘Consumer Welfare’ and Article 82EC: Practice and Rhetoric”, *World Competition*, Vol: 32, No:1, s.71-90.
- AKMAN, P. (2010), “Consumer versus Customer: The Devil in the Detail”, *Journal of Law and Society Law & Policy*, Vol:37, Sayı:2, s. 315-344.
- AKMAN, P. (2012), *The Concept of Abuse in EU Competition Law*, Hart Publishing, Oregon.
- Allen, F. ve Gale, D. (2004), Competition and Financial Stability, *Journal of Money, Credit and Banking*, Volume: 36, Issue:3, s. 453-480.
- ALTUN, M. (2012), *Yatay İşbirliği Anlaşmalarının 4. Madde Kapsamında Değerlendirilmesi*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara.
- ALTUNDAL, M.A. (2017), *Türk Bankacılık Sektöründe Rekabeti Kısıtlayıcı Eylemlerin Tüketiciler Üzerindeki Etkisi*, İstanbul Medeniyet Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.
- AREEDA, P.ve H., HOVENKAMP (2002), “Antitrust Law”, 2<sup>nd</sup> Edition, Aspen Publishers, New York.
- ASKOLA, E. (2012), *Joint Ventures at the Intersection of Collaboration and Consolidation: Conceptualisation of Joint Ventures in EU Competition Law as Compared to the Approach in the United States*, European University Institute Department of Law, PhD Thesis, Florence, s. 29-124.
- ATİYAS, İ. (2000), “Rekabet Politikasının İktisadi Temelleri Üzerine Düşünceler”, *Rekabet Dergisi*, Cilt: 1, Sayı: 1(Ocak), s. 25-46.
- AYATA, Z. (2014), *AB Rekabet Hukuku Perspektifinden Tüketiciler Refahı Standardı*, Ankara Üniversitesi, Doktora Tezi, Ankara.
- BAYRAKTAR, Y. ve H. İ. KAYA (2016), “Yeni Ekonomi ve Değişen Rekabet Anlayışı: Karşılaştırmalı Bir Analiz”, *Bilgi Ekonomisi ve Yönetim Dergisi*, Cilt: 6, Sayı:1, s. 89-106.

BORK, R.H. (1966), “Legislative Intent and the Policy of Sherman Act”, *The Journal of Law & Economics*, Vol:9, s. 7-48.

CCBB (2019),” On Birinci Kalkınma Planı 2019-2023,Ankara, [https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/11/ON\\_BIRINCI\\_KALKINMA-PLANI\\_2019-2023.pdf](https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2019/11/ON_BIRINCI_KALKINMA-PLANI_2019-2023.pdf), Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı Strateji ve Bütçe Başkanlığı, Erişim Tarihi: 10.01.2021.

CINI, M. ve L. MCGOWAN (2008), *The Competition Policy in the European Union*, 2th Edition, Palgrave Macmillan, New York.

CMA (2020), “CMA Impact Assessment 2019/20”, [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/901049/CMA\\_impact\\_assessment\\_2019-20.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/901049/CMA_impact_assessment_2019-20.pdf), Erişim Tarihi 20.04.2021

COHEN, M. A. ve D. T. SCHEFFMAN (1989), “The Antitrust Sentencing Guideline: Is the Punishment Worth the Costs?”, *Journal of Criminal Law*, Vol:27, Issue:2, sf. 331-366.

COLANDER, D. C. (2020), *Microeconomics*, 11<sup>th</sup> Edition, McGraw-Hill Education, New York.

CONNOR J. M. (2014), *Price Fixing Overcharges*, 3<sup>rd</sup> Edition, Hardcover, [https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN\\_ID2400780\\_code256849.pdf?abstractid=2400780&mirid=1](https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID2400780_code256849.pdf?abstractid=2400780&mirid=1), Erişim Tarihi:04.03.2021.

CRANDALL, R. W. ve C. WINSTON (2003), “Does Antitrust Policy Improve Consumer Welfare? Assessing the Evidence”, *Journal of Economic Perspectives*, Vol: 17, No:4, s. 3-26.

CSERES, K. J. (2007), “The Controversies of the Consumer Welfare Standard”, *The Competition Law Review*, Vol: 3, Sayı:2, s. 121-173.

CURRISTINE, T., Z. LONTI ve I. JOUMARD (2007), “Improving Public Sector Efficiency: Challenges and Opportunities”, *OECD Journal on Budgeting*, Vol: 7, Issue: 1, s. 1-41.

DASKALOVA, V. (2015), “Consumer Welfare in EU Competition Law: What is It (Not) About?”, *The Competition Law Review*, Vol:11, Issue:1, s. 131-160.

DAVIES S.W. ve P.L.ORMOSI (2010), “Assessing Competition Policy: Methodologies, Gaps and Agenda for Future Research”, CCP Workink Paper 10-19.

DAVIES, S ve A. MAJUMDAR (2002) “The Development Of Targets For Consumer Savings Arising From Competition Policy”, *OFT Discussion Paper*, No:4, OFT 386.

DAVIS, P. ve E. GARCES (2010), *Quantitative Techniques for Competition and Antitrust Analysis*, Princeton University Press.

DINAN, D. (2009), *Avrupa Birliği Tarihi*, 2. Baskı, Kitap Yayınevi, İstanbul.

DPT (2000), “Uzun Vadeli Strateji ve Sekizinci Beş Yıllık Kalkınma Planı 2001-2005”, Ankara, <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2018/11/Sekizinci-Be%C5%9F-Y%C4%B1ll%C4%B1k-Kalk%C4%B1nma-Plan%C4%B1-2001-2005.pdf>, Devlet Planlama Teşkilatı, Erişim Tarihi: 10.01.2021.

EAGCP (2015), “An economic approach to Article 82”, [https://ec.europa.eu/dgs/competition/economist/eagcp\\_july\\_21\\_05.pdf](https://ec.europa.eu/dgs/competition/economist/eagcp_july_21_05.pdf), Erişim Tarihi:19.01.2021.

EAGCP (2020), “An Economic Evaluation of the EC’s Proposed New Competition Tool”, [https://ec.europa.eu/competition/consultations/2020\\_new\\_comp\\_tool/kd0320680\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/consultations/2020_new_comp_tool/kd0320680_en.pdf), Erişim Tarihi:19.01.2021.

ECCG 2010, “Opinion on Private Damages Actions, Section”, European Consumer Consultative Group, [https://ec.europa.eu/consumers/archive/empowerment/docs/ECCG\\_opinion\\_on\\_actions\\_for\\_damages\\_18112010.pdf](https://ec.europa.eu/consumers/archive/empowerment/docs/ECCG_opinion_on_actions_for_damages_18112010.pdf), Erişim Tarihi: 20.02.2021.

ERBAYAT, Z. (2019), “Rekabet Hukukunda Çapraz Sübvansiyon”, *Rekabet Dergisi*, Cilt:20, Sayı: 2, s. 156-181.

European Commission (2007), “*DG Competition Annual Management Plan 2008*”, [https://ec.europa.eu/competition/publications/annual\\_management\\_plan/amp\\_2008\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/publications/annual_management_plan/amp_2008_en.pdf), Erişim Tarihi: 29.04.2021.

European Commission (2010), “*DG Competition Annual Management Plan 2010*”, [https://ec.europa.eu/competition/publications/annual\\_management\\_plan/amp\\_2010\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/publications/annual_management_plan/amp_2010_en.pdf), Erişim Tarihi: 29.04.2021.

European Commission (2011), “*DG Competition Annual Management Plan 2011*”, [https://ec.europa.eu/competition/publications/annual\\_management\\_plan/amp\\_2011\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/publications/annual_management_plan/amp_2011_en.pdf), Erişim Tarihi: 29.04.2021.

European Commission (2015), “*DG Competition Annual Management Plan 2015*”, [https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/comp\\_mp\\_2015\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/comp_mp_2015_en.pdf), Erişim Tarihi: 29.04.2021.

European Commission (2020), “*DG Competition Management Plan 2020*”, [https://ec.europa.eu/info/system/files/management-plan-comp-2020\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/info/system/files/management-plan-comp-2020_en.pdf), Erişim Tarihi: 29.04.2021.

FOX, E. M. (2002), “The Kaleidoscope of Antitrust and Its Significance in the World Economy: Respecting Differences”, HAWK, B. (der.), *International Antitrust Law & Policy: Fordham Corporate Law 2001* içinde, Juris Publishing, New York, s. 592-603.

FOX, E. M. ve L. A. SULLIVAN (1987), “Antitrust-Retrospective Andprospective: Where Are We Coming from? Where Are We Going?”, *N.Y.U Law Review*, Vol:62/936, s.936-988.

FTC (1999), “Federal Trade Commission Performance Report Fiscal Year 1999”, [https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/reports\\_annual/annual-report-1999/prfy1999.pdf](https://www.ftc.gov/sites/default/files/documents/reports_annual/annual-report-1999/prfy1999.pdf), Erişim Tarihi: 10.04.2021.

FTC (2008), “Federal Trade Performance Plan For Fiscal Year 2007-2008”, <https://www.ftc.gov/reports/2007-2008-performance-plan>, Erişim Tarihi: 10.04.2021.

FTC (2020), “Federal Trade Commission Annual Performance Report For Fiscal Year 2020”, [https://www.ftc.gov/system/files/documents/reports/fy-2020-performance-report/fy20\\_perform\\_plan\\_report\\_update.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/documents/reports/fy-2020-performance-report/fy20_perform_plan_report_update.pdf), Erişim Tarihi: 10.04.2021.

GERBER, D. J. (2002), “Courts as Economic Experts in European Merger Law”, HAWK, B. (der.), *International Antitrust Law & Policy: Fordham Corporate Law 2001* içinde, Juris Publishing, New York, s. 474-494.

GERBER, D. J. (2010), *Global Competition Law, Markets and Globalization*, 1<sup>st</sup> Edition, Oxford University Press, New York.

GORMSEN, L.L. (2010), *A Principled Approach to Abuse of Dominance in European Competition Law*, Cambridge University Press, 1<sup>st</sup> Edition, Cambridge.

GRIFFIN, J. M. (1989), “Previous Cartel Experience: Any Lessons for OPEC?”, in LAWRENCE R. K. ve J. MARQUEZ (der.), *Economics in Theory and Practice: An Eclectic Approach* içinde, 1<sup>st</sup> Edition, Kluwer Academic, Boston.

GÜNDÜZ, H. ve S. BOZKUŞ (2012), “Rekabet İhlallerinden Doğan Zararın Hespalanması:AB Uygulaması Bağlamında Genel Yaklaşımlar”, *Rekabet Dergisi*, Cilt:13, Sayı: 1, s. 51-102.

HOVENKAMP, H. (2017), “Antitrust Policy and Inequality of Wealth”, *University of Pennsylvania Inst for Law*, Econ Research Paper No. 17-26.

HOVENKAMP, H. (2018), “Progressive Antitrust”, *University of Pennsylvania Inst for Law & Econ Research Paper No. 17-25*.

HOVENKAMP, H. (2020), “On the Meaning of Antitrust’s Consumer Welfare Principle”, *University of Pennsylvania Law School Institute For Law And Economics*, Research Paper No. 20-16.



ICN (2011), “Report on Competition Enforcement and Consumer Welfare”, [https://www.internationalcompetitionnetwork.org/wpcontent/uploads/2019/11/SP\\_CWelfare2011.pdf](https://www.internationalcompetitionnetwork.org/wpcontent/uploads/2019/11/SP_CWelfare2011.pdf) , Erişim Tarihi: 16.01.2021.

İLİCAK, A. (2003), *Sherman Antitröst Yasasının Ortaya Çıkışı: Yanılsamalar ve Gerçekler*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara.

ITIF 2018, “Why the Consumer Welfare Standard Should Remain the Bedrock of Antitrust Policy”, [http://www2.itif.org/2018-consumer-welfare-standard.pdf?\\_ga=2.103245512.990063537.1621521623-443349729.1602059928](http://www2.itif.org/2018-consumer-welfare-standard.pdf?_ga=2.103245512.990063537.1621521623-443349729.1602059928), Erişim Tarihi: 25.04.2021.

JEDLICKOVA, B. (2016), *Resale Price Maintenance and Vertical Territorial Restrictions: Theory and Practice in EU Competition Law and US Antitrust Law*, 1<sup>st</sup>, Edward Elgar Publishing Limited, United Kingdom

JONES, A. (2006), “Analysis of Agreements Under US and EC Antitrust Law – Convergence or Divergence?”, *The Antitrust Bulletin*, Volume 51, No: 4, s. 691-811.

JONES, A. ve B. SUFRIN (2011), *EU Competition Law*, 4<sup>th</sup> Edition, Oxford University Press, New York.

KALBFLEISCH, P. (2011), “Aiming for Alliance: Competition Law and Consumer Welfare”, *Journal of European Competition Law & Practice*, Volume:2, Issue: 2, s. 108-116.

KARAMAN, D. (2015), “Avrupa Birliğinin İşleyişine Dair Anlaşmanın 102 ve Türkiye’nin 4054 Sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanununun 6. Maddeleri Açısından Bağlama Anlaşmaları”, *Selçuk Ün. Sos. Bil. Ens. Der.*, Sayı:34, s. 63-73.

KIRKWOOD, J. B. (2010), “Rethinking Antitrust Policy Toward RPM”, *The Antitrust Bulletin*, Vol:55, No:2, s.423-472.

KOBAYASHI, B. H. (2002), “Antitrust Agency and Amnesty: An Economic Analysis of The Criminal Enforcement of the Antitrust Laws Against Corporations”, *George Washington Law Review*, Vol: 79, No:5-6, s. 715-744.

KOVACIC, W. E. (2007), “Competition Policy, Consumer Protection, and Economic Disadvantage Disadvantage”, *Washington University Journal of Law & Policy*, Volume:25, Issue:1, s. 101-118.

KOVACIC, W.E. ve C. SHAPIRO (2000), “Antitrust Policy: A Century of Economic and Legal Thinking”, *Journal of Economic Perspectives*, Vol:14, No:1, s. 43-60.

LAITENBERGER U. ve F. SMUDA (2015), Estimating Consumer Damages In Cartel Cases, *Journal of Competition Law & Economics*, Vol: 11, Issue:4, s. 955-973.

LEVENSTEIN, M. C. ve V. Y. SUSLOW (2006), “What Determines Cartel Success?”, *Journal of Economic Literature*, Vol:44, No:1, sf. 43-95.

LEVENSTEIN, M. ve V. SUSLOW (2011), “Breaking Up is Hard to Do: Determinants of Cartel Duration”, *Journal of Law and Economics*, Volume: 54, Number: 2, s. 445-492.

MADAN, Z. (2008), *ABD ve AB Perspektifinden Dışlayıcı Uygulamaların Tespitine Yönelik Standart Tartışmaları*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara.

MAJUMDAR, A. ve I. WILLIAMS (2020), “Anchoring Competition Policy: Keep Consumer Welfare and Carry On”, AHMAD, S ve N. CARBIT (der.), *Taking Competition Law Outside the Box* içinde, Institute of Competition Law.

MARINC, M. (2008), *Essays on Bank Monitoring, Regulation and Competition*, Universiteit van Amsterdam, Amsterdam Center for Law&Economics.

MUDDE, J. M. (2012), *The Outcome Effect of European Competition Policy for the Netherlands*, Erasmus University, Master Thesis.

NELSON, P. ve SUN, S. (2001), “Consumer Savings From Merger Enforcement: A Review Of The Antitrust Agencies’ Estimates”, *Antitrust Law Journal*, Vol: 69, No:3, s. 921-960.

NICHOLSON, W. ve C. SNYDER (2007), *Microeconomic Theory: Basic Principles and Extensions*, 10<sup>th</sup> Edition, Thomson South-Western, Amerika.

O’DONOGHUE, R. ve A. J. PADILLA (2006), *The Law and Economics of Article 82 EC*, 2<sup>nd</sup> Edition, Hart Publishing, Oregon.

OECD (1990), “Glossary of Industrial Organisation Economics and Competition Law”, <http://www.oecd.org/regreform/sectors/2376087.pdf>, Erişim Tarihi: 10.01.2021.

OECD (2002), “Regulatory Policies in OECD Countries From Interventionism to Regulatory Governance”, <http://regulatoryreform.com/wp-content/uploads/2015/02/>

[OECD-Regulatory-Policies-in-OECD-Countries-2002.pdf](http://regulatoryreform.com/wp-content/uploads/2015/02/OECD-Regulatory-Policies-in-OECD-Countries-2002.pdf), Erişim Tarihi: 13.03.2021.

OECD (2003), “2002-2003 Annual Reports”, <https://www.oecd.org/daf/competition/prosecutionandlawenforcement/competitionlawandpolicy2002-2003annualreports.htm>, Erişim Tarihi: 13.03.2021.

OECD (2008), “The Interface between Competition and Consumer Policies”, OECD Policy Roundtables, <https://www.oecd.org/daf/competition/40898016.pdf>, Erişim Tarihi: 29.04.2021.

OECD (2011), “Rekabet Değerlendirme Araç Kiti”, <https://www.oecd.org/daf/competition/Turkish%20-%20Principles%20Toolkit.pdf>, Erişim Tarihi: 03.02.2021.

OECD (2013), “Assessment Of The Impact Of Competition Authorities’ Activities”, Note by Prof. Stephen Davies, <https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP/WP2%282013%291&docLanguage=En>, Erişim Tarihi: 20.01.2021.

OECD (2014), “Guide for helping competition authorities assess the expected impact of their activities”, <https://www.oecd.org/daf/competition/Guide-competition-impact-assessmentEN.pdf>, Erişim Tarihi: 03.02.2021.

OECD (2020), “OECD Competition Trends”, <https://www.oecd.org/daf/competition/OECD-Competition-Trends-2020.pdf>, Erişim Tarihi: 10.04.2021.

OFT (2008), “Consumer Benefits From Competition Enforcement, Merger Control, Market Studies And Market Investigation References, And Scam Busting”, [http://www.osservatorioair.it/wp-content/uploads/2009/08/positive\\_impact\\_07\\_08.pdf](http://www.osservatorioair.it/wp-content/uploads/2009/08/positive_impact_07_08.pdf), Erişim Tarihi: 10.04.2021.

OFT (2010), “A Review of OFT’s Impact Estimation Methods”, <http://competitionpolicy.ac.uk/documents/107435/107584/oft1164.pdf>, Erişim Tarihi: 10.04.2021.

OXERA (2004), “Costs And Benefits Of Market Regulator”, <https://www.oxera.com/wp-content/uploads/2018/03/Costs-and-benefits-of-market-regulators-Part-1-3.pdf>, Erişim Tarihi: 10.04.2021.

OXERA (2009), “Quantifying Antitrust Damages”, [https://ec.europa.eu/competition/antitrust/actionsdamages/quantification\\_study.pdf](https://ec.europa.eu/competition/antitrust/actionsdamages/quantification_study.pdf), Erişim Tarihi: 14.12.2020.

ÖZ, G.A. (2012), “Rekabet Hukuku ve Politikası”, AKÇAY, B. ve G. B. ÖZÇELİK (der.), *Lizbon Antlaşması Sonrası Avrupa Birliği Serbest Dolaşım ve Politikalar içinde*(s.373-401), 2. Baskı, Seçkin Yayıncılık, Ankara.

ÖZDEMİR, N. C. (2015), *Rekabete Aykırı Dışlayıcı Uygulamaların Tespitinde Etki Temelli Yaklaşım ve Etki Standartları*, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara.

PEEPERKORN, L. (2015), “Resale Price Maintenance and Its Alleged Efficiencies”, *European Competition Journal*, Vol:4, No:1, s. 201-212.

PİŞMAF, Ş. (2019), “Yoğunlaşmaların Kontrolünde Modern Bir Araç Olarak Yoğunlaşma Simülasyonu: Teori ve Türkiye Akaryakıt Dağıtım Sektörü Üzerine Varsayımsal Bir Uygulama”, *Rekabet Dergisi*, Cilt:20, Sayı:1, s. 134-217.

Posner, R. (2001), *Antitrust Law*, 2<sup>nd</sup> Edition, University of Chicago Press, Chicago.

REKABET KURUMU (2019), *Rekabet Terimleri Sözlüğü*, Gözden geçirilmiş 6. Baskı, Ankara.

REKABET KURUMU (2021), “*Etki Analizi Raporu 2021*”, Ankara, <https://www.rekabet.gov.tr/Dosya/geneldosya/etki-analizi-ea-rapor-pdf>, Erişim Tarihi: 02.04.2021.

SCA (2012), “A survey of the approaches and methods used to assess the economic effects of a Competition Authority’s work, Konkurrensverket Swedish Competition authority”, <https://www.konkurrensverket.se/globalassets/publikationer/uppdraagsforskning/a-survey-of-the-approaches-and-methods-used-to-assess-the-economic-effects-of-a-competition-authoritys-work.pdf>, Erişim Tarihi: 02.05.2021.

TEZCAN E. (2004), “Avrupa Topluluğu Rekabet Hukuku Reformu ve Ortaya Çıkan Değişikliklerin Değerlendirilmesi”, *Uluslararası İlişkiler Dergisi*, Cilt: 1, Sayı:2, s. 81-101.

TOPALÖLER, M. (2015), *Tüketici Refahının Artırılmasında İki Farklı Araç, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi*, Ankara.

UNCTAD (2014), “The Benefit of Competition Policy for Consumers”, OECD Policy Roundtables, [https://unctad.org/system/files/non-official-document/CCPB\\_IGE2014\\_RTBenCom\\_EU\\_en.pdf](https://unctad.org/system/files/non-official-document/CCPB_IGE2014_RTBenCom_EU_en.pdf), Erişim Tarihi: 23.04.2021.

ÜNAL, Ç. (2010), “Rekabet Hukukunda Tek Taraflı Sömürücü Davranışlar”, *Rekabet Dergisi*, Cilt 11, Sayı 4, s. 111-164.

ÜNSAL, E. M. (2014), *Mikro İktisat*, 10. Baskı, BigBang Yayınları, Ankara.

WERDEN, G. J.(2003), “The Effect of Antitrust Policy on Consumer Welfare: What Crandall and Winston Overlook”, *U.S. Department of Justice Antitrust Division*, Discussion Paper No. EAG 03-2.

WERDEN, G.J. (2008), “Assessing the effects of antitrust enforcement in the United States”, *De Economist*, Vol:156, Issue:4, s. 433-451.

WHISH, R. ve D. BAILEY (2012), *Competition Law*, 7<sup>th</sup> Edition, Oxford University Press, New York.

WIEL, V.D. (2010), *Competition and Innovation*, PhD dissertation, CentER/Tilburg University.

**Diğer Kaynaklar (Konferans, İnternet, Haber, Alıntı vb.)**

AHLBORN, C. ve J. PADILLA (2007), “From Fairness to Welfare: Implications for The Assessment of Unilateral Conduct Under EC Competition Law”, *12<sup>nd</sup> Annual Competition Law and Policy Workshop*, Floransa <https://www.eui.eu/Documents/RSCAS/Research/Competition/2007ws/200709-COMPed-Padilla-Ahlborn.pdf>, Erişim Tarihi:10.12.2020.

ALBAEK, S. (2013), *Consumer Welfare in EU Competition Policy*, Avrupa Komisyonu Yayınlar ve Tartışma Metinleri, [https://ec.europa.eu/dgs/competition/economist/consumer\\_welfare\\_2013\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/dgs/competition/economist/consumer_welfare_2013_en.pdf) , Erişim Tarihi: 01.02.2021.

FIRATOĞLU, B. (2007), *Piyasa Aksaklıkları, Ekonomik Faaliyetler ve Hukuki Düzenleme Araştırma Raporu*, Sermaye Piyasası Kurulu.

LAITENBERGER, J. (2020), “Competition and Consumers”, EEA 25 Years Conference, Brussels, [https://ec.europa.eu/competition/speeches/text/sp2019\\_08\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/competition/speeches/text/sp2019_08_en.pdf), Erişim Tarihi:20.04.2021.

MELAMED, D. ve N.PETIT (2018), Before “After Consumer Welfare”-A Response To Professor Wu, *Competition Policy International Column* (July), <https://www.competitionpolicyinternational.com/before-after-consumer-welfare-a-response-to-professor-wu/>, Erişim Tarihi:23.02.2021.

PHILIPS, N. J. (2019), “Competing for Companies: How M&A Drives Competition and Consumer Welfare”, *The Global Antitrust Economics Conference Concurrences & NYU Stern*, New York, [https://www.ftc.gov/system/files/documents/public\\_statements/1524321/phillips\\_-\\_competing\\_for\\_companies\\_5-31-19\\_0.pdf](https://www.ftc.gov/system/files/documents/public_statements/1524321/phillips_-_competing_for_companies_5-31-19_0.pdf), Erişim Tarihi:20.04.2021.

ZIMMERMAN, J.E. ve J.M. CONNOR, (2005), *Determinants Of Cartel Duration: A Cross-Sectional Study Of Modern Private International Cartels*, Draft August 2, 2005., [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1158577](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1158577), Erişim Tarihi: 30.04.2021.

**Türkiye Mevzuatı**

4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun

Hâkim Durumdaki Teşebbüslerin Dışlayıcı Davranışlarına İlişkin Kılavuz.

Rekabet Terimleri Sözlüğü, Gözden Geçirilmiş Altıncı Baskı, <https://www.>

[rekabet.gov.tr/Dosya/geneldosya/rk-terimleri-sozlugu-2018-pdf](http://rekabet.gov.tr/Dosya/geneldosya/rk-terimleri-sozlugu-2018-pdf), Erişim Tarihi: 10.02.2021.

Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz.

Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar ile Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Halinde Verilecek Para Cezalarına İlişkin Yönetmelik

1997/1 sayılı Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkın Tebliğ

2010/4 Rekabet Kurulundan İzin Alınması Gereken Birleşme ve Devralmalar Hakkında Tebliğ.

07.11.2013 tarihli 6502 sayılı Tüketicinin Korunması Hakkında Kanun, RG 28.11.2013-28835.

### **AB ve Üye Ülkeler Mevzuatı**

Beyaz Kitap: White Paper on the Modernisation of the Rules Implementing Articles 101 and 82 of the EC Treaty OJ C132/1, 12.05.1999.

Council Regulation (EC) No 1/2003 on the Implementation of the Rules On Competition Laid Down in Articles 81 and 82 of the Treaty, OJ L 1, 4.1.2003, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A32003R0001>, Erişim Tarihi: 08.02.2021.

Guidelines on the Applicability of Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union to Horizontal Co-operation Agreements, OJ (2011) C/11.

Guidelines on the Application of Article 81(3) of the Treaty (2004), [http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52004XC0427\(07\)](http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX:52004XC0427(07)), Erişim Tarihi: 03.02.2021.

Council Regulation (EEC) No 4064/89 of 21 December 1989 on the Control of Concentrations between Undertakings, [1989] OJL395/1 (4064/89 sayılı Birleşme Tüzüğü).

Guidelines on the application of Article 81(3) of the Treaty, [http://europa.eu/legislation\\_summaries/competition/firms/126114\\_en.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/competition/firms/126114_en.htm), Erişim Tarihi: 10.04.2021.

Council Regulation (EC) No 139/2004 of 20 January 2004 on the Control of Con-centrations between Undertakings (the EC Merger Regulation – Birleşme Tüzüğü).

Guidelines on the Assessment of Horizontal Mergers under the Council Regulation on the Control of Concentrations between Undertakings (2004/C 31/03).

## **Diğer Kaynaklar**

DG Competition Discussion Paper on The Application of Article 82 of Treaty to Exclusionary Abuses, 2005, (82. Maddenin Modernizasyonu Hakkında Tartışma Metni), <http://ec.europa.eu/comm/competition/antitrust/art82/discpaper2005.pdf>, Erişim Tarihi: 03.02.2021.

European Commission Communication, Guidelines on the application of article 81(3) of the Treaty [currently Article 101(3) TFEU] [2004] OJ C 101/97.

## **Rekabet Kurulu Kararları**

02.12.2004 tarih ve 04-77/1108-277 sayılı Kararı (*Ege Çimento I*)

08.04.2010 tarih 10-29/437-163,10-29/438-164, 10-29/439-165 sayılı Kararları

18.4.2011 tarih ve 11-24/464-139 sayılı Kararı (*Otomotiv*)

31.01.2013 tarih ve 13-08/94-55 sayılı Kararı (*Metro/Konya Turizm*)

02.12.2013 tarih ve 13-67/928-390 sayılı Kararı (*Volkan Metro*)

17.01.2014 tarih ve 14-03/60-24 sayılı Kararı (*Tüpraş*)

22.01.2014 tarih ve 14-04/80-33 sayılı Kararı (*Didim Fırıncılar*)

12.02.2014 tarih ve 14-06/127-56 sayılı Kararı (*Aksaray Sürücü Kursları*)

16.04.2014 tarih ve 14-15/287-120 sayılı Kararı (*Aksaray Fırıncılar*)

08.05.2014 tarih ve 14-17/330-142 sayılı Kararı (*Kırıkkale Sürücü Kursları*)

12.06.2014 tarih ve 14-21/410-178 sayılı Kararı (*Mey İçki*)

11.08.2014 tarih ve 14-27/556-239 sayılı Kararı (*Tokat Dershaneler*)

20.08.2014 tarih ve 14-29/610-264 sayılı Kararı (*Kahramanmaraş Sürücü Kursları*)

16.09.2014 tarih ve 14-33/666-292 sayılı Kararı (*Tekhnelogos*)

22.10.2014 tarih ve 14-42/783-346 sayılı Kararı (*Maya*)

09.12.2014 tarih ve 14-49/877-397 sayılı Kararı (*Sakarya Sürücü Kursları*)

04.01.2016 tarih ve 16-02/44-14 tarih sayılı Kararı (*Ege Çimento II*)

09.06.2016 tarih ve 16-20/347-156 sayılı Kararı (*Yemek Sepeti*)

9.06.2016 tarih ve 16-20/326-146 sayılı Kararı (*TTAŞ Tesis Paylaşımı*)

27.10.2016 tarih ve 16-35/604-269 sayılı Kararı (*Kongre ve Fuar*)

06.12.2016 tarih ve 16-42/699-313 sayılı Kararı (*TEB*)

- 05.01.2017 tarih ve 17-01/12-4 sayılı Kararı (*Booking.com*)
- 16.02.2017 tarih ve 17-07/84-34 sayılı Kararı (*Mey İçki 2017-1*)
- 23.02.2017 tarih ve 17-08/99-42 sayılı Kararı (*Luxxotica*)
- 19.07.2017 tarih ve 17-23/384-167 sayılı Kararı (*Edirne Otogar*)
- 09.11.2017 tarih ve 17-36/595-259 sayılı Kararı (*Ulusoy/Ro-Ro*)
- 28.11.2017 tarih ve 17-39/636-276 sayılı Kararı (*Sendikasyon Kredileri*)
- 14.12.2017 tarih ve 17-41/640-279 sayılı Kararı (*Burdur Makine Müh.*)
- 14.12.2017 tarih ve 17-41/641-280 sayılı Kararı (*Trakyacam*)
- 20.02.2018 tarih ve 18-06/101-52 sayılı Kararı (*Akdeniz Elektrik*)
- 29.03.2018 tarih ve 18-09/180-85 sayılı Kararı (*Adıyaman LPG*)
- 31.05.2018 tarih ve 18-17/316-156 sayılı Kararı (*Dosu/Lesaffre*)
- 08.08.2018 tarih ve 18-27/461-224 sayılı Kararı (*Enerjisa*)
- 19.09.2018 tarih ve 18-33/555-273 sayılı Kararı (*Google Android*)
- 01.10.2018 tarih ve 18-36/583-284 sayılı Kararı (*Bereket Enerji*)
- 01.10.2018 tarih ve 18-36/584-285 sayılı Kararı (*Sahibinden*)
- 11.10.2018 tarih ve 18-38/617-298 sayılı Kararı (*Radontek*)
- 22.11.2018 tarih ve 18-44/703-345 sayılı karar (*Sony Eurosia*)
- 10.01.2019 tarih ve 19-03/23-10 sayılı Kararı (*Turkcell*)
- 13.03.2019 tarih ve 19-12/155-70 sayılı Kararı (*Beyaz Et*)
- 11.04.2019 tarih ve 19-15/214-94 sayılı Kararı (*İsttelkom*)
- 18.04.2019 tarih ve 19-16/229-101 sayılı Kararı (*Ro-Ro*)
- 20.06.2019 tarih ve 19-22/353-159 sayılı Kararı (*Maysan*)
- 07.11.2019 tarih ve 19-38/564-233 sayılı Karar (*Türkiye Bankalar Birliği*)
- 12.11.2019 tarih ve 19-39/601-255 sayılı Karar (*Shell*)
- 16.12.2019 tarih ve 19-46/790-344 sayılı Kararı (*Philips*)
- 26.12.2019 tarih ve 19-46/791-345 sayılı Kararı (*TMMO Konya*)
- 02.01.2020 tarih ve 20-01/14-06 sayılı Kararı (*Onkoloji*)
- 09.01.2020 tarih ve 20-03/28-12 sayılı Kararı (*Burdur LPG*)



- 16.01.2020 tarih ve 20-04/47-25 sayılı Karar (*Posta ve Kargo*)  
23.01.2020 tarih ve 20-06/61-33 sayılı Kararı (*Sigorta*)  
13.02.2020 tarih ve 20-10/110-66 sayılı Kararı (*Vodofone*)  
13.02.2020 tarih ve 20-10/119-69 sayılı Kararı (*Google Shopping*)  
12.03.2020 tarih ve 20-14/191-97 sayılı Kararı (*Trafik Sinyalizasyon*)  
19.03.2020 tarih ve 20-15/215-107 sayılı Kararı (*Yozgat Hazır Beton*)  
26.03.2020 tarih ve 20-16/231-112 sayılı Kararı (*Bellona*)  
26.03.2020 tarih ve 20-16/232-113 sayılı Kararı (*Baymak*)  
09.07.2020 tarih ve 20-33/439-196 sayılı Kararı (*Gaziantep Oto Expertiz*)  
05.11.2020 tarih ve 20-48/666-291 sayılı Kararı (*Ortadoğu Antalya Limanı*)  
12.11.2020 tarih ve 20-49/669-293 sayılı Kararı (*Haznedar/Calderys*)  
12.11.2020 tarih ve 20-49/675-295 sayılı Kararı (*Google Adwords*)

#### **Komisyon Kararları**

- Case 4/M.877, Boeing/McDonnell Douglas, (1997).  
Case COMP/35.141, Commission-Deutsche Post AG, (2001).  
Case COMP/M.2220, Genel Electric/Honeywell, (2001).  
Case COMP/M.2283, Schneider/Legrand, (2002).  
Case COMP/M.2416 Tetra Laval/Sidel, (2002).  
Case COMP/M.3916, T-Mobile Austria/Tele.ring, (2006).

#### **Genel Mahkeme ve ABAD Kararları**

- C 501/06 P, C-513/06 P, C-515/06 P, and C 519/06 P GlaxoSmithKline (2009).  
Case 26/75, General Motors Continental NV v EC Commission, ECR 1367, (1975).  
Case C-209/10 Post Danmark A/S v Konkurrencerådet, ECR 342 (2011).  
Case C-95/04, British Airways v Commission, (2007).  
Case COMP/C-3/37.792, Microsoft, (2004).

#### **ABD Mevzuatı**

- Guidelines”,<http://www.ftc.gov/sites/default/files/attachments/merger-review/100819hmg.pdf>, Erişim Tarihi:10.02.2021.

Sherman Act 15 U.S.C. §§1–7, (02.07.1890).

U.S. Clayton Act, 15 U.S.C. § 18-18a.

U.S. Department of Justice ve Federal Trade Commission (1992) “Horizontal Merger.

U.S. Robinson-Patman Act, 15 U.S.C. § 13a-13f.

### **ABD Yüksek Mahkeme ve Bölge Mahkemeleri Kararları**

American Medical International Inc., 104 FTC 1 (1984).

Aspen Skiing Co. v. Aspen Highland Skiing Corp., 472 U.S. 585 (1985).

Brooke Group Ltd. v. Brown & Williamson Tobacco Corp., 509 U.S. 209 (1993).

Chicago Board of Trade v. U.S. 246 (1918).

FTC v. Indiana Federation of Dentists 476 U.S. 447 (1986).

National Society of Professional Engineers v. United States.435 U.S. 679 (1978).

Standard Oil Co. Of New Jersey v. U.S.,221 US 1 (1911).

U.S. v. Trans-Missouri Freight Ass’n, 166 U.S. 290 (1897).

United States v. Microsoft Corp., 253 F.3d 34 (D.C. Cir. 2001).

Verizon Communications, Inc. v. Law Offices of Curtis V. Trinko, LLP, 540 U.S.398 (2004).

### **Diğer Ülke Otorite Kararları**

Decision of the NMa in Case 6246, 28 August 2008. [https://www.acm.nl/sites/default/files/old\\_publication/bijlagen/3979\\_6246BCV\\_ENG.pdf](https://www.acm.nl/sites/default/files/old_publication/bijlagen/3979_6246BCV_ENG.pdf), Erişim Tarihi: 19.02.2021.

**EKLER**

**Ek-1: ABD Tüketici Refahı Çalışmaları**

**Tablo 8:** FTC Sağlanan Tüketici Faydası ve Etkilenen Pazar Ciro

<b>Tüketici Faydası/Etkilenen Pazar Ciro</b>	2017	2018	2019	2020
<b>Yoğunlaşma işlemlerinde etkilenen pazar ciro</b>	88.3 milyar \$	103.4 milyar \$	112.7 milyar \$	69.4 milyar \$
<b>Yoğunlaşma harici işlemlerinde etkilenen pazar ciro</b>	77.10 milyar \$	75.50 milyar \$	80.48 milyar \$	11.9 milyar \$
<b>Yoğunlaşma işlemlerinde elde edilen fayda</b>	2.59 milyar \$	2.66 milyar \$	3.09 milyar \$	1.78 milyar \$
<b>Yoğunlaşma harici işlemlerde elde edilen fayda</b>	1.12 milyar \$	1.10 milyar \$	1.77 milyar \$	901 milyon \$

Kaynak: FTC (2020, 31-34)

**Tablo 9:** FTC Sağlanan Tüketici Faydasının Etkilenen Pazar Ciro Oranı

<b>Tüketici Faydası/Etkilenen Pazar Ciro</b>	2017	2018	2019	2020
<b>Yoğunlaşma işlemleri için oran</b>	2.93	2.57	2.74	2.56
<b>Yoğunlaşma harici işlemler için oran</b>	1.45	1.45	2.19	7.57

Kaynak: FTC (2020, 34)

**Ek-2: UK Tüketici Refahı Çalışmaları****Tablo 10:** CMA'nın İhlal Türüne Göre 2017-2020 Döneminde Sağladığı Fayda

İhlal Türü/Açıklama	£ (milyon)
Teşebbüsler Arasındaki Rekabet Karşıtı Anlaşmalar	884.7
Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması Eylemleri	
Pazar Araştırmaları/Çalışmaları	
Rekabet Karşıtı Birleşme/Devalma İşlemlerine Yönelik Müdahaleler	386.8
Tüketicinin Korunması Faaliyetleri	70
Toplam Fayda	1,341.5
Maliyet <sup>123</sup>	92.7
Fayda/Maliyet	14.6
Fayda/Maliyet <sup>124</sup>	13.71

Kaynak: CMA (2020, 4-5)

**Ek-3: Türkiye Tüketici Refahı Çalışmaları****Tablo 11:** Muhafazakâr Senaryo İhlal Türüne Göre Fiyat Artış Oranı ve Süresi

	Karteller	Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması	Birleşme/Devalma İşlemleri
Fiyat Artış Oranı(%)	%10	%1	%1
Süre(yıl)	1	1	1

Kaynak: Rekabet Kurumu (2021, 10)

**Tablo 12:** Muhafazakâr Senaryo Elde Edilen Fayda

2019-2020		2017-2018		2014-2016	
Yıl. Ort.	Top.	Yıl. Ort.	Top.	Yıl. Ort.	Top.
1.89 milyar TL	3.79 milyar TL	405.2 mil- yon TL	810.4 milyon TL	355 milyon TL	1.06 mil- yar TL

Kaynak: Rekabet Kurumu (2021, 12)

<sup>123</sup> Toplam maliyet, fiili olarak CMA tarafından harcanan tutardan, mevzuat çalıştaylarında (*regulatory appeals*) harcanan tutarın çıkarılması ile elde edilmiştir.

<sup>124</sup> Tüketicinin korunması faaliyetlerinden sağlanan fayda hariç tutularak yapılan hesaplamadır.

**Tablo 13:** OECD Yaklaşımı İhlal Türüne Göre Fiyat Artış Oranı ve Süresi

	<b>Karteller</b>	<b>Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması</b>	<b>Birleşme/Devralma İşlemleri</b>
Fiyat Artış Oranı (%)	%10	%5	%3
Süre(yıl)	3	3	2

**Kaynak:** Rekabet Kurumu (2021, 12)

**Tablo 14:** OECD Yaklaşımı Elde Edilen Fayda

<b>2019-2020</b>		<b>2017-2018</b>		<b>2014-2016</b>	
<b>Yıl. Ort.</b>	<b>Top.</b>	<b>Yıl. Ort.</b>	<b>Top.</b>	<b>Yıl. Ort.</b>	<b>Top.</b>
5.27 milyar TL	10.55 milyar TL	3.28 milyar TL	6.55 milyar TL	3.3 milyar TL	9.9 milyar TL

**Kaynak:** Rekabet Kurumu (2021, 12)

**Tablo 15:** 2014-2020 Dönemi Kurum Müdahalelerinin Tüketiciye Sağladığı Toplam Fayda

<b>Yıl</b>	<b>Tahmini Toplam Fayda</b>
2020	5.75 milyar TL
2019	4.79 milyar TL
2018	3.87 milyar TL
2017	2.68 milyar TL
2016	1.08 milyar TL
2015	494 milyon TL
2014	8.33 milyar TL

**Kaynak:** Rekabet Kurumu (2021, 12)

**Ek-4: Tüketici Refahının Hesaplanmasında Oranlar ve Çalışmalar****Tablo 16: İhlal Türüne Göre Otoritelerin Hesaplamada Kullandığı Cirolar**

Otorite	Kartel	Birleşme/Devralma	Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması
Komisyon <sup>125</sup>	Etkilenen mal veya hizmetlerden elde edilen ciro	İlgili ürün pazarı cirosu	-
DOJ	İlgili ürün pazarı ticaret hacmi	İlgili ürün pazarı ticaret hacmi	İlgili ürün pazarı ticaret hacmi
FTC	-	İlgili ürün pazarı ticaret hacmi	İlgili ürün pazarı ticaret hacmi
CMA(OFT) <sup>126</sup>	Etkilenen mal veya hizmetlerden elde edilen ciro <sup>127</sup>	Etkilenen mal veya hizmetlerden elde edilen ciro	Etkilenen mal veya hizmetlerden elde edilen ciro
ACM (NMa)	Etkilenen mal veya hizmetlerden elde edilen ciro	İlgili ürün pazarı cirosu	Hâkim durumunu kötüye kullanan firmanın etkilediği mal veya hizmetlerden elde ettiği ciro
OECD	Etkilenen mal veya hizmetlerden elde edilen ciro	Etkilenen pazar cirosu veya işlem tarafları cirosu	Etkilenen mal veya hizmetlerden elde edilen ciro

**Kaynak:** OECD (2013; 2014, 6), Mudde (2012)

<sup>125</sup> Komisyon'un "Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması" türünden karar sayısının az olması sebebiyle gizliliğe zarar gelememesi etki değerlendirmesinde kullandığı ciro kriterine değinmemektedir.

<sup>126</sup> Mudde (2012) çalışmasında CMA'nın Yoğunlaşma işlemleri ve Hâkim durumun kötüye kullanılması davranışına müdahaleden elde edilen faydanın hesaplanmasında kullanılan ciroyu ilgili ürün pazarı cirosu olarak vermektedir.

<sup>127</sup> Annual turnover of the goods or services affected by the cartel.

**Tablo 17:** İhlal Türüne Göre Otoritelerin Hesaplamalarda Kullandığı Fiyat Artış Oranı

Otorite	Kartel	Birleşme/Devralma <sup>128</sup>	Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması
Komisyon <sup>129</sup>	10-15%	simülasyon <sup>130</sup>	-
DOJ	10%	simülasyon, mümkün değilse %1	1% <sup>131</sup>
FTC	-	1%	1%
CMA(OFT)	10-15%	simülasyon, mümkün değilse simülasyon ortalaması	10%
ACM(NMa)	10%	1% <sup>132</sup>	10%
OECD	10%	3%	5%

**Kaynak:** OECD (2013, 2014).

**Tablo 18:** İhlal Türüne Göre Kullanılan Fiyat Artış Süresi

Otorite	Kartel	Birleşme/Devralma	Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması
Komisyon <sup>133</sup>	1/3/6 yıl	2-7	-
DOJ	1 yıl veya ay sayısı	1	1
FTC	-	2	2
CMA (OFT)	6	2	6
ACM (NMa)	1	1	1
OECD	3	2	3

**Kaynak:** OECD (2013, 2014)

<sup>128</sup> Sonuca tahmini dara kaybı eklenir.

<sup>129</sup> Komisyon'un "Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması" türünden karar sayısının az olması sebebiyle gizlilik açısından etki değerlendirmesi sonuçlarını yayımlamamaktadır.

<sup>130</sup> Sonuca kazanılan/kaybedilen etkinlik değeri(%1) eklenir.

<sup>131</sup> Sonuca tahmini dara kaybı da eklenir.

<sup>132</sup> Sonuca tahmini dara kaybı ve kazanılan/kaybedilen etkinlik değeri (%1) eklenir.

<sup>133</sup> Komisyon'un "Hâkim Durumun Kötüye Kullanılması" türünden karar sayısının az olması ve gizlilik açısından etki değerlendirmesi sonuçlarını yayımlamamaktadır.

**Ek-5: 2014-2020 Döneminde 4. ve 6. Madde Kapsamında  
Değerlendirilen Dosyalarda İhlal Süreleri**

**Tablo 19: 2014-2020 4. ve 6. Madde Kurul Kararları<sup>134</sup>**

<b>Karar</b>	<b>İhlal Süresi</b>	<b>İhlal Türü</b>
Ege Çimento II	1-5 yıl	4.madde
Didim Fırıncılar	1 yıldan kısa	4.madde
Aksaray Fırıncılar	1 yıldan kısa	4.madde
Aksaray Sürücü Kursları	1-5 yıl	4.madde
Kırıkkale Sürücü Kursları	1 yıldan kısa	4.madde
Tokat Dershaneler	1-5 yıl	4.madde
Kahramanmaraş Sürücü Kursları	1 yıldan kısa	4.madde
Maya	1-5 yıl	4.madde
Sakarya Sürücü Kursları	1 yıldan kısa	4.madde
Adıyaman LPG	1 yıldan kısa	4.madde
Burdur Makine Müh.	1-5 yıl	4.madde
Sendikasyon Kredileri	1-5 yıl	4.madde
Onkoloji	1 yıldan kısa	4.madde
Beyaz Et	1-5 yıl	4.madde
Ro-Ro	1-5 yıl	4.madde
TMMO Konya	5 yıldan uzun	4.madde
Burdur LPG	1 yıldan kısa	4.madde
Posta ve Kargo	1-5 yıl	4.madde
Sigorta	1-5 yıl	4.madde
Yozgat Hazır Beton	1-5 yıl	4.madde
Trafik Sinyalizasyon	1-5 yıl	4.madde
Gaziantep Oto Expertiz	1-5 yıl	4.madde
TEB	1-5 yıl	6.madde
Kongre ve Fuar İşletmeciliği	1 yıldan kısa	6.madde
Yemek Sepeti	1 yıldan kısa	6.madde
TTAŞ Tesis Paylaşımı	1-5 yıl	6.madde
Tüpraş	1 yıldan kısa	6.madde
Mey İçki	1-5 yıl	6.madde

<sup>134</sup> Yargı kararı ile iptal edilen ve Kurul kararı ile yeniden başlatılan; ancak soruşturma süreci tamamlanmamış dosyalar çalışmada yer almaktadır. Çok taraflı dosyalarda farklı ihlal süreleri bulunması durumunda ağırlıklı olan ihlal süresi seçilmiştir.



Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezleri Serisi

Tekhnelogos	1 yıldan kısa	6.madde
Akdeniz Elektrik	1-5 yıl	6.madde
Enerjisa	1-5 yıl	6.madde
Bereket Enerji	1-5 yıl	6.madde
Google Android	5 yıldan uzun	6.madde
Sahibinden.com	1-5 yıl	6.madde
Radontek	1 yıldan kısa	6.madde
Mey İçki 2017-1	1-5 yıl	6.madde
Luxxotica	1-5 yıl	6.madde
Edirne Otogar	1-5 yıl	6.madde
Booking.com	1-5 yıl	6.madde
İsttelkom	1 yıldan kısa	6.madde
Philips	1-5 yıl	6.madde
Google Shopping	5 yıldan uzun	6.madde
Ortadoğu Antalya Limanı	1-5 yıl	6.madde
Google Adwords	5 yıldan uzun	6.madde



Üniversiteler Mahallesi  
1597. Cadde No: 9  
06800 Bilkent - Çankaya /ANKARA  
[http:// www.rekabet.gov.tr](http://www.rekabet.gov.tr)