

Uzmanlık Tezleri Serisi No: 252

REKABET KURUMU

REKABET HUKUKUNDA ALIM KARTELLERİ

HARUN ÇALI

REKABET HUKUKUNDA ALIM KARTELLERİ

Harun ÇALI

Ankara 2026

©Bu eserin tüm telif hakları
Rekabet Kurumuna aittir. 2026

Baskı, Nisan 2026
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 Doç. Dr. Hakan BİLİR, Rekabet Kurumu Başkan Yardımcısı Haluk Recai BOSTAN, Rekabet Kurumu Başkanışmanı Nazlı Varol, II. Denetim ve Uygulama Dairesi Başkanı Burak BÜYÜKKUŞOĞLU'ndan oluşan Tez Değerlendirme Heyeti tarafından 03 Haziran 2024 tarihinde yürütülen Tez Savunma Toplantısı sonucunda yeterli ve başarılı kabul edilmiştir.

Tez yazarı Harun ÇALI, 02.09.2024 tarihinde yapılan Yeterlik Sınavı ve 08.10.2024 tarihinde yapılan Sözlü Sınavda başarılı olmuş ve Başkanlık Makamının 09.01.2025 tarih ve 104554 sayılı onayı ile Rekabet Uzmanı olarak atanmıştır.

YAYIN NO

440

“Canım eŒime ve biricik kızıma...”

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	iii
GİRİŞ.....	1

BÖLÜM 1

ALIM KARTELLERİNE GENEL BAKIŞ

1.1. ALICI.....	4
1.2. ALICI GÜCÜ	5
1.2.1. Monopson ve Monopson Gücü	7
1.2.1.1. Monopson Gücünün Refah Etkileri.....	12
1.3. ALIM KARTELLERİ	14
1.3.1. Alım Kartellerinin Kurulmasını Kolaylaştıran Durumlar	15
1.3.2. Alım Kartellerinin Organizasyonu ve Uygulanması.....	16
1.3.3. Alım Kartelleri İçin Sorunlar	17
1.3.4. Alım Kartelleri ile Satım Kartelleri Arasındaki Benzerlikler ve Farklar.....	19
1.3.5. Alım Kartellerine Yönelik Haklı Gerekçe	22
1.3.6. Alım Kartellerinin Yaygınlığı ve Yetersiz Yaptırım Tartışmaları.....	24

BÖLÜM 2

ORTAK ALIM ANLAŞMALARI VE ALIM KARTELLERİ

AYRIMI

2.1. ORTAK ALIM ANLAŞMALARI	27
2.1.1. Ortak Alım Anlaşmalarından Elde Edilen Etkinlik Kazanımları	28
2.1.2. Ortak Alım Anlaşmalarından Kaynaklanan Rekabet Riskleri	30
2.1.3. Ortak Alım Anlaşmalarının Rekabet Hukuku Karşısındaki Durumu	33
2.2. ALIM KARTELLERİ VE ORTAK ALIM ANLAŞMALARI ARASINDAKİ FARKLAR.....	36
2.2.1. Amaç	37
2.2.2. Pazar Payı	38
2.2.3. Fiyat	38

2.2.4. Şeffaflık.....	39
2.2.5. Hedef.....	39
2.3. REKABET HUKUKU AÇISINDAN ORTAK ALIM ANLAŞMALARININ KURULUŞU.....	40

BÖLÜM 3

ABD VE AB REKABET HUKUKUNDA ALIM KARTELLERİ

3.1. ABD REKABET HUKUKUNDA ALIM KARTELLERİ	42
3.1.1. Sherman Yasası.....	42
3.1.2. ABD Kararlarında Alım Kartelleri	44
3.2. AB REKABET HUKUKUNDA ALIM KARTELLERİ	47
3.2.1. ABİDA	47
3.2.2. AB Kılavuzu	47
3.2.3. Komisyon Kararlarında Alım Kartelleri	51

BÖLÜM 4

TÜRK REKABET HUKUKUNDA ALIM KARTELLERİ

4.1. 4054 SAYILI KANUN ve YATAY KILAVUZ	55
4.2. ALIM KARTELLERİNE YÖNELİK KURUL KARARLARI	56
SONUÇ VE ÖNERİLER	65
ABSTRACT	68
KAYNAKÇA.....	69

ŞEKİL DİZİNİ

Şekil 1 - Girdi Talebi Üzerinde Tek Alıcı Örneği.....	9
Şekil 2 - Teşebbüsün Monopson ve Monopol Olması Durumunda Ortaya Çıkan Refah Kayıpları.....	11
Şekil 3 - Alım Kartelleri İçin Sorunlar	18

KISALTMALAR

AB	: Avrupa Birliği
ABAD	: Avrupa Birliği Adalet Divanı
ABD	: Amerika Birleşik Devletleri
ABD Kılavuzu	: Rakipler Arası İşbirlikleri İçin Antitröst Kılavuzu
ABD Rehberi	: İnsan Kaynakları Uzmanları İçin Antitröst Rehberi
ABİDA	: Avrupa Birliğinin İşleyişine Dair Anlaşma
AB Kılavuzu	: AB'nin İşleyişine Dair Anlaşma'nın 101. Maddesinin Yatay İşbirliği Anlaşmalarına Uygulanabilirliğine İlişkin Kılavuz
Agk.	: Adı Geçen Karar
Bkz.	: Bakınız
Dikey Tebliğ	: Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği
dn.	: Dipnot
DOJ	: Department of Justice (ABD Adalet Bakanlığı)
FTC	: Federal Trade Commission (ABD Federal Ticaret Komisyonu)
Genel Mahkeme	: EU General Court (Avrupa Birliği Genel Mahkeme)
Komisyon	: European Commission (Avrupa Komisyonu)
Kurul	: Rekabet Kurulu
No	: Number (Sayı)
OECD	: Organisation for Economic Cooperation and Development (Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü)
Para.	: Paragraf
s.	: Sayfa
vd.	: ve diğerleri
Vol.	: Volume (Cilt)
Yatay Kılavuz	: Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz
Yüksek Mahkeme	: Supreme Court of the United States (ABD Yüksek Mahkemesi)
4054 sayılı Kanun	: 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun

GİRİŞ

Küresel rekabet hukuku düzenlemelerinde pazarın alım yahut satım tarafına yönelik farklı değerlendirmeler yapılmamış ve rekabetin pazarın herhangi bir bölümünde kısıtlanmasının ihlale yol açabileceği ifade edilmiştir. Bununla birlikte, rekabet otoriteleri genellikle pazarın satım tarafına odaklanmaktadır. Bu bakımdan önemli rekabet davalarının çoğu pazarın satım tarafındaki davranışlarla ilgilidir ve rekabet otoritelerinin kararlarının çoğunu satıcılara karşı alınan kararlar oluşturmaktadır (OECD 2022, 6). Satım pazarlarının alım pazarlarına göre daha fazla göz önünde olmasının birtakım haklı gerekçeleri bulunmaktadır. Bu haklı gerekçeler, satım pazarlarının nihai tüketicileri doğrudan ilgilendirmesi, alım pazarlarındaki yoğunlaşma oranlarının satım pazarlarına göre daha düşük olması ve alım pazarlarının satım pazarlarına göre daha rekabetçi bir konumda bulunması olarak sıralanabilmektedir. Ancak pazarda faaliyet gösteren oyuncular arasındaki rekabet sadece satıcılar arasında gerçekleşmemekte, ürün veya girdi alımına yönelik olarak alıcılar arasında da ortaya çıkabilmektedir.

Bazı durumlarda alıcılar, alıcı yoğunlaşmasını arttırmak ve lehte koşullarla alım yapabilmek amacıyla aralarında anlaşmalar¹ yapabilmektedirler. Alıcılar arasındaki bu anlaşmalar, doğrudan girdi fiyatlarını sabitlemeyi ve/veya alıcıların alım pazarında karşı karşıya kaldıkları rekabet baskısını azaltmayı amaçlayarak alım fiyatlarını rekabetçi seviyelerin altına düşürebilmekte ve rekabet hukukunun inceleme alanına girmektedir. Nasıl ki satıcılar arasındaki anlaşmalar, yüksek fiyat ve düşük üretim miktarı yoluyla genel refahı azaltıyor ve tekele benzer ekonomik sonuçlara yol açabiliyorsa, alıcılar arasında yapılan anlaşmaların da teknelci sonuçlara yol açabilmesi mümkündür. Alıcılar arasında gerçekleştirilen ve alım karteli olarak adlandırılan anlaşmalar, rekabetçi sürece doğrudan zarar vermekte ve genel refah üzerinde olumsuz etki yaratmaktadır.

¹ Bu tez çalışması kapsamında anlaşma kavramı, rakip teşebbüslerin, karşılıklı fayda temin etmek amacıyla ortaya koydukları, aralarındaki rekabeti sınırlama amacını ve/veya etkisini taşıyan, gizli veya açık irade uyuşmalarını veya davranış birlikteliklerini ifade etmektedir.

Rekabet otoriteleri açısından, alım kartelleri yeni bir alan olmamakla birlikte ihmal edilen bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır. Özellikle alım kartellerine yönelik olarak alınan kararların azlığı ve yeni düzenlemelere ihtiyaç duyulması bu değerlendirmemizi destekler niteliktedir. Rekabet otoriteleri tarafından alım kartellerine yönelik alınan kararların sayısı, satım kartellerine ilişkin olarak alınan kararların sayısı kadar olmasa da, azımsanamayacak boyuttadır. Hatta bilinen en eski kartel davası M.Ö. 4. yüzyıla dayanan ve Atina'da bir tahıl alım anlaşmasıyla ilgili olan alım karteli davasıdır (Kotsiris 1988, 451-457).

Diğer taraftan alıcılar arasında ortaya çıkan her iş birliği rekabete aykırı anlaşma olarak ele alınmamakta ve rekabet hukuku açısından endişe doğurmamaktadır. Hatta bazı koşullar altında, alıcılar arasında iş birliğine izin verilmesinin tüketici refahında bir artışa yol açabileceği genel kabul görmektedir. Bu iş birliğinin en önemli örneğini ortak alım anlaşmaları oluşturmaktadır. Ortak alım anlaşmaları sayesinde alıcılar maliyet avantajları elde edebilmekte ve elde edilen bu maliyet avantajları düşük fiyatlar yoluyla tüketicilere yansıtılabilmekte ve bu durum tüketici refahında artış ile sonuçlanabilmektedir. Bu nedenle, alıcılar arasında ortaya çıkan iş birliklerinden hangisinin alım karteli hangisinin ise ortak alım anlaşması olduğunun ayırt edilmesi gerekmektedir. Avrupa Komisyonu (Komisyon) tarafından 01.06.2023 tarihinde güncellenen, AB'nin İşleyişine Dair Anlaşma'nın 101. Maddesinin Yatay İşbirliği Anlaşmalarına Uygulanabilirliğine İlişkin Kılavuz² (AB Kılavuzu), bu ayrıma yönelik önemli bir rehberdir.

“Rekabet Hukukunda Alım Kartelleri” başlığını taşıyan bu tezin birinci bölümünde ilk olarak, pazarın alım tarafı ele alınacak olup alıcı, alıcı gücü, monopson ve monopson gücü gibi bazı kavramlara genel bir bakış açısı sunulacaktır. İlgili bölümün ilerleyen başlıkları altında ise tüm yönleriyle alım kartelleri incelenecektir. İkinci bölümde ortak alım anlaşmalarının rekabetçi etkileri tartışılmakta ve ortak alım anlaşmalarının alım kartellerinden ne zaman ve nasıl ayırt edilmesi gerektiği incelenmektedir. Üçüncü bölümde ABD (Amerika Birleşik Devletleri) ve AB (Avrupa Birliği) rekabet hukuku mevzuatında alım kartellerinin ne şekilde değerlendirildiği üzerinde durulacak, alım kartellerinin ilgili otoritelerin mevzuatındaki yerine ve alım kartellerine yönelik kararlara yer

² Guidelines on the Applicability of Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union to Horizontal Co-operation Agreements, (2023/C 259/01).

verilecektir. Tezin dördüncü bölümünde ise Türk rekabet hukukunda alım kartellerinin yeri ilgili mevzuat çerçevesinde açıklanacak olup, ardından konuya dair Rekabet Kurulu (Kurul) kararları incelenecektir. Bölüm sonucunda ise Kurul kararlarından yola çıkılarak, Türk rekabet hukukunda alım kartellerine yönelik yaklaşım tartışılacak ve alım kartellerinin ele alınışına ilişkin öneriler sunulacaktır.

BÖLÜM 1

ALIM KARTELLERİNE GENEL BAKIŞ

Bu tez çalışması kapsamında alım kartellerine ilişkin açıklamalara geçmeden önce pazarın alım tarafının irdelenmesinin yerinde ve faydalı olacağı düşünülmektedir. Bu çerçevede, ilk bölümde öncelikle pazarın alım tarafı incelenecek, ardından alım kartelleri ele alınacaktır.

1.1. ALICI

Gelişen ve değişen günümüz dünyasında ürünlerin ve hizmetlerin dağıtım ilişkisinde sadece alıcıların ve satıcıların var olduğu basit bir dikey ilişkiden söz etmek artık pek mümkün görünmemektedir (Alma 2021, 10-12). Bu bakımdan bir teşebbüsün pazarın alım tarafında mı yoksa satım tarafında mı olduğunun tespitine yönelik birtakım zorluklar bulunmaktadır. Bu zorluklardan ilki sağlayıcının doğrudan nihai tüketicilerle ilişki içerisinde olduğu basit bir dikey ilişki varsayımının aksine bugün çoğu pazarda mallar veya hizmetler nihai tüketiciye ulaşana kadar pek çok ara işlemde geçmekte ve bu da aynı dağıtım ilişkisi içerisinde bile pek çok alıcı ve satıcı bulunduğu anlamına gelmektedir (Doorn 2015, 76).

Diğer bir zorluk ise alıcının satıcıya, satıcının ise alıcıya dönüşebileceği durumlarda ortaya çıkmaktadır. Lianos (2009, 162) bu duruma örnek olarak perakendecilerin özel markalı (*private label*) ürünler³ ile pazarda faaliyet göstermesinin sağlayıcı-alıcı ilişkisinin hem yatay hem de dikey ilişki özelliği göstermesine neden olacağını ifade etmiştir. Yatay ve dikey ilişki özelinde ortaya çıkan bu durum, teşebbüsün pazarın alım tarafında mı sağlayıcı tarafında mı olduğu noktasında belirsizlik doğurabilmektedir. Yine e-ticaret platformlarında

³ Perakendeci markası ya da market markası olarak da bilinen özel markalı ürünler, perakendeciler tarafından üretilen veya ürettirilen ve perakendecilerin satış noktalarında kendi adı ya da kendi markasıyla satılan ürünler olarak tanımlanabilmektedir (HTM Perakendeciliği Sektör Araştırması Nihai Raporu 2023, 23).

faaliyet gösteren aracı bir teşebbüsün pazarın sağlayıcı tarafında mı alıcı tarafında mı olduğunun tespiti açısından da aynı zorluklar bulunmaktadır (Doorn 2015, 77).

Açıklanan nedenlerle alıcının tanımına ilişkin tartışmaları bir kenara bırakarak bu tez çalışmasında kolaylık sağlaması amacıyla alıcı, Kurul tarafından yayımlanan Dikey Anlaşmalara İlişkin Grup Muafiyeti Tebliği (Dikey Tebliğ)’nin 3. maddesiyle uyumlu biçimde, “bir teşebbüs hesabına mal veya hizmetleri satan teşebbüsler de dâhil olmak üzere, anlaşmaya taraf olan ve sağlayıcıdan mal veya hizmetleri satın alan teşebbüs” olarak ele alınacaktır.

1.2. ALICI GÜCÜ

Rekabet otoritelerinin üzerinde en sık durduğu konuların başında alıcı gücü kavramı gelmektedir (Inderst ve Mazzarotto 2006, 1). Alıcı gücü kavramının hukuk ve ekonomi literatüründe tek bir tanımı bulunmamakla birlikte (Anchustegui 2017, 32), tüm bu tanımlar için ortak nokta, alıcı gücünün, pazarın alım tarafında sahip olunan pazar gücünden kaynaklandığıdır (Doorn 2015, 77). Alıcı gücü, tek bir alıcının veya bir alıcı grubunun, tedarikçileriyle olan ticaret koşullarını etkilemesini ifade etmekte ve bir alıcının/alıcı grubunun, tedarikçilerine ödediği fiyatı düşürmesine veya tedarikçiler için uygun olmayan fiyat dışı sınırlamalar getirebilmesine imkân tanımaktadır (Yılmaz 2020, 15). Bu güç, alıcının ilgili pazardaki hâkim durumundan kaynaklanabileceği gibi, alıcının ilgili pazardaki ölçek ekonomisi, tüketici davranışları, teknolojik gelişmeler, etkin pazarlık yöntemleri vb. stratejik avantajlarından da kaynaklanabilmektedir (Chen 2008, 241-249).

Rekabet analizlerinde alıcı gücü dikkate değer bir öneme sahiptir (Rekabet Terimleri Sözlüğü 2019, 46). Çünkü alıcı gücü, alıcının, daha avantajlı şartlar altında sağlayıcıdan mal veya hizmet tedarik etmesine olanak sağlamaktadır (Dobson vd. 1998, 27). Bu durum ilgili pazarda bir güçler dengesi oluşmasına yol açmaktadır. Ancak güçler dengesinden bahsedilen bir durumda alıcı gücünün rekabet üzerinde her zaman pozitif bir etki yaratması beklenemeyecektir (Erdoğan 2003, 60-62).

Alıcı gücüne karşı alınabilecek hukuki tedbirler hâlihazırda tartışılmakta ve önde gelen bazı akademisyenler alıcı gücünün üzerinde titizlikle çalışılması gereken bir alan olduğunu belirtmektedir (OECD 2022, 6). Bu tartışmanın önemli bir parçasını ise rekabet politikasının nihai hedefinin tüketici refahı standardı olup

olmadığı oluşturmaktadır (Stiglitz 2018, 604). Nihai tüketiciler, genellikle pazarın alım tarafında ortaya çıkan rekabetin sonuçlarından doğrudan etkilenmemektedir. Ancak, alım pazarındaki rekabet koşulları alıcı gücü aracılığıyla değiştirilirse, tüketiciler de dâhil olmak üzere tüm tarafları etkileyebilmektedir.

Alıcı gücü, geleneksel yaklaşımı benimseyen pazar kuramı (*market framework*) ile pazarlık kuramı (*bargaining framework*) olmak üzere iki kuram çerçevesinde incelenmektedir (İnce 2012, 4). Her iki kuram kapsamında da alıcı gücünün alım fiyatlarında düşüş sağladığı ortaya konulmaktadır. Ortaya çıkan düşük fiyatlar pazar kuramında satın alınan miktarın azaltılmasıyla, pazarlık kuramında ise satın alınan miktarın azaltılması tehdidiyle gerçekleşmektedir (OECD 2008, 9).⁴

Geleneksel yaklaşım olan pazar kuramı alıcı gücünü monopson gücü⁵ olarak tanımlamaktadır (Abeelen 2016, 7). Monopson konumunda bulunan firma satın almak istediği girdilerin miktarını azaltarak girdi fiyatını rekabetçi fiyatın altına indirmekte, tedarikçiden alıcıya refah transferine yol açmaktadır (Jacobson ve Dorman 1991, 9-10). Bu durumda toplam çıktı miktarı düşeceğinden piyasadaki kaynak dağılımı bozulacak, böylece bir dara kaybı⁶ (*deadweight loss*) oluşacak ve ekonomik etkinlik zarar görecektir. Ancak üretici fazlasındaki eksilmenin, alıcı fazlasındaki artışla telafi edileceğine ve böylece toplam refahın değişmeyeceğine yönelik görüşler de bulunmaktadır (Abeelen 2016, 9).

Rekabet hukukunda monopson gücünün ele alındığı kararlara sıklıkla rastlanılmamakla birlikte, uygulamada alıcıların sahip olduğu alıcı gücünü alım miktarı ve alım fiyatı üzerine etki edecek şekilde kullandığı durumların geleneksel yaklaşım altında incelemelere konu edildiği görülmektedir.

Alıcı gücüne farklı bir yaklaşım getiren pazarlık kuramı ise bir alıcının tedarikçileri ile ikili müzakerelerindeki pazarlık gücüne odaklanmaktadır. Piyasada pazar gücüne sahip satıcılar bile kendileri üzerinde önemli alım gücüne

⁴ Alıcılar ihtiyaç duydukları girdileri alternatif tedarikçilerden karşılayabilecekleri gibi, alıcıların dikey entegrasyona giderek söz konusu girdileri kendi bünyelerinde üretmeleri de mümkündür.

⁵ Monopson ve monopson gücü kavramları ilerleyen başlık altında ele alınacaktır.

⁶ Dara kaybı, “Piyasada rekabetin kısıtlanmasından dolayı, toplumun tamamının ödediği, ne üreticilerin ne de tüketicilerin “fazla” olarak kendilerine yansıtamadığı, dolayısıyla boşa giden mal veya hizmetleri temsil eden sosyal refah kaybı” olarak tanımlanabilmektedir (Rekabet Terimleri Sözlüğü 2019, 64).

sahip alıcılarla karşılaşılabilmekte ve bu koşullar altında alım gücü, monopson gücünden ziyade pazarlık gücü olarak tanımlanabilmektedir (OECD 2022, 13). Pazarlık kuramının temelinde monopson gücünden farklı olarak satıcılar ile yüz yüze görüşme imkânının bulunduğu kabul edildiğinden, alıcı fiyat indirimleri ve daha iyi alım koşulları elde edebilecek ve ayrıca alıcı farklı bir tedarikçiye geçme tehdidi ile satıcının karşısına çıkabilmektedir (Anchustegui 2018, 2). Bu fiyat indirimleri ve diğer haklar alıcılara kâr transferi sağladığından, pazarlık kuramı çerçevesinde kabul edilen pazarlık imkanının da genel refahı artırabileceği söylenebilmektedir. Ancak sadakat arttırıcı bu indirimler ve diğer birtakım haklar pazarda dışlayıcı bir etki doğurabilecek ve rekabet hukuku incelemesine konu olabilecektir.

Alıcı gücünün monopson gücü ve pazarlık gücü şeklinde ele alınışına ilişkin olarak literatürde farklı görüşler de bulunmaktadır. Carstensen (2012, 788) pazarlık gücü ile monopson gücü arasında bir ayırım yapmanın yararlı olmadığını savunurken, Anchustegui (2017, 33) bu ayırımın gerekli olduğunu savunmaktadır. Anchustegui (2017, 33)'ye göre pazarlık gücü nadiren rekabete aykırı sonuçlar ortaya çıkarsa da, monopson gücünün aksine, çoğu durumda refahı artırma eğilimindedir.

Sonuç olarak, alıcı gücünün rekabet üzerinde mutlaka pozitif bir etki yaratması beklenemeyecektir. Çünkü güçlü bir alıcının zayıf satıcılarla karşı karşıya olduğu bir durumda, sonuç, alıcının güçlü olmadığı duruma nazaran daha kötü olabilmektedir. Alıcı gücü konusu kendi içinde ele alınması ve tartışılması gereken hususlar barındırmaktadır. Alıcı gücü kısmı burada sonlandırılacak olup, çalışmanın devamında monopson gücü esas alınacaktır. Zira monopson gücü, tek bir teşebbüsün davranışıyla ortaya çıkabileceği gibi birden fazla teşebbüsün ortak hareket etmeleri halinde de meydana gelebilmektedir. Her iki durumda, genel refah açısından aynı sonuçlara yol açmaktadır. Bu nedenle ilerleyen başlıklar altında öncelikle monopson ve monopson gücü açıklanacak, ardından monopson gücünün genel refah üzerindeki etkileri üzerinde durulacak ve sonrasında ise alım kartelleri ele alınacaktır.

1.2.1. Monopson ve Monopson Gücü

Monopson kavramı konu hakkında çalışma yapan yazarlar tarafından farklı şekilde tanımlanmış ve monopson bir kısım yazar tarafından bir piyasa şekli

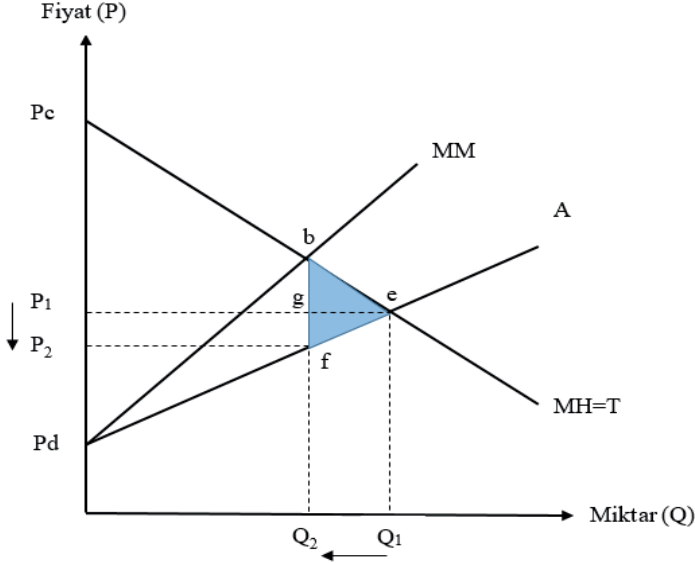
olarak bir kısım yazar tarafından ise teşebbüs olarak ifade edilmiştir (Büyükkuşoğlu 2004, 3-4). Rekabet Terimleri Sözlüğü (2019, 111)'nde monopson,

Tek bir alıcının olduğu piyasadır. Genelde alıcıların, girdilerinin fiyatı üzerinde etkileri olduğunda monopson gücüne sahip oldukları kabul edilmektedir. Ancak alıcıların girdi fiyatları üzerindeki her etkisi monopson gücü olarak kabul edilmemekle birlikte, her monopson girdi fiyatları üzerinde etkilidir.

şeklinde tanımlanmıştır. İlgili tanımdan monopsonun bir piyasayı ifade etmenin ötesinde girdi fiyatları üzerinde etki oluşturan bir durum olduğu anlaşılmaktadır. Bu bakımdan Katz ve Rosen (1998, 481) tarafından monopsonun, “alıcı tarafında fiyat yapıcılığının olduğu bir piyasa” olarak ele alınması da dikkate değerdir. Monopson gücü ise, alıcı gücünün olumsuz yönünü temsil etmekte ve tekelin simetriği (Anchustegui 2017, 32) olarak tarif edilmektedir. Monopson durumunda alıcı, satın aldığı miktarı azaltarak rekabetçi seviyenin altında bir fiyat ödeyeceği için bu durum refah açısından üst pazarda (*upstream market*)⁷ verimsiz bir sonuca yol açmaktadır (Anchustegui 2017, 3).

Monopolcünün tek bir satıcı olması gibi, monopsonist de tek bir alıcıdır. Bir monopolcünün çıktısını satarken piyasa gücüne sahip olmasıyla aynı anlamda, monopsonist de girdi gereksinimlerinin bir kısmını satın alırken alım gücüne sahiptir (Blair ve Harrison 2010, 41). Tekelci bir firma fiyatı yükseltip çıktı miktarını düşürürken, tek alıcı konumunda bulunan firma ise alım fiyatlarını düşürmekte ve sonuç olarak çıktı azalmaktadır (OECD 2008, 24). Bu bakımdan, monopson, monopolün aynadaki yansıması (*mirror image*) olarak ifade edilmiştir (Kirkwood 2012, 1515). Monopsona yönelik bu yaklaşımlar etki analizlerine de yansımış, monopsonun ekonomik etkinlik üzerindeki etkileri büyük ölçüde monopolün etkilerini tespit için kullanılan ölçütlere benzer ölçütlerle açıklanmıştır (Kirkwood 2012, 1515). Monopson, monopolün talep tarafındaki benzeridir ve dara kaybına neden olduğu için genel ekonomik etkinliğe zarar vermektedir. Bu durum aşağıdaki şekil yardımıyla açıklanmaktadır:

⁷ Üretim zincirinde nihai tüketiciye en uzak (üreticiye yakın) olan aşama üst pazar (*upstream*), tüketiciye yakın olan aşama ise alt pazar (*downstream*) olarak adlandırılmaktadır. Toptancıların veya işleyicilerin bulunduğu aşama ise genellikle ara pazar (*midstream*) olarak anılmaktadır (Pepal vd. 1999, 434).

Şekil 1 - Girdi Talebi Üzerinde Tek Alıcı Örneği

Kaynak: OECD (2022, 10)

Şekil 1, monopsonist bir alıcının bir girdinin fiyatı ve miktarı üzerindeki etkisini göstermektedir. Şekilde arz (A) ve talep (T) eğrilerinin bulunduğu rekabetçi bir endüstride denge, arz ve talep eğrilerinin kesiştiği “e” noktasında sağlanmaktadır.⁸ Piyasa dengesinin sağlandığı “e” noktası çok sayıda alıcı ve satıcının bulunduğu tam rekabetçi denge durumunu ifade etmektedir. Bu noktada teşebbüs “Q₁” kadar ürünü “P₁” fiyatından satın alacaktır. Rekabetçi bir piyasada alım yapan teşebbüs fiyat kabul edici olduğundan alım fiyatı üzerinde herhangi bir etkisi olmayacağı için (talep eğrisinin yatay eğimli olmasından kaynaklı) teşebbüs hangi miktarda alım yaparsa yapsın ürünü piyasadaki mevcut fiyattan satın alacak ve her birim için aynı bedeli ödeyecektir. Piyasa fiyatının sabit olması nedeniyle arz eğrisi miktar eksenine paralel konumdadır.

Tek alıcı durumunda ise talep edilen girdinin miktarı arttıkça artan marjinal girdi maliyetlerinden dolayı tek alıcının karşılaştığı arz eğrisi yukarı doğru eğilimlidir. Pozitif eğimli bu arz eğrisi bize monopsoncunun daha fazla girdi satın alabilmesi için daha yüksek fiyat ödemesi gerektiğini göstermektedir. Pozitif

⁸ Marjinal hasılat (MH) monopsonist teşebbüs tarafından bir birim girdi alımından sağlanan faydayı, marjinal maliyet (MM) ise alınan bir birim girdinin maliyeti olarak ifade edilmektedir. Talep aynı zamanda MH’ye eşittir.

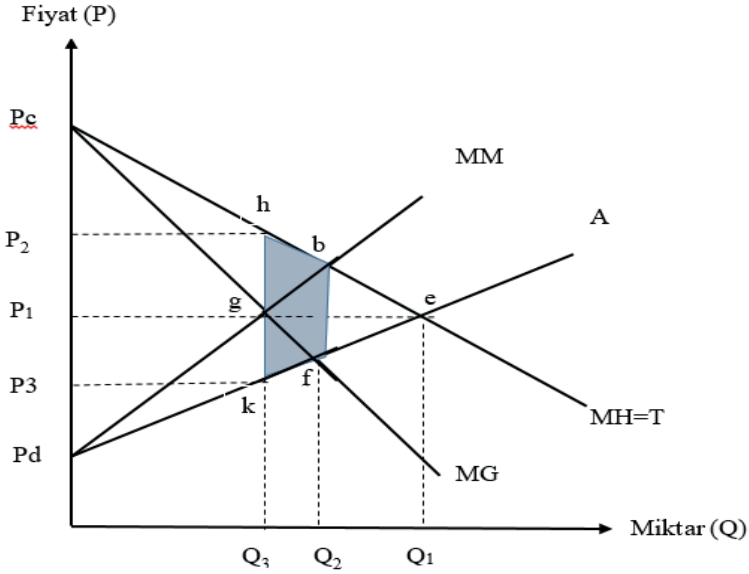
eğimli bu arz eğrisi aynı zamanda tek alıcının ortalama satın alma maliyet eğrisidir. Nitekim bu arz eğrisi tek alıcının farklı fiyatlardan satın alacağı farklı miktarlardaki malların tek alıcıya olan birim maliyetini gösterir (Dinler 2010, 368). Monopson konumunda olan firmanın kârı, marjinal maliyet eğrisiyle talep eğrisinin kesiştiği “b” noktasında ençoklanacağı için firma daha çok girdi almak isteyecektir. Dolayısıyla tek alıcı daha fazla girdi satın alabilmek için daha yüksek fiyat ödemek zorunda kalacaktır. Ayrıca her ödediği yüksek fiyatı sadece ilave girdi için değil, daha önce düşük fiyatla aldığı girdi için de ödemek zorundadır. Bu nedenle MM eğrisi, arz eğrisinin üzerinde olacaktır.⁹ Alım pazarında tek alıcı olan teşebbüsün satım pazarında tek satıcı olmadığı durumda satım aldığı girdi miktarını sınırlayarak fiyatı düşürmekte ve bu şekilde daha az girdinin kullanılması sonucunda refahı olumsuz etkilemektedir. Sonuç tam rekabetçi piyasa ile kıyaslandığında fiyat “P₂” ye miktar ise “Q₂” ye düşecek ve miktardaki azalmadan kaynaklanan dara kaybı “bfe” alanı (boyalı alan) kadar gerçekleşecektir (OECD 2022, 10).

Bununla birlikte alım pazarında monopson konumunda bulunan teşebbüs, satım pazarında monopolcü konumunda bulunabilir. *Çift monopol veya zincirleme monopol* denilen bu piyasada üretim monopol piyasasındaki üretim düzeyine oranla daha fazla kısılmaktadır. Diğer taraftan çift monopolde, teşebbüs tarafından hem monopson hem de monopol kârı ele geçirilmektedir. Çift monopol durumundaki teşebbüs, toplam kârın bir kısmını üreticilerin (monopson kârı kadarını) bir kısmını da tüketicilerin (monopol kârı kadarını) sırtından kazanmaktadır (Dinler 2010, 367-370).

Alım pazarında monopson konumunda bulunan teşebbüsün satım pazarında da monopol konumunda bulunduğu durum aşağıdaki şekil yardımıyla açıklanmaktadır:

⁹ Söz konusu durumu bir örnek ile açıklamak gerekirse; 10 birim girdinin birim başına 100 lira ödenerek alındığını varsayalım. 11’inci birim alınmak istendiğinde fiyat 110 liraya yükselsin. Söz konusu 11’inci birimin marjinal maliyeti $(110 \cdot 11) - (100 \cdot 10) = 210$ lira olup 110 liranın çok üzerinde gerçekleşecektir (Erdoğan 2003, 9).

Şekil 2 - Teşebbüsün Monopson ve Monopol Olması Durumunda Ortaya Çıkan Refah Kayıpları



Kaynak: Dobson vd. (1998, 12)

Monopolcü fiyat düşürdükçe daha fazla ürün satacağından marjinal gelir (MG) talep eğrisinin altında seyretmektedir. Her ilave ürün için yüksek fiyat ödemek durumunda kalınacağı için firmanın MM eğrisi tek alıcı olma özelliğinden dolayı pozitif eğimlidir. Alım pazarında tek alıcı ve tek satıcı olan firmanın alacağı ürün miktarı ile ödeyeceği fiyat MM ile MG eğrilerinin kesiştiği “g” noktasında dengeye gelmektedir. Bu durumda tek alıcı “Q₃” miktarını “P₃” fiyatından almakta ve rekabetçi denge olan “g” noktasının altında faaliyet göstermektedir. Tek alıcı aynı zamansa tek satıcı olduğunda (dolayısıyla fiyat belirleyici olduğunda) ise yine “Q₃” miktarını “P₂” fiyatına satmaktadır. Bu durumda, alıcı gücünün kullanılmasından kaynaklanan refah kaybı, satıcı gücünün varlığıyla daha da kötüleşmekte ve tek satıcı olma gücünden kaynaklanan ek refah kaybı “hkfb” alanı (boyalı alan) ile temsil edilmektedir (Dobson vd. 1998, 12-16).

Teşebbüsler saf monopsonist olmayabilir. Bunun yerine, çok sayıda küçük tedarikçiyle karşılaşan birkaç büyük alıcı olarak da karşımıza çıkmaktadır. Bu gibi durumlarda alıcılar, pazarın satış tarafındaki oligopolistlere paralel olarak oligopsonist olarak kabul edilmektedir. Benzer şekilde, eğer bu oligopsonist

firmalar fiyatları düşürmek için üretimi baskılayabiliyorlarsa, monopson gücüne sahip oldukları da kabul edilmektedir.

1.2.1.1. Monopson Gücünün Refah Etkileri

İktisadi anlamda toplumsal refah, “tüketicilerin elde ettiği fayda (tüketici refahı) ile üretici kârlarının (üretici refahı) toplamı” olarak tanımlanabilmektedir (Rekabet Terimleri Sözlüğü 2019, 148-149). Tüketici refahı, bir tüketicinin belirli miktar malı satın almak için ödemeye razı olduğu para miktarı ile fiilen ödediği para miktarı arasındaki fark olarak, üretici refahı ise üreticinin üretmiş olduğu belirli miktardaki bir malın satışından elde ettiği para miktarı ile, aynı miktardaki malı satmaya razı olacağı minimum para miktarı arasındaki fark olarak ifade edilmektedir. Tekrar Şekil 1’e dönülürse, rekabetçi bir piyasada faaliyet gösteren teşebbüs “ Q_1 ” kadar ürünü “ P_1 ” fiyatından satın alacak ve kârını ençoklayacaktır. Şekilde bu durum e noktası ile gösterilmiştir. Rekabetçi bir piyasada alım yapılması halinde tüketici refahı “ $P_c e P_1$ ” alanı ile üretici refahı ise “ $P_a e P_1$ ” alanı ile gösterilmektedir (Blair ve Harrison 2010, 44).

Bir önceki başlıkta analiz edildiği üzere monopson gücü, fiyatları ve miktarları düşürmekte ve dolayısıyla iktisadi kaynakların daha az kullanılması neticesinde sosyal refahta azalmaya neden olmaktadır. Üretici refahı “ $P_1 e f P_2$ ” alanı kadar azalmakta, alıcı refahı ise “ $P_1 g f P_2$ ” alanı kadar artmaktadır. Bu değişim bize aynı zamanda sağlayıcılardan alıcılara yapılan refah transferini göstermektedir. Ayrıca monopson gücünün uygulanması sonucunda “bfe” üçgeni kadar telafi edilemeyen bir toplumsal refah kaybının (*deadweight social welfare loss*) olduğunu anlaşılmaktadır (Blair ve Harrison 2010, 45). Bu durumun satıcılara zarar verdiği konusunda herhangi bir şüphe yoktur, ancak tek el gücünü dengelemek için monopson gücü yaratmanın verimlilikte ve tüketici refahında net bir iyileşmeye neden olup olmadığı konusu tartışmalıdır (Noll 2005, 593-594).

Monopson gücünün nihai olarak tüketicilere zarar verip vermeyeceği, alt pazardaki piyasa gücünün de derecesine bağlıdır (OECD 2022, 11). Monopson gücüne sahip firmanın alt pazarda da piyasa gücü varsa, üst pazarda üretim miktarında meydana gelen azalma alt pazarda üretimin daha da azalmasına ve tüketiciler için daha yüksek fiyatlara karşılık gelecektir.

Monopsonist bir firmanın varlığında ortaya çıkan bu durum, az sayıda teşebbüsün alıcı konumunda bulunduğu oligopson pazarlar için de geçerliliğini

korumakta ve oligopsonist teşebbüslerin alt pazarlarda da pazar gücüne sahip olmaları halinde, bu teşebbüslerin monopson gücü üretimde daha fazla azalmaya ve tüketicilerin zarar görmesine yol açabilmektedir (Ferrer 2013, 269). Bu durum Şekil 2’de açıklandığı üzere üst pazarda monopson gücüne sahip olan bir firma, alt pazarda da monopol gücüne sahip ise refah kaybı daha da derinleşmektedir. Eğer üst pazarda monopson gücüne sahip firma alt pazarda monopol gücüne sahip değilse ve alt pazardaki rakipler azalan çıktıyı ikame edebilirse monopson gücü nedeniyle alt pazardaki fiyatlar üzerinde olumsuz etki meydana gelmeyecektir (Jacobson 2013, 3).

Arz esnekliği, monopson gücünün derecesi ve monopson gücünün piyasalar üzerindeki etkisi açısından önemli bir faktördür (OECD 2008, 21). Arz esnekliği tedarikçiler tarafından piyasaya sürülen miktarın, fiyattaki değişime olan duyarlılığını ölçmektedir. Esnek olmayan arz veya dik arz eğrileri, talepteki görece küçük düşüşlerin fiyatta büyük düşüslere yol açabileceği anlamına gelmektedir. Bu da nispeten daha düşük pazar paylarıyla monopson gücü potansiyeline işaret etmektedir (OECD 2022, 12).

Yukarıda yapılan açıklamalar doğrultusunda, monopson gücü, pazarda faaliyet gösteren tek bir teşebbüs tarafından kullanılabilceği gibi aynı pazarda faaliyet gösteren birden çok alıcının birlikte hareket etmesi halinde de kullanılabilir. Bu noktada Dobson vd. (1998, 13) alıcıların birlikte hareket ederek kârlarını maksimize etmeye çalıştıkları durumda oluşacak organizasyonun, satışları doğrudan kontrol eden bir karte ile karşılık geleceğini belirtmektedir. Benzer şekilde Blair ve Harrison (2010, 48-49) toplu alımları kısıtlayarak girdi fiyatlarını düşürmeye yönelik alıcı koordinasyonunun sosyal refahın azalması ile sonuçlanacağını ve darı kaybının Şekil 1’de gösterildiği gibi, bir monopsonist tarafından yaratılana eş değeri olacağını ifade etmektedir. Ayrıca alıcılar arasındaki bu tür anlaşmaların çıktı piyasasına da yayılması durumunda, refah üzerindeki zararlı etkinin daha da derinleşeceği yine Şekil 2 vasıtasıyla gösterilmiştir. Alıcılar arasında koordinasyona neden olan ve alıcılara monopson gücü sağlayan bu tür anlaşmalar alım kartellerinin açık bir örneğini oluşturmaktadır (OECD 2022, 16). İlerleyen başlık altında alım kartelleri ele alınacaktır.

1.3. ALIM KARTELLERİ

Kartel genel olarak, rekabeti sınırlamayı veya ortadan kaldırmayı kabul eden bir grup rakip olarak tanımlanabilmektedir (Rosenfelt 2008, 405-406). Dolayısıyla bu tür bir anlaşmanın temel amacı, birlikte pazar gücü yaratmak ve yaratılan bu gücü kullanarak pazarda faaliyet göstermek suretiyle ortak kazanç elde etmek ve asıl olarak rekabetçi sürecin getirdiği risklerden ve belirsizliklerden kurtulmaktır. Bu tanımlama, bu kavramı standart fiyat tespiti olarak tanımlayan yaklaşımdan daha kapsayıcı olarak ele almaktadır. Çünkü fiyatları tespit etmeye (*price fixing*) ek olarak, karteller, müşterileri veya tedarikçileri paylaşabilir, çıktı ve/veya girdi miktarları üzerinde anlaşmaya varabilir veya rekabet açısından önemli bilgileri kartel üyeleri birbirleriyle paylaşabilir (Carstensen 2017, 186).

Alım kartelleri konusu ekonomi literatüründe çoğunlukla teorik bir olasılık olarak tartışılmakta, ampirik bir olgu veya politika sorunu olarak incelenmelere nadiren konu olmaktadır. Aslında, çoğu sanayi iktisadı modeli geleneksel olarak, satıcıların davranışlarına odaklandığı için, teorik olarak alım kartellerini satım kartellerinin ayna görüntüsü olarak ele almıştır. Bu bakımdan literatürde alım kartellerine ilişkin az sayıda ampirik çalışma bulunmaktadır (Hao 2011, 2).

Alım kartelleri konusunu tanımından başlayarak ele almak gerekirse, alım karteli Rekabet Terimleri Sözlüğü (2019, 47)'nde, “alıcıların alıcı yoğunlaşmasını arttırmak ve böylece lehte koşullarla alım yapabilmek amacıyla oluşturdukları karteller” olarak, AB Kılavuzu'nda¹⁰ ise “iki veya daha fazla alıcı arasında, tedarikçiye karşı ortak müzakerelere girmeksizin yapılan anlaşmalar veya uyumlu eylemler” olarak tanımlanmaktadır. Bir alım karteli, pazarın çıktı tarafından ziyade girdi tarafına odaklanır. Böyle bir kartelin amacı, girdi fiyatlarını düşürmek veya üretici/tedarikçi davranışını kontrol etmek için alıcılar arasındaki rekabeti ortadan kaldırmaktır. Alım karteli olarak nitelendirilebilecek davranışlara (i) mal veya hizmet alım fiyatlarının tespiti (ii) tedarikçilerin paylaşımı (iii) malların ya da hizmetlerin alım miktarlarının belirlenmesi, (iv) rekabete hassas bilgi paylaşımı, (v) rakip teşebbüslerin dışlanması ve (vi) tedarikçilerin boykot

¹⁰ Para. 279.

edilmesi¹¹ (Blair ve Harrison 2010, 157) örnek olarak verilebilir (Alma 2021, 127).

Alım kartelleri geleneksel olarak rekabetçi pazarlarda faaliyet gösteren teşebbüsler tarafından oluşturulmaktadır. Bunun yanı sıra kamu ve özel ihalelerde de, alıcıların alım davranışlarını koordine etmeleri ve alıcı güçlerini kullanmaları da mümkündür (Anchustegui 2017, 327). Dolayısıyla alım kartelleri açısından temel mesele, girdi fiyatlarına ve alım koşullarına ilişkin rekabetin kısıtlanması ve sağlayıcı davranışlarının kontrol altına alınmasıdır (Carstensen 2017, 185).

Alıcılar kartelleşmenin mümkün olduğu alt pazarlarda girdi fiyatlarını düşürmek için anlaşma halinde bulunmalarının yanı sıra, kartelleşmenin mümkün olmadığı yüksek rekabetçi alt pazarlarda da girdi fiyatlarını düşürmek için anlaşma yapabilirler. Alıcılar arasında yapılan bu anlaşmalar nihai olarak piyasadaki toplam çıktıyı azaltacaktır. Çıktıda ortaya çıkan önemli bir azalma alt pazarda daha yüksek fiyatlara neden olmaktadır (Carstensen 2017, 186-187). Bu durum monopson gücün refah etkilerinin ele alındığı bir üst başlıkta ayrıntılı bir şekilde incelenmiştir.

Alıcılar arasında kurulan bir kartel anlaşmasına ilgili pazarda faaliyet gösteren tüm alıcıların katılmasını beklemek gerçekçi olmayacaktır. Bu durum hakkında Blair ve Wang (2017, 1-3) tarafından alım kartellerinin ekonomisi üzerine yapılan iki modelli bir çalışmada alıcıların tamamının ve alıcıların bir kısmının katıldığı anlaşma durumları ele alınmıştır. Her iki durumda da alıcılar arasındaki anlaşmanın, satıcılar arasındaki anlaşmadan kaynaklanan benzer refah kayıplarına yol açan monopson gücü yaratacağı, çıktı miktarının kısıtlanacağı ve girdi fiyatının düşeceği öne sürülmektedir.

1.3.1. Alım Kartellerinin Kurulmasını Kolaylaştıran Durumlar

Blair ve Harrison (2010, 49-50)'a göre alıcılar arasında anlaşmayı kolaylaştıran bazı yapısal pazar özellikleri bulunmaktadır. Söz konusu yapısal özellikler şu şekilde açıklanmaktadır:

¹¹ Alım kartelinin tarafları, anlaşma tarafı olmayan rakip alıcılara satış yapan tedarikçileri, alım yapmayı durdurmakla tehdit ederek rakip alıcıları dışlamaktadır. Bu şekilde anlaşma tarafı alıcılar, rakip alıcılara pazarı kapayabilmekte ve tedarikçileri boykot yoluyla dışlayabilmektedir.

i. Az Sayıda Alıcı

Alıcı sayısı ne kadar az olursa, kartel içinde karar alma maliyetleri de o kadar düşük olacaktır. Ayrıca, kartel az sayıda oyuncudan meydana geldiğinde anlaşmanın denetleme kabiliyeti de artacaktır.

ii. Homojen Ürün

Ürün homojen olduğunda, ürün için belirlenecek tek bir fiyat olacak ve fiyat üzerinde anlaşmaya varmak kolaylaşacaktır. Aksine ürün heterojen olduğu durumda, denge fiyat farklılıkları ortaya çıkacak ve bu durum görüş ayrılıklarına yol açacak ve alım kartelinin istikrarını zedeleyebilecektir.

iii. Arzın Esnek Olmaması

Alım kartelinin başarısında arz esnekliğinin önemli bir etkisi bulunmaktadır (Carstensen 2010, 11-12). Zira arz esnek olmadığında alıcıların önemli bir fiyat indirimi elde etmek için alımlarını çok fazla kısıtlamaları gerekmeyecek ve rekabetçi fiyattaki arz ne kadar az esnek olursa, anlaşmadan elde edilen kârlar da alıcılar açısından o kadar büyük olacaktır. Başarılı¹² bir kartel anlaşmasının kârı ne kadar büyük olursa, bu tür bir anlaşmanın gerçekleşme olasılığı da o kadar artacaktır.

Blair ve Harrison'a ek olarak, OECD (2022, 13) tarafından yapılan çalışmada *monopson kârları ve rekabet hukuku yaptırımlarının* da alım kartellerinin kurulması bakımından belirleyici olacağı ifade edilmiştir. Özellikle monopson kârlarının yüksek olmasının ve rekabet hukuku yaptırımlarının caydırıcılık düzeyinin düşük olmasının alıcıları bir kartelin tarafı olmaya davet edeceği anlaşılmaktadır.

1.3.2. Alım Kartellerinin Organizasyonu ve Uygulanması

Anlaşma tarafı teşebbüsler açısından herhangi bir kartel, başlangıçta ortaya çıkan ve devam eden bir sorunu çözmelidir. Çoğu durumda ise bir alım kartelini organize etmek ve uygulamak sanıldığı kadar kolay değildir (Blair ve Wang 2021, 34). Bu bakımdan Blair ve Harrison (2010, 50-51) bir alım kartelinin başarılı olabilmesi ve dolayısıyla ortaya çıkan bir sorunu giderebilmesi için yerine getirilmesi gereken üç koşulun varlığından bahsetmekte, bu koşulların yerine

¹² Blair ve Harrison “başarı” kavramını kartel üyelerinin kartelden beklenen faydaları elde etmesi olarak kullanmaktadır.

getirilememesi halinde oluşturulan kartelin başarısının düşük olacağını ifade etmektedir. Söz konusu koşullar aşağıdaki şekilde açıklanmaktadır:

i. Anlaşma

Herhangi bir alım kartelinde, tam anlamıyla monopson kârını elde etmek için, alıcıların başta fiyat ve toplu alım miktarı olmak üzere, ürünün kalitesi, kredi koşulları, teslimat koşulları gibi konularda anlaşmaya varmaları gerekmektedir. Söz konusu alım koşulları üzerinde tam anlamıyla uzlaşa sağlanamadığı durumlarda monopson kârının bir kısmı kaybedilecektir. Uygulamada bazı anlaşmalar bu konuların tamamını çözüme kavuşturmayabilmekte ve bu nedenle başarılı bir kartelin sonuçlarına sadece yaklaşılabilir. Ancak bu durumda dahi sosyal refah için olumsuz sonuçlar hala söz konusu olmaktadır.

ii. Uygulama

Alıcıların uzlaşa sağladıkları şartlar üzerinde anlaşma sağlandıktan sonra bu anlaşmanın uygulanması gerekir. Alımlar üzerinde uygun bir miktar kısıtlaması olmaksızın fiyat baskılanamayacağı için, anlaşma taraflarının her bir katılımcının alımlarını ne kadar azaltacağına karar vermesi gerekir. Eğer bu konu üzerinde uzlaşa sağlanamaması durumunda alıcılar monopson kârlarının bir kısmını fiyat dışı rekabet yoluyla dağıtmış olacaktır.

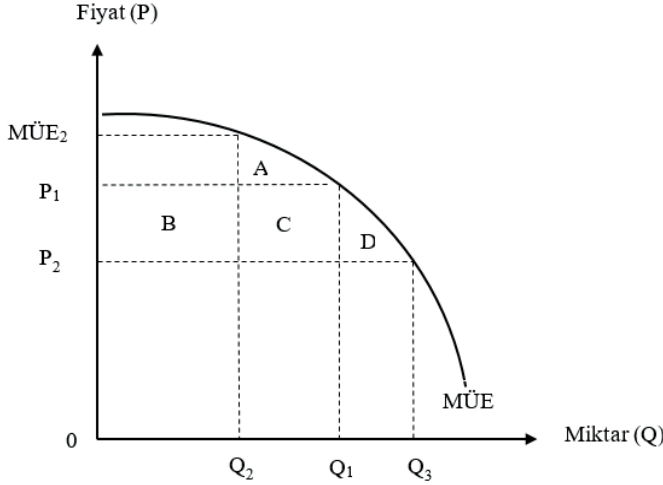
iii. İzleme

Ortaya çıkabilecek yanlış anlaşılmaları düzeltmek ve anlaşmadan ayrılmaları engellemek amacıyla kartel anlaşmasının dikkatlice izlenmesi gerekmektedir (Blair ve Wang 2021, 34). Bir kartel anlaşmasına yol açan daha çok kâr elde etme güdüsü, anlaşmadan ayrılmaya da neden olabilecektir. Anlaşma içerisinde yer alan tarafların, anlaşmadan ayrılmanın daha kârlı olabileceği yönünde kanaate varması durumunda ilgili tarafların anlaşmadan ayrılacaklarını öngörmek gerekir.

1.3.3. Alım Kartelleri İçin Sorunlar

Blair ve Harrison (2010, 51-52) alım kartelinin tarafları açısından tehdit niteliğinde iki önemli sorunun varlığına işaret etmektedir. Bunlar *pazara giriş* ve *anlaşmadan ayrılmadır*. Tek alıcı gibi hareket eden kartel üyeleri açısından tehdit oluşturan bu iki sorun kartelin başarısını zayıflatacaktır.

Şekil 3 - Alım Kartelleri İçin Sorunlar



Kaynak: Blair ve Harrison (2010, 52)

Bu sorunlar yukarıdaki Şekil 3 yardımıyla gösterilmektedir. Herhangi bir mal için anlaşma tarafı tek teşebbüsün marjinal ürün eğrisi¹³ “MÜE”, rekabetçi fiyat “P₁” ve anlaşma olmadığı durumdaki alım miktarı “Q₁” ile gösterilmektedir. Kurulan kartel neticesinde ise teşebbüsün alım miktarı “Q₁”den “Q₂” ye ve girdi fiyatı ise “P₁” den “P₂” ye düşmektedir.¹⁴ Bu firma için alımlarını kısıtlamanın maliyeti, vazgeçilen kârı temsil eden “A” alanı ile temsil edilmektedir. Kartel anlaşmasının faydaları, “(P₁ - P₂)Q₂”ye eşit olan ve “B” alanı ile temsil edilen girdi harcamalarındaki azalmadan kaynaklanmaktadır. Net kazanç “B-A” kadar gerçekleşmektedir. Anlaşma tarafı alıcılar açısından tehdit niteliğindeki unsurlar aşağıda açıklanmaktadır:

i. Pazara Giriş

Şekilde gösterildiği üzere, alıcılar arasında gerçekleştirilen anlaşma neticesinde rekabet üstü kârlar ortaya çıkmaktadır. Pazara giriş engelinin olmadığı durumda, ortaya çıkan bu kârlar alım pazarına girişleri teşvik edebilecek ve girdinin fiyatını “P₂” nin üzerine çıkaracaktır. Dolayısıyla bu durum anlaşmanın kârlılığını azaltacaktır. Kartelin, kârlılığını korumak için dışarıdan girişleri nasıl

¹³ MÜE, üretime katılan ilave bir birim girdi sonucunda çıktıda meydana gelen değişiklikleri gösteren eğridir. MÜE üzerindeki her noktada fiyat ve miktar dengesi ortaya çıkmaktadır.

¹⁴ Monopson gücünün refah etkilerinin incelendiği bölümde ifade edildiği üzere, monopson gücü girdi fiyatlarını ve girdi miktarlarını düşürmektedir.

engelleyeceği açık değildir. Ancak bu ilgili pazara daima girişlerin olacağı şeklinde anlaşılmalıdır. Çünkü tüm pazarlar açısından olmasa da bir pazarda tam anlamıyla faaliyet göstermek ciddi bir maliyet ve alt yapı gerektirebilmektedir.

ii. Anlaşmadan Ayrılma

Rekabet üstü kârların pazara girme ihtimali yüksek oyuncuları teşvik ederek karteli zayıflatabileceği gibi, anlaşma içerisinde yer alan oyuncuların anlaşmadan ayrılmaları da kartelin zayıflamasına neden olabilmektedir. Yukarıdaki şekilde girdinin marjinal ürününün değeri “ $MÜE_2$ ” olduğunda ve girdi fiyatı “ P_2 ” nin çok üzerinde gerçekleştiği durumda, eğer anlaşma tarafı diğer oyuncular fiyatı “ P_2 ” ye düşürürlerse, alımlar kısıtladığı için miktar “ Q_2 ” olarak gerçekleşecektir. Fiyat düştüğü için herhangi bir oyuncunun alımlarını “ Q_2 ” den “ Q_3 ” e artırması halinde cazip bir durum ortaya çıkmaktadır. Anlaşmadan ayrılan bir oyuncu kârını “ $B-A$ ” dan “ $B+C+D$ ” ye çıkararak net “ $A+C+D$ ” kadar kazanç elde edebilir. Kartelin her bir üyesi aynı cazip durumla karşı karşıya kalacağı için, anlaşmanın anlaşmadan ayrılmalar yoluyla zayıflatılması ihtimal dışı olmayacaktır (Hao 2011, 3).

Teoride ve uygulamada anlaşma taraflarını anlaşmaya aykırı davranmadan caydırmanın zor olduğu bilinmekle birlikte (Ayres 1987, 295-325), anlaşma taraflarını anlaşmaya aykırı davranmadan caydırmanın bir yolu, anlaşmadan ayrılmayı kârsız hale getirmektir. Ancak bunu, sadık kartel üyelerine önemli maliyetler (dolayısıyla daha düşük kârlar) yüklemekten yapmaktır. Eğer öngörülen maliyetler anlaşmadan ayrılmayı caydıracak kadar ağırsa, o zaman anlaşma devam edecektir. Ancak bunun söz konusu olması için anlaşmadan ayrılan tarafın tehdidi¹⁵ ciddi bulması gerekmektedir.

1.3.4. Alım Kartelleri ile Satım Kartelleri Arasındaki Benzerlikler ve Farklar

Alım kartelleri ve satım kartelleri arasındaki ayrıma geçmeden önce üzerinde durulması gereken husus her iki kartel türünün de birtakım benzerlikler barındırdığıdır. Katz ve Rosen (1998, 481)’e göre satıcılar iş birliği halinde tek el gücünü kullanmak için anlaşma yapabildikleri gibi, alıcılar da iş birliği halinde monopson gücünü kullanmak için anlaşma yapabilmektedir. Aslında bu durum

¹⁵ Anlaşma tarafı alıcılar anlaşmadan ayrılan (diğer bir ifade ile karteli bozan) teşebbüsü pazardan dışlamak amacıyla birtakım eylemlerde bulunabilirler.

monopsonun, monopolün aynadaki yansıması olarak ifade edilme şekliyle örtüşmektedir. Bu noktada Hao (2011, 9) çoğu ekonomist tarafından alım kartellerinin, satım kartellerinin yansıması olarak ele alındığını ifade etmektedir. Ancak Carstensen (2021, 5) alım kartellerini satım kartellerinin yansıması olarak kabul etmemektedir. Çünkü alıcı gücünün satıcı gücüne nazaran daha düşük pazar paylarından kaynaklanabileceğini, alıcıların alım kartelinden ayrılmak için daha az teşvikinin olduğunu ve yine alım kartellerinin satım kartelleri ile kıyaslandığında daha fazla katılımcı içerebileceğini belirtmektedir.

Diğer taraftan satım kartelleri ile kıyaslandığında alım kartelleri, rekabet otoriteleri açısından özel bir durum teşkil etmektedir. Çünkü satım kartelleri tipik olarak hem tüketicilerin hem de rakiplerin refahını etkilerken, alım kartelleri her zaman aynı sonuca yol açmamaktadır. Carstensen (2021, 11) alım kartellerinin satım kartellerinden farklı özellikler gösterdiğini ve bu farklılıkların alım kartellerini daha olası ve tespit edilmesi zor hale getirdiğini ileri sürmüştür.

Bu iki kartel türü arasındaki farklılıklardan ilki, alım karteli sonucunda ortaya çıkan alıcı gücünün genellikle düşük pazar payına sahip teşebbüsler tarafından oluşturulmasıdır (Mueller vd. 1987, 198-199). Carstensen, Komisyonun bu farklılığı gıda perakende pazarı ile ilgili *Rewe/Meinl*¹⁶ kararında ele aldığı ve girdinin %20'sinden daha azını alan bir alıcının rekabeti bozma kapasitesine sahip olduğunu tespit etmiştir. Nitekim alıcı, bir ürünü alıp almayacağına ve kimden alacağına karar vermekte özgür olduğunda ve tedarikçiler alternatif alıcılar ararken önemli maliyetlerle karşılaştıklarında, alıcı gücü tedarikçiler üzerinde önemli bir baskı yaratmaktadır (Carstensen 2021, 11).

İkinci olarak, satım kartelinin aksine, alım karteli, tüketiciler için mutlaka daha yüksek fiyatlara yol açmayacaktır (Phelan vd. 2021, 27). Alıcılar bir anlaşma çerçevesinde bir girdi için daha az miktarda alım yaptıklarında, ilgili girdiden daha az üretim ortaya çıkacak ve nihai ürünün satışının gerçekleştiği pazar da rekabetçi ise, nihai tüketici fiyatlarında artış meydana gelmeyecektir. Ancak anlaşma tarafları nihai ürünün satışının gerçekleştiği pazarda piyasa gücüne sahipse, üretim azaldıkça nihai tüketici fiyatları muhtemelen artacaktır. Bununla birlikte, bir alım karteli tüketiciler için yüksek fiyatlarla sonuçlanmasa bile, üreticiler ve

¹⁶ Case No. COMP/M.1221, *Rewe/Meinl* (1999) para. 101.

tüketiciler için vazgeçilen yatırım ve yenilik şeklinde - belki daha az görünür olsa da - bir maliyet ortaya çıkmaktadır (Blair vd. 1991, 297-299).

Üçüncü olarak, alıcıların girdi maliyetlerini düşük tutmak gibi ortak bir çıkarları olduğu için (OECD 2022, 6), kartel anlaşmasından ayrılma riskleri düşüktür. Karteli bozan tarafın alım fiyatını yükseltmesi, daha büyük hacimde girdi alması ve böylece üretimi artırması gerekir; dolayısıyla maliyetleri artsa bile arz ettiği miktar artacağı için satış fiyatlarını düşürmesi muhtemeldir. Buna karşılık, satım kartelinde, birim başına fiyat daha düşük olsa bile, kartelden ayrılan satış hacmini artırarak anında kazanç sağlayabilir (Carstensen 2021, 11).

Dördüncüsü, alım kartelleri satım kartellerine nazaran farklı sektörlerde ortaya çıkabilmektedir. Satım kartelleri çoğunlukla endüstriyel ürünlerin satışı ile ilgili pazarlarda görülürken, alım kartelleri ise ağırlıklı olarak gıda, tütün, ham madde ve hizmet sektörlerinde¹⁷ ortaya çıkmaktadır (Connor 2021, 21). Bunun bir sonucu da alım kartellerinin satım kartellerine kıyasla daha kapsayıcı olabilmeleridir. Zira önemli sayıda rakip alıcının bulunduğu piyasalarda bile alım kartellerinin varlığı mümkündür. Çünkü katılımcıların ortak çıkarları alıcılara iş birliği yapmak için güçlü bir teşvik sağlamaktadır. Ancak aynı nedenlerle, rakiplerin katılımının sınırlı olduğu ve sınırlı hedeflere odaklanan karteller de mümkündür. İş gücü pazarındaki çalışan ayartmama anlaşmaları (*no poaching agreements*)¹⁸ bu kartellere örnek olarak verilebilir. Bu anlaşmalarda, anlaşma tarafları birbirlerinin çalışanları için rekabet etmemeyi kabul ederken, anlaşma tarafı olmayan teşebbüslerin çalışanları için ise rekabet etmeye devam ederler (Carstensen 2021, 11).¹⁹

Beşinci olarak, oligopolistik bağımlılık alıcı piyasalarında önemli bir endişe kaynağıdır. Oligopolistik bağımlılık içinde alıcıların, birbirlerinin tedarikçilerine müdahale etmediği ve her alıcının kendi tedarikçisinden ürün temin ettiği durumda alıcıların tedarikçileri üzerinde önemli bir gücü olacaktır. Çünkü bu tedarikçilerin ürünleri veya hizmetleri için kendi alıcıları dışında herhangi bir alternatif satış noktası olmayacak veya çok az olacaktır (Carstensen 2021, 11).

¹⁷ Rekabet otoriteleri tarafından son dönemde alınan kararlar incelendiğinde, alım kartellerinin başta hizmet sektörü olmak üzere tarım ve ham madde sektörlerinde daha yaygın olduğu tespiti yapılabilmektedir (Hao 2011, 41).

¹⁸ Çalışan ayartmama anlaşmaları, ilerleyen bölümlerde ayrıntılı şekilde ele alınacaktır.

¹⁹ Bkz. *United States v. Adobe Sys. Inc.*, No. 1:10-cv-01629 (D.D.C. Mar. 18, 2011).

Altıncı ve son olarak, alım karteli taraflarının çıktı pazarında mutlaka rakip olmaları zorunluluğu bulunmamaktadır. Özellikle iş gücü piyasalarında tespit edilen karteller açısından bu durum söz konusu olabilmektedir.²⁰ İş gücü piyasası bakımından rakip kavramı, teşebbüslerin ne ürettiğinden bağımsız olarak aynı çalışana işe almak için rekabet eden her bir teşebbüsü kapsamaktadır. Dolayısıyla aynı çalışana istihdam edebilen teşebbüsler, farklı endüstrilerde faaliyet göstermelerine rağmen çalışanlara yönelik rekabeti kısıtlayıcı anlaşmalara taraf olabilmektedir. Bir diğer deyişle ürün ve hizmet pazarlarında rakip olmayan teşebbüsler iş gücü pazarında rakip olabilmektedir. Yukarıda açıklanan hususlar bir araya geldiğinde, alım kartellerinin varlığı daha olası hale gelirken, aynı zamanda rekabet otoriteleri tarafından tespit edilmeleri ve müdahale edilmeleri de zorlaşmaktadır (Carstensen 2021, 11).

1.3.5. Alım Kartellerine Yönelik Haklı Gerekçe

Alım kartellerinin meşruiyeti için sunulan temel argüman dengeleyici güç (*countervailing power*) kavramına dayanmaktadır (Galbraith 1952, 109). Satıcının tekel veya oligopol olduğu piyasada faaliyet gösteren küçük alıcılar, bireysel olarak daha düşük fiyatlar için pazarlık yapma konusunda zayıf durumdadır ve bu bakımdan tekel veya oligopol fiyatını kabul etmek zorunda kalırlar. Ancak bu küçük alıcılar, tedarikçilere karşı birlikte hareket ederek girdi fiyatlarının düşürülmediği durumda alım yapmayacakları konusunda bir tehdit oluşturabilirlerse, girdi fiyatlarını düşürebileceklerdir (Baker, Farrell ve Shapiro 2008, 638). Bu pazarlık şartları tarafların pazarlık gücüne ve pazarlığın kapsamına bağlıdır (Carstensen 2017, 196).

Alım kartellerine yönelik sunulan dengeleyici güç argümanının temeli statik bir karşılaştırmalı refah modeline dayanmaktadır. Bu modelin temel varsayımı, başarılı bir alım kartelinin satıcıları fiyatları düşürmeye ve üretimi artırmaya teşvik edeceği ve pazarın rekabetçi düzeydeki fiyata ve çıktıya doğru hareket edeceğidir (Devlin 2007, 241-243). Böyle bir sonucun ortaya çıkması, her bir tarafın pazarlık becerisine bağlı olacaktır. Her ne kadar alıcıların girdi

²⁰ Kurulun 24.02.2022 tarihli ve 22-10/152-62 sayılı *Özel Hastaneler* kararı ve 26.07.2023 tarihli ve 23-34/649-218 sayılı *İş Gücü* kararı kapsamında, haklarında soruşturma yürütülen teşebbüslerin bir kısmının çıktı pazarında rakip olmadıkları ancak alım pazarında rakip oldukları görülmektedir.

maliyetlerini düşük tutmak gibi ortak çıkarlarının olması kartel anlaşmasından ayrılma riskini azaltsa da, sadece kartelci bir hedefle bir arada bulunan bir grubun genellikle kırılabilir ve kolayca dağılabileceği bilinmektedir (Mcgee 1960, 201). Güçlü satıcılar, anlaşma içerisinde yer alan bazı alıcılara kartelden ayrılmaları konusunda indirimler gibi birtakım gizli avantajlar sunabilmekte ve bu sayede karteli zayıflatabilmektedir. Bu şekilde kartelden ayrılan taraf, kısa vadede, kartelin diğer üyeleriyle karşılaştırıldığında avantajlı duruma geçebilecek ve kartel bu şartlar altında etkisiz kalabilecektir (Carstensen 2017, 197). Bu bakımdan alıcılar için bir alım kartelinin tarafı olmak, ancak kısa vadede girdi tedariki için başka bir alternatif yoksa makul olabilmektedir.

Dinamik bir perspektiften bakıldığında ise alım kartelinin satıcıların pazarlık gücüne karşı makul bir argüman olduğu varsayımı, uzun vadede olumsuz sonuçlara yol açabilecektir. Tüketiciler kısa dönemde düşen fiyatlar nedeniyle yarar sağlasa bile, uzun dönemde üreticiler açısından tüketicilerin de dolaylı olarak olumsuz etkilenmesine yol açacak ciddi sorunlara işaret etmektedir. Alıcı gücü ile karşı karşıya kalan tedarikçilerin yeni ürünler geliştirme konusundaki motivasyonları ve yatırımları düşecek ve yeni marka ve ürün geliştirmeleri olumsuz etkilenecektir (Erdoğan 2003, 60). Ayrıca alıcıların yeni ikame girdilere ulaşması ve tedarik pazarında yeni girişlerin olması gibi hususlar satıcıların gücünün zayıflamasına neden olabilmektedir. Dolayısıyla satıcıların gücünün uzun bir süre azalmayacağına dair güçlü argümanlar olmadığı sürece bir alım kartelinin meşrulaştırılması mümkün olmayacaktır (Carstensen 2010, 25-27).²¹ Öte yandan Ghosal (2021, 5) dengeleyici gücün alıcılar ve satıcılar arasında bir nebze piyasa dengesi sağlayabilmekle birlikte, piyasa gücünün varlığına bağlı verimsizliklerin azaltılmasına katkı sağlamayacağını belirtmektedir.

Carstensen (2017, 196-197) kartelci bir alıcı davranışından taraflar fayda elde etse bile, bu durumun kamusal bir düzenleme altına alınmadan rekabetçi süreç açısından ciddi endişeler barındıracağını ifade etmiştir. Tarihsel olarak da kamu politikası piyasaların satım tarafı için tekel veya kartel örgütlenmesini gerekli gördüğünde, demir yolları ve hava yolları işletmeciliği, doğal gaz ve elektrik

²¹ Buna ek olarak, alıcıların satım pazarının önemli bir bölümünü oluşturması durumunda, alım karteli piyasanın satış tarafında da koordinasyona yol açabilmektedir. Böyle bir durumda alım kartelinin satım karteline dönüşmesi ihtimali bulunmaktadır.

iletimi ve dağıtımı ve telekomünikasyon hizmetleri gibi birtakım hizmetler bakımından başta fiyatlar olmak üzere, piyasayı düzenlemiş olduğu bilinmektedir.

1.3.6. Alım Kartellerinin Yaygınlığı ve Yetersiz Yaptırım Tartışmaları

Bölüm 3’te ve 4’te açıklanacağı üzere rekabet otoriteleri tarafından, alım kartelleri ile satım kartelleri arasında bir ayırım gözetilmediği (Hao 2011, 2-3) gerçeği dikkate alındığında, alım kartellerine ilişkin alınan kararların görece azlığı, yetersiz yaptırım tartışmalarını beraberinde getirmektedir (OECD 2022, 21).

Burada üzerinde durulması gereken temel soru, alım kartellerinin yaygınlığının satım kartellerinden önemli ölçüde düşük olup olmadığıdır. Teoride bu hususa ilişkin net bir sonuç bulunmamakla birlikte, alım kartelleri konusu ekonomi literatüründe çoğunlukla teorik bir olasılık olarak tartışılmakta ve ampirik bir olgu veya politika sorunu olarak nadiren incelenmektedir (Hao 2011, 2-3). Ancak çalışmanın “Alım Kartelleri İçin Sorunlar” başlığı altında ele alındığı üzere, alıcılar arasındaki anlaşmalarda anlaşmadan ayrılmaya yönelik teşviklerin, satıcılar arasındaki anlaşmalara kıyasen daha az olması, alıcılar arasındaki anlaşmaların daha yaygın ve uzun süreli olabileceği anlamına gelebilecektir (Carstensen 2010, 35-36).

Alım kartellerinin yaygınlığına ilişkin çok az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu çalışmalardan bir tanesi John M. Connor tarafından hazırlanan ve girdi fiyatı tespitine yönelik uluslararası kartellere ilişkin çalışmadır. 1919 ile 2017 yılları arasını kapsayan ilgili çalışmada Connor (2021, 16-23), alım kartellerinin toplam kartellerin %8’inden²² daha azını oluşturduğunu tespit etmiştir. Ancak bu tespit, alım kartellerinin yaygınlığının altında yatan nedenleri göstermekten uzaktır. Ayrıca, bu tahmin yüksek fiyat çalışmalarına dayandığı için alım kartellerinin gerçek yaygınlığı konusuna kesin bir açıklama getirememektedir (OECD 2022, 21).

²² Aynı yazarın 2014 tarihli başka bir çalışmasında alım kartellerinin tüm kartellerin %6,4’ünü oluşturduğu tespiti yapılmıştır. Connor tarafından yapılan 2014 ve 2021 yıllarına ait her iki çalışmada, fiyat tespitine ilişkin kartellerin yaklaşık onda birinin çıktı fiyatlarının belirlenmesine ilişkin olmadığı, girdi fiyatlarının belirlenmesine ilişkin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıntılı bilgi için bkz. Connor (2014, 6-91) ve Connor (2021, 16-23).

ABD üzerine yapılan bir diğerk çalışmada ise Hao (2011, 1-44), alım kartellerinin yaygınlığını mevcut tarihsel zaman dilimleri ve sektörler bazında incelemiş ve 1974 yılı sonrasında alım kartellerinin satım kartellerine kıyasla yaygınlık kazandığını tespit etmiştir. İhale dosyaları açısından alım kartelleri ile satım kartelleri kıyaslandığında ise, alım kartellerinin satım kartellerinden önemli ölçüde daha yüksek bir orana sahip olduğu belirlenmiştir. Yine aynı çalışma kapsamında Hao, alım kartellerinin yarısından fazlasının, satım kartellerinin ise %20'sinden daha azının ihale dosyalarına ilişkin olduğunu ifade etmiştir.

Carstensen (2021, 24) alım kartellerine karşı düşük düzeydeki yaptırımların, aslında alım kartellerinin sanıldığından daha yaygın olabileceğini öne süren ekonomik teoriyle çeliştiğini ileri sürmektedir. Ancak alım kartelleri ile satım kartelleri arasındaki farkı sadece yetersiz yaptırım düzeyi ile açıklamak mümkün olmayacaktır. Alım kartellerinin önemli ölçüde daha az zararlı veya genel olarak satım kartelleri ile kıyaslandığında daha az yaygın olması da her iki kartel türü arasında ortaya çıkan farkı açıklamak için dikkat edilmesi gereken hususlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu hususta Blair ve Harrison (2010, 45), rekabet otoritelerinin yaptırımlarının görece az olmasının nedenlerinden birinin, alıcı gücünün fiyatları tüketicilerin yararına değiştirdiği yönündeki yanlış inanış olduğunu ifade etmektedir.

Son dönemde, özellikle iş gücü piyasaları başta olmak üzere, rekabet otoriteleri tarafından alım kartellerine yönelik alınan kararlarda bir artış olduğu görölmektedir. Ancak kesin olmayan husus, önceki dönemler bakımından tespit edilmemiş alım kartellerinin mevcut olup olmadığıdır. Netice itibarıyla alım kartellerinin yaygınlığı ve alım kartellerine yönelik yetersiz yaptırım konuları bakımından birtakım belirsizlikler bulunmaktadır. Bu açıdan alım kartelleri, dikkatle incelenmesi gereken bir alan olarak karşımıza çıkmaktadır.

Sonuç olarak satım kartellerine nazaran alım kartelleri hakkında alınan kararların görece azlığı, rekabet otoritelerinin pazarın alım tarafına yönelik gösterdiği ilgi ile pazarın satım tarafına yönelik gösterdiği ilgi arasında bir farklılık olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Ancak pazarın alım tarafında faaliyet gösteren teşebbüsler arasında yapılan kartel niteliğindeki anlaşmalar sonucunda ciddi rekabetçi endişeler ortaya çıkabilmekte ve rekabetçi süreç olumsuz etkilenmektedir. Alım kartellerinin neden olduğu bu endişeler, sadece nihai

tüketiciler açısından değil, üreticiler ve sağlayıcılar açısından da söz konusu olabilmektedir. Alım kartellerinin yoğunlaşmış bir satıcı piyasasına karşı dengeleyici güç sağladığına dair makul argümanlara rağmen, sağlıklı bir rekabet sürecinin gerekleri bu argümanların bir savunma olarak kabul edilmesini engellemektedir.

BÖLÜM 2

ORTAK ALIM ANLAŞMALARINI VE ALIM KARTELLERİNİN AYRIMI

Alıcılar arasında kurulan koordinasyon, alıcılara daha yüksek düzeyde alıcı gücü sağlamaktadır. Alıcılar tarafından elde edilen bu güç alıcıların faaliyetlerini yürütme biçimlerine ve alıcıların izlediği amaca bağlı olarak toplumsal refah üzerinde olumlu veya olumsuz etkilere yol açabilmektedir (Faull ve Nikpay 2014, 362).

Bölüm 1’de açıklandığı üzere, alıcıların birlikte hareket etmelerini sağlayan koordinasyon, tek bir büyük alıcının varlığıyla benzer sonuçlara yol açmakta ve alım karteli yoluyla toplumsal refahı olumsuz etkilemektedir. Diğer taraftan, alıcılar arasında ortaya çıkan tüm koordinasyon türleri alım karteli olarak düşünülemez. Örneğin, koordinasyon içinde hareket eden alıcılar ortak alım anlaşmaları yoluyla alım güçlerini arttırabilmekte ve bu sayede daha düşük fiyatlardan yararlanmak suretiyle rekabetçi sürece katkı sunabilmektedir (Ritter ve Braun 2004, 233). Bu nedenle, çoğu rekabet otoritesi alıcılar arasında gerçekleşen belirli türdeki anlaşmaları soruşturmadan muaf tutmaktadır.

Tezin bu bölümünde ortak alım anlaşmaları ele alınmakta, bu anlaşmaların olası zararları ve faydaları değerlendirilmekte ve alım kartellerinden farkları da dâhil olmak üzere rekabet yasaları karşısındaki durumları incelenmektedir.

2.1. ORTAK ALIM ANLAŞMALARINI

Alım grupları (*buying groups*), pazarlık grupları (*bargaining groups*), alım birlikleri (*buying alliances*) veya alım iş birlikleri (*buying collaborations*) olarak da bilinen ortak alım anlaşmaları (*joint purchasing agreements*), alıcılar arasında yapılan ve alımlarda iş birliği yapmayı²³ sağlayan anlaşmalardır (OECD 2022,

²³ Ortak alım anlaşması kapsamındaki ortak kuruluşun tedarikçilerle yaptığı müzakerelerin konusu olan ürünleri fiilen satın alma ve bu ürünleri üyelerine tedarik etme zorunluluğu bulunmamaktadır. Ayrıca alıcı grubunun bazen satın almak yerine üyeleri tarafından sonradan satın alınmak üzere müzakereler yürüttükleri de bilinmektedir (Whish ve Bailey 2022, 31).

22).²⁴ Ortak alım anlaşmaları, ortak kontrol edilen bir teşebbüs veya teşebbüslerin kontrol gücü olmayan hisselerle sahip olduğu bir teşebbüs, bir kooperatif, sözleşmeye dayalı bir düzenleme veya bir temsilcinin birden fazla teşebbüs adına alımları müzakere etmesi veya sonuçlandırması da dâhil olmak üzere çeşitli şekillerde kurulabilmektedir.²⁵ Bu bakımdan ortak alım anlaşmaları, ihtiyaç duydukları girdiler için ortaklaşa veya bir temsilci aracılığıyla tek bir alıcı gibi davranarak pazarlık yapan potansiyel rekabet halindeki bir dizi alıcıdan oluşmaktadır (Carstensen 2021, 10).

Ortak alım anlaşmaları genellikle satıcılar karşısında, alım yapan teşebbüslerin bağımsız hareket etmeleri halinde elde edemeyecekleri bir alım gücü yaratmayı amaçlamaktadır (Anchustegui 2017, 340-341). Bu şekilde ortaya çıkan alım gücü, tüketiciler için düşük fiyatlar, çeşitlilik veya kaliteli ürünler sunabilmektedir. Özellikle de küçük teşebbüslerin, daha iyi alım koşulları elde etmelerine ve böylece alt (satım) pazarda güçlü rakiplerle karşılaştıklarında rekabetçi kalmalarına imkân verebilmektedir. Ayrıca teşebbüsler, girdi arzında ortaya çıkabilecek azalmalardan etkilenmemek ve böylece tedarik zincirinin kesintiye uğramasını engellemek için ortak alım yapabilmektedir.

Ortak alım anlaşmalarının rekabeti kısıtlama amacı taşıması genellikle olası değildir, zira bu anlaşmalar esasen pazarlık gücünü artırmaya yönelik bir araç olarak kullanılmakta ve bu tür anlaşmaların rekabet hukuku çerçevesinde değerlendirilmesi gerekmektedir (Gam 2021, 3). Ortak alım anlaşmalarının etkinlik sağladığına yönelik birçok argümana rağmen rekabete yönelik riskler barındırdığı gerçeği de ihmal edilemeyecek boyuttur (Carstensen 2017, 198).

İlerleyen başlıklar altında sırasıyla ortak alım anlaşmalarından kaynaklanan etkinlik kazanımlarına ve rekabetçi risklere yer verilecek olup, devamında ise ortak alım anlaşmalarının yasal durumları ve alım kartelleri ile arasındaki farklar ele alınacaktır.

2.1.1. Ortak Alım Anlaşmalarından Elde Edilen Etkinlik Kazanımları

Ortak alım anlaşmalarının genel amacı, tedarikçiler karşısında alıcı gücü oluşturmak suretiyle anlaşma tarafı alıcıların daha düşük alım fiyatlarından

²⁴ Bu tez çalışması kapsamında tanım gereği alım grubu, pazarlık grubu, alım birlikleri, alım iş birlikleri ve ortak alım anlaşmaları birbirinin yerine kullanılmaktadır.

²⁵ AB Kılavuzu para. 273.

faydalanmasını sağlamaktır (Piraino 2005, 1152). İtihadta ve literatürde de kabul edildiği üzere, alımların toplulaştırılması, yönetsel maliyetleri ve işlem maliyetlerini azaltarak operasyonel verimliliği artırmakta ve bu surette alıcılar (ve bazı durumlarda tedarikçiler)²⁶ için ölçek ekonomilerinin²⁷ oluşmasına imkân sağlamaktadır.²⁸ Bu açıdan ortak alım anlaşmaları alıcı teşebbüsler için maliyet tasarruflarına yol açabilmektedir (Krugman 1979, 469-479). Bu maliyet tasarrufları, genel sistem maliyetlerinin (*overall system costs*) azaltılması ve daha düşük girdi fiyatları için satıcılar ile pazarlık yapılması olarak iki kategoride ele alınabilmektedir (OECD 2022, 22).

Genel sistem maliyetlerinde ortaya çıkan bir azalma nihai ürün fiyatlarının aşağı yönlü hareket etmesine yol açacak ve bu durum sosyal refahta artış meydana getiren bir çıktı artışı ile sonuçlanacaktır. Ayrıca alıcı teşebbüslerin ölçek ekonomilerinden yararlanması durumunda ise tüm alımların tek bir tedarikçi tarafından sağlanması, alımların artmasına ve ortalama maliyetlerin düşmesine imkân tanıyacaktır (Anchustegui 2017, 312). Genel sistem maliyetlerinin azalması, satın alınan miktarda meydana gelen artışa bağlı olarak birim ürün fiyatının düşmesi sonucunda olabileceği gibi nakliye, teslimat ve stoklama gibi faaliyetlerden doğan işlem maliyetlerinin düşmesi sonucunda da olabilir (Alma 2021, 128).

Alıcılar için diğer bir maliyet tasarrufu kategorisi, pazarlık yoluyla tedarikçilerden daha düşük fiyatlar ile ürün temin edilmesidir. Pazarlık yoluyla arz fazlası tedarikçilerden alıcılara kaydırılacaktır (OECD 2022, 22). Bölüm 1'de ifade edildiği üzere, satıcıların piyasa gücüne sahip olduğu bazı durumlarda alıcıların pazarlık gücünü kullanması, alım fiyatlarında refah artırıcı düşümlere yol açabilmektedir. Ayrıca ortak alım anlaşmaları yoluyla elde edilen bu maliyet tasarrufları alıcıların ilgili pazar(lar)da önemli rakipler haline gelmesine yardımcı olmaktadır (Piraino 1991, 12-14).

²⁶ Tedarikçilerin toplu satış yapabilmesi, üretimi artırabilmesi ve işlem maliyetlerini azaltabilmesi tedarikçilere ölçek ekonomisi sağlayabilmektedir.

²⁷ Ölçek ekonomisi; üretim ölçeği arttığında ortalama maliyette meydana gelen değişikliklerdir. Üretim arttıkça ortalama maliyetler azalıyorsa, pozitif ölçek ekonomisi; aksi halde, negatif ölçek ekonomisi söz konusudur (Rekabet Terimleri Sözlüğü 2019, 119).

²⁸ Case T-286/09, *Intel v Commission* (2014) para. 75.

Ortak alım anlaşmaları, maliyet tasarrufları dışında, tedarikçileri yenilik yapmaya ve piyasalara yeni ve/veya geliştirilmiş ürünler sunmaya yönlendirerek önemli etkinlik kazanımlarına yol açabilmektedir (Whish ve Bailey 2022, 49). Bu etkinlik kazanımları nedeniyle rekabet otoriteri tarafından ortak alım anlaşmalarına muafiyet tanınabilmektedir. Nitekim Rekabet Kurumu tarafından 30.03.2023 tarihinde yayımlanan Türkiye HTM Perakendeciliği Sektör İncelemesi Nihai Raporu'nda küçük perakendecilerin organize perakendeciler karşısında rekabet gücünü arttırmalarının önemi vurgulanmış ve politika önerilerinden biri olarak, küçük perakendecilerin rekabet gücünü artırmak adına alım birlikleri kurmasına muafiyet tanınabileceği ifade edilmiştir (HTM Perakendeciliği Sektör Araştırması Nihai Raporu 2023, 257).

Öte yandan ortak alım anlaşmalarının fiyatlar üzerindeki genel etkilerine ilişkin ampirik kanıtlar sınırlıdır (OECD 2022, 22). Alıcı gücündeki artışların daha düşük tüketici fiyatlarına yol açabileceğini öne süren bazı ampirik çalışmalar bulunmasına rağmen, tüketiciler açısından düşük fiyatlar ile sonuçlanan bu anlaşmaların pazarın geneli benzer sonuçlara yol açıp açmayacağı net değildir (Colen 2020, 28-30).

2.1.2. Ortak Alım Anlaşmalarından Kaynaklanan Rekabet Riskleri

Ortak alım anlaşmaları genellikle rekabetçi anlaşmalar olarak görülse de, bu kavramın anılan türdeki anlaşmaların alt ve/veya üst pazarda rekabet endişelerini gündeme getirmeyeceği anlamına gelmemektedir (Anchustegui 2017, 345). Bu nedenle ortak alım anlaşmaları, rekabet hukuku açısından birtakım riskler barındırmakta ve rekabet hukukunun inceleme alanına girmektedir. Söz konusu riskler Kurul tarafından yayımlanan Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz (Yatay Kılavuz)'un 177. paragrafında,

Ortak alım anlaşmaları, alım pazarında ve/veya satıma ilişkin alt pazarlarda ürün fiyatlarında artış, üretim miktarı, ürün kalitesi ve çeşitliği veya inovasyonda azalma, pazar paylaşımı yahut diğer muhtemel alıcılara pazarın kapatılması gibi rekabeti kısıtlayıcı etkilere neden olabileceği

şeklinde sıralanmaktadır.

AB rekabet politikasında, ortak alım anlaşmalarına daha fazla dikkat edilmesi gerektiğine dair artan bir kanı mevcuttur (Gam 2021, 3). Komisyon tarafından

yayımlanan 2010 tarihli bir raporda,²⁹ ortak alım anlaşmalarının, piyasa oyuncuları arasında daha büyük rakiplerine benzer indirimler elde etmek için yapıldığında rekabet yanlısı olsa da, büyük alım birliklerinin, özellikle rakiplerinin ağırlıklı olarak alım yaptıkları pazarlardan alım yapma güdülerini azalttığı veya ürün çeşitliliği ve/veya gıda tedarikçilerinin yenilik yapma yeteneği üzerinde uzun vadeli olumsuz bir etkiye sahip olabilecek satın alma politikalarının standartlaşmasına neden olabileceği durumlarda rekabet ve nihayetinde tüketiciler üzerindeki etkileri konusunda endişelere yol açabileceği belirtilmektedir.

Ortak alım anlaşmalarının üst pazardaki alımlarının payı yüksekse, anlaşmaların tekel veya pazarlık gücüne sahip olma olasılığı yüksektir. Bu koşullarda, ortak alım anlaşması, bir alım kartelinden veya tek taraflı alım gücünün olduğu bir durumdan büyük ölçüde ayırt edilemeyecektir.³⁰ Yine ortak alım anlaşmasının pazardaki alımların yüksek miktarını gerçekleştirilmesi veya önemli bir girdinin fiyatını tek tip olarak belirlemesi, alım kartellerinde olduğu gibi, aynı ürünleri veya hizmetleri satın alan firmaların alt pazarlarda rekabeti azaltmak için koordine olma kabiliyetini artırabilmektedir (OECD 2022, 23). Bir diğer risk ise ortak alım anlaşmasının tarafı olan alıcıların, diğer alıcıların en etkin tedarikçilere erişimini engelleyebilmesidir. Bu tür kısıtlayıcı etkiler, sınırlı sayıda tedarikçinin bulunduğu ve alım pazarının arz tarafında giriş engellerinin olduğu durumlarda daha olasıdır.³¹

Rekabet otoriteleri açısından en büyük risk, görünüşte meşru olan ortak alım anlaşmasının bir alım karteli için kılıf olarak kullanılma ihtimalidir (Carstensen 2010, 16). Ortak alım anlaşmasının tarafları bir kartelin tarafları gibi rekabeti

²⁹ Commission SWD on Retail Services in the Internal Market – Accompanying document to the Report on Retail Market Monitoring: “Towards more efficient and fairer retail services in the Internal Market for 2020”, <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/14557/attachments/1/translations?locale=en>, Erişim Tarihi: 25.12.2023.

³⁰ Önemli düzeyde pazar gücüne sahip alım grubu, tedarikçilerin yatırım güdülerine zarar verebilmekte ve nihayetinde tedarikçiler ürünün kalitesini ve çeşitliliğini azaltmak zorunda kalabilmektedir. Bu durum ürün kalitesinde düşüş, inovasyon çabalarının azalması ve nihayetinde arzın optimal seviyenin altına düşmesi gibi, üst pazardaki rekabet üzerinde kısıtlayıcı etkilere neden olabilecektir. Dahası perakendecilerden oluşan güçlü bir alım grubu, ortak bir karar ile mağazalarındaki ürün çeşitliliğini sınırlandırarak tedarikçileri birbirlerine karşı kullanabilmekte ve sonuçta tüketicilere zarar verebilmektedir (Allain vd. 2020, 2).

³¹ AB Kılavuzu para. 296.

kolaylıkla kısıtlayabilir. Çünkü alım kartelinde olduğu gibi ortak alım anlaşmasında da temel hedef girdi maliyetlerini düşürmek olduğu için, önemli düzeyde alım gücüne sahip olan alım grupları bu gücü kullanarak fiyatları daha da aşağı düşürmek isteyecektir. Düşen fiyatlar karşısında tedarikçilerin üretimi azaltarak cevap vermesi halinde, alım grubu üyeleri kendi aralarında arzı paylaşmalı ya da düşük fiyatlara rağmen üretimi artırmanın bir yolunu bulmalıdır. Uygulanabilecek bir diğer çözüm ise ya hep ya hiç (*all or nothing*) sözleşmesi kullanmaktır. Buna göre, alıcı sadece istediği miktarı almayı teklif eder ve aksi takdirde hiç alım yapmayacağını ifade eder. Teklif edilen fiyat satıcının ortalama toplam maliyetine yaklaştığı sürece, artan birimlerin marjinal maliyeti alınan fiyatı aşsa bile satıcının teklifi kabul etmesi muhtemeldir. Bu tür sözleşmelerin kısa vadedeki etkisi üretici fazlasını alıcıya aktarmaktır, ancak bu durum uzun vadede üreticinin piyasada faaliyet göstermesini zorlaştıracaktır. Dolayısıyla, bu tür sözleşmelerin kullanılması zaman içinde rekabetçi sürece zarar verebilmektedir (Blair ve Harrison 2010, 83-85).

Her ne kadar bir ortak alım anlaşmasının alım karteli için maske olarak kullanılabileceği ilk akla gelen husus olsa da, ortak alım anlaşmaları alt pazarda ortaya çıkan satım kartelleri için de bir araç olarak kullanılabilir. Böyle bir durumda ortak alım anlaşmasının satım karteli ile birlikte değerlendirilmesi gerekmektedir.^{32,33}

Ortak alım anlaşması asimetrik bir yapıda ise -yani bir veya birkaç büyük teşebbüs ile birçok küçük teşebbüs tarafından oluşturulmuş ise - bu durumun anlaşma tarafı küçük teşebbüsler aleyhine dönme ihtimali yüksektir. Asimetrik alım birliklerinde genellikle en büyük ortak ana müzakereci konumundadır ve bu durum ona alt pazardaki rakiplerine ilişkin hassas bilgileri elde etme olanağı sağlamaktadır. Taraflar arasında bilgi alışverişi yapılması halinde, genel koordinasyon risklerine ek olarak, büyük alıcı(lar) daha küçük alıcıların ticari faaliyetlerine ilişkin sahip oldukları bilgiyi kullanarak onları alt pazardan

³² AB Kılavuzu para. 283.

³³ Fiili veya potansiyel bir rakibi satım pazarından dışlamayı amaçlayan bir ortak alım anlaşması bir tür yatay boykot olarak ortaya çıkmakta ve rekabeti amaç olarak kısıtlamaktadır (AB Kılavuzu para. 284).

dışlayabilmekte ve alt pazar koşullarını etkilemek için pazar gücünden yararlanabilmektedir (Anchustegui 2017, 346).

Ortak alım anlaşmasının risklerinden bir diğeri ise, ilgili anlaşmanın girdiye ilişkin alım fiyatı ve/veya alım miktarı gibi ticari açıdan hassas bilgilerin paylaşılmasına yol açmasıdır.³⁴ Burada önemli olan husus bilgi paylaşımına ilişkin sınırın nasıl çizileceğidir. Bu hususa ilişkin olarak *MasterCard*³⁵ kararında Avrupa Birliği Adalet Divanı (ABAD), bilgi paylaşımının ortak alım anlaşmasının uygulanması için objektif olarak gerekli olması ve bu anlaşmanın amaçlarıyla orantılı olması halinde ihlal olarak değerlendirilmeyeceğinin altını çizmiştir. Şayet bilgi değişimi, ortak alım anlaşması için zorunlu bilgilerin paylaşılmasından öteye geçmiyorsa anlaşmanın muafiyet koşullarını sağlaması yüksek bir olasılıktır.³⁶

Allain vd. (2020, 1-40) tarafından yapılan bir çalışmada perakendecilerden oluşan bir ortak alım anlaşmasının, ürün çeşitliliği ve kâr paylaşımı üzerindeki etkileri analiz edilmiş ve ortak alım anlaşmalarının perakende ortamında ürün çeşitliliğinde azalmaya yol açabileceği sonucuna ulaşılmıştır.³⁷ Doğal olarak böyle bir azalma ürün çeşitliliğine değer veren tüketiciler için zararlı olarak görülebilmektedir (Inderst ve Shaffer 2007, 45-67).

2.1.3. Ortak Alım Anlaşmalarının Rekabet Hukuku Karşısındaki Durumu

Çoğu rekabet otoritesi açısından ortak alım anlaşmaları, alım kartelleri ile benzer yasal uygulamalara tabi değildir. Ortak alım anlaşmaları başta ABD ve AB rekabet hukuku uygulamalarında olmak üzere *rule of reason* yaklaşımı altında ele alınmaktadır (OECD 2022, 23). Rekabet otoritelerinin bu tercihi ortak alım anlaşmalarının, fiyatları belirleyen veya başka bir şekilde rekabete aykırı davranışlarda bulunma amacı taşıyan kartellerden farklı ele alınmasını gerektirmektedir. Ancak, ortak alım anlaşmaları, bazı durumlarda alım fiyatları

³⁴ AB Kılavuzu para. 301.

³⁵ *MasterCard v Commission*, C-382/12 P, EU: C:2014:2201, para. 89.

³⁶ Yatay Kılavuz para. 193.

³⁷ Çalışmada ürün çeşitliliğinde azalmaya neden olarak perakendecilerin kâr elde etmek amacıyla etkisiz ürün çeşitlerini seçmeleri ve büyük tedarikçiler ve alım grupları arasında gerçekleşen rekabetten küçük tedarikçilerin olumsuz etkilenmesi ve dolayısıyla üretimi durdurması gibi nedenler sayılmaktadır.

üzerinde bir irade uyuşmasını da içerebilmektedir. Bu nedenle bir ortak alım anlaşması ile alım karteli arasında ayırım yapmak zorlaşmaktadır.

ABD antitröst hukuku kapsamında, ABD Adalet Bakanlığı (DOJ) ve ABD Federal Ticaret Komisyonu (FTC) tarafından ortaklaşa olarak hazırlanan “Rakipler Arası İş Birlikleri İçin Antitröst Kılavuzu”³⁸ (ABD Kılavuzu s. 26)’na göre, rakip teşebbüsler arasında kurulacak bir ortak alım anlaşmasında tarafların hem alım hem de satım pazarlarında %20’in altında bir toplam pazar payına sahip olmaları halinde rakip teşebbüsler arası iş birliği rekabetçi endişe yaratmayacaktır.³⁹ Bununla birlikte bu pazar payı eşikleri *per se* (doğası gereği) ihlal olarak kabul edilen kartel davranışları için geçerli olmayacaktır.

*Northwest*⁴⁰ davasında ABD Yüksek Mahkemesi⁴¹, “alım birliklerinin ... çoğunlukla rekabete aykırı etkilere yol açması muhtemel bir uyumlu faaliyet biçimi olmadığını”, aksine ekonomik etkinliği artırdığını belirtmiştir. İlgili kararda Yüksek Mahkeme *per se* yaklaşım yerine *rule of reason* yaklaşımını benimsemiştir. ABD Kılavuzu (s. 14)’nda alım birliklerinin, genellikle “rekabetçi kaygılara yol açmadığı ve aslında rekabeti destekleyici olabileceği”, çünkü “katılımcıların siparişleri toplulaştırma, depolama veya dağıtım işlevlerini daha etkin bir şekilde birleştirmesini veya başka etkinlikler elde etmesini sağlayabileceği” ifade edilmiştir. Kılavuz (s. 17)’de ayrıca alım birliklerinin alımda “piyasa gücü yaratması veya artırması” olasılığından endişe duyulduğu belirtilmiştir. Ancak bu endişe yalnızca, alım birliklerinin toplam alımların önemli bir kısmını oluşturması durumunda ortaya çıkmaktadır.

AB rekabet hukukunda ortak alım anlaşmalarının bir kartel için kılıf olarak kullanıldığı durumlarda, Avrupa Birliği’nin İşleyişine Dair Anlaşma (ABİDA)’nın 101. maddesinin birinci fıkrasının uygulanacağı açıktır. Rakip alıcılar arasındaki iş birliği, alıcı gücü yaratarak rekabeti önemli ölçüde azaltma potansiyeline sahiptir. Öte yandan Komisyona göre, tarafların hem alım hem de satım pazarlarında %15’in altında bir toplam pazar payına sahip olmaları halinde,

³⁸ Antitrust Guidelines for Collaborations Among Competitors, DOJ ve FTC, Nisan 2000.

³⁹ ABD’de sağlık hizmeti sağlayıcıları arasındaki ortak alım anlaşmaları için bu eşik %35 olarak uygulanmaktadır.

⁴⁰ *Northwest Wholesale Stationers, Inc. v. Pacific Stationery & Printing Co.*, 472 U.S. 284, 295 (1985).

⁴¹ Supreme Court of the United States.

bu tür bir pazar gücünün varlığı söz konusu değildir.⁴² Yine ABD’de olduğu gibi bu pazar payı eşikleri rekabeti kısıtlama amacı olan anlaşmalar için geçerli değildir. Ortak alım anlaşmaları neticesinde elde edilecek olan daha düşük fiyatlar, etkinlik artıracak ve tüketicilerin artan etkinlikten fayda elde etmesine katkı sunacaktır (Whish ve Bailey 2022, 30). Bu bakımdan ortak alım anlaşmaları ABİDA’nın 101. maddesinin üçüncü fıkrası kapsamında ABİDA’nın 101. maddesinin birinci fıkrasının uygulanmasından muaf tutulabilmektedir. Nitekim *Gottrup-Klim*⁴³ davasında ABAD alım birliklerinin, büyük üreticilerin karşısında alıcılar için önemli bir denge unsuru oluşturabileceğini ve daha etkin rekabetin önünü açabileceğini ifade edilmiştir. AB rekabet hukukunda ortak alım anlaşmalarının hem yatay hem de dikey iş birliğine dayandığı durumlarda, iki aşamalı bir analiz gerçekleştirilmektedir. İlk olarak yatay anlaşma değerlendirilmekte ve bu anlaşmaya muafiyet verilebilirse, daha sonra dikey anlaşma, dikey anlaşmalara ilişkin düzenlemeler ışığında incelenmektedir.

Mehaz AB rekabet hukuku düzenlemeleri ile paralel hükümler içeren ülkemiz rekabet mevzuatı ele alındığında, Yatay Kılavuz’da⁴⁴ yer verilen açıklamalardan hareketle ortak alım anlaşmaları bakımından tarafların hem alım hem de satım pazarlarında %15’in altında bir toplam pazar payına sahip olmalarının, söz konusu anlaşmaların rekabetçi bir endişe barındırmadığı sonucuna ulaşılabilmektedir.

Bununla birlikte, anılan düzenlemelerde bu eşiklerin üzerindeki bir pazar payı, tek başına, ortak alım anlaşmasının rekabet üzerinde kısıtlayıcı etkilere yol açmasının muhtemel olduğunu göstermemektedir. Ortak alım anlaşması sonucunda toplam pazar payının bu eşiği aşması durumunda ayrıca pazarın yoğunlaşma düzeyi, kâr marjları, rekabetin yoğunluğu, alım anlaşmasına konu ürünlerin niteliği ve tedarikçilerin olası gücü gibi faktörler dikkate alınarak ortak alım anlaşmasının pazar üzerindeki etkilerinin ayrıntılı bir şekilde değerlendirilmesi gerekmektedir.⁴⁵ Yine Yatay Kılavuz⁴⁶ kapsamında ortak alım anlaşmalarının hem yatay hem de dikey düzenlemeler içermesi halinde bu

⁴² AB Kılavuzu para. 291.

⁴³ *Gottrup-Klim Grovwareforening and Others and Dansk Landbrugs Grovvarereselskab AmbA* Case C-250/92 [1994] ECR 5641.

⁴⁴ Para. 185.

⁴⁵ AB Kılavuzu para. 292.

⁴⁶ Yatay Kılavuz para. 172-173.

anlaşmaların iki aşamalı bir analizle değerlendirilmeleri gerekmekte ve 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun (4054 sayılı Kanun)'un 5. maddesi kapsamında muafiyet incelemesine tabi tutulmaları gerekmektedir.

Whish ve Bailey (2022, 1-67)'in ortak alım anlaşmalarına ve alım kartellerine odaklanan “*Horizontal Guidelines on Delineation between purchasing agreements: by object and by effect restrictions*” isimli çalışmasında, hem AB içinde hem de AB dışındaki ülkelerde alım kartellerine ve ortak alım anlaşmalarına ilişkin mevzuat, rekabet otoritesi kararları ve yargı kararları incelenmiştir. İlgili çalışmada hem AB içinde hem de AB dışındaki ülkelerde çok sayıda alım karteline para cezası uygulandığı; ancak ortak alım anlaşmalarına yönelik herhangi bir para cezası uygulanmadığı tespit edilmiştir. Bu duruma ilişkin olarak Whish ve Bailey (2022, 37) ortak alım anlaşmalarına yönelik yaklaşım çerçevesinde etki temelli analizin benimsendiği sonucuna ulaşmıştır.

2.2. ALIM KARTELLERİ VE ORTAK ALIM ANLAŞMALARI ARASINDAKİ FARKLAR

Alım kartelleri ile ortak alım anlaşmaları arasında ayırım yapmak kavramsal düzeyde kolay olmasına rağmen, uygulamada bu iki birliktelik arasında ayırım yapmak o kadar kolay olmamaktadır (Gam 2021, 3-4). Çünkü alıcılar arasında kurulan bir iş birliği, açık bir kartelden, alıcıların tüm girdi alımlarını birlikte yapmayı kabul ettikleri ortak alım anlaşmasına kadar uzanabilmektedir (Carstensen 2017, 185).⁴⁷ Bu durum rekabet otoriteleri tarafından ortak alım anlaşmaları ile alım kartelleri arasındaki sınırların net bir şekilde çizilmesi ihtiyacını doğurmaktadır (Piraino 2005, 1151).

Her ne kadar bu iki oluşum arasında ayırım yapmak rekabet otoriteleri açısından bir zorunluluk gibi görünse de bazı akademisyenler bu ayırımın net olmadığını iddia etmektedir. Özellikle Carstensen (2010, 14-17), alım grubunun doğası gereği, bu tür oluşumları kartellerden ayırt etmede önemli zorluklar yaşanabileceğini vurgulamaktadır. Bu noktada Davidow (1974, 270), bir alıcılar

⁴⁷ Komisyon Başkan Yardımcısı Margrethe Vestager, 12.03.2021 tarihli “*EuroCommerce Policy Talk Webinar*” kapsamında yaptığı konuşmada, alım birliklerinin kartel davranışına bir kılıf olmadıklarından emin olmak için alım birliklerinin uygulamada nasıl faaliyet gösterdiklerinin dikkatle izlenmesi gerektiğini vurgulamıştır. Ayrıntılı bilgi için bkz. <https://www.eurocommerce.eu/2021/03/retail-and-wholesale-depend-on-competitive-markets-in-europe/>, Erişim Tarihi: 29.12.2023.

grubunun bir kez ortak alım anlaşması görünümüne sahip olduğunda, tedarikçilerinden gruba üye olmayanlarla iş yapmayı reddetmelerini istemek gibi kartelci davranışlarda bulunabileceğini belirtmektedir. Ghosal (2021, 6) ise alım kartelinin kartel üyelerinden birini tedarikçi ile ticaret yapmaya yönlendirmek suretiyle kartel anlaşmasını gizlemeye çalışabileceğini belirterek bu şekilde oluşturulan bir kartelin ise tespitinin hem teorik hem de ampirik açıdan zor olduğunu ifade etmektedir.

Ortak alım anlaşması ilk oluşum aşamasında bir alım kartelini kolaylaştırmak amacıyla kurulmamış olsa bile, ortak alım anlaşmasının alım karteline dönüşme ihtimali bulunmaktadır (Anchustegui 2017, 347). Ancak Normann vd. (2015, 1-4) tarafından da tartışıldığı üzere, ortak alım anlaşmalarının, bir kartelin mutlak kolaylaştırıcısı olduğuna yönelik kesin bir kanıt bulunmamaktadır. Yapılan çalışmalar, ortak alım anlaşmasının anlaşmadan ayrılan teşebbüsleri dışlamak için bir ceza mekanizması içermesi halinde kartel anlaşmasını kolaylaştırdığını göstermektedir (Anchustegui 2017, 347). Dolayısıyla kritik soru, bir ortak alım anlaşmasını alım kartelinden ayıran temel hususların ne olduğu ve bu ayırım yapılırken hangi unsurların dikkate alınması gerektiğidir.

Aşağıda ortak alım anlaşmalarını alım kartellerinden ayıran birtakım unsurlar açıklanmaktadır. Ancak bu ayırımın aşağıda açıklanan hususlar ile mutlak sınırlı olduğu söylenemeyecektir. Yapılacak yeni çalışmalar neticesinde her iki oluşum arasındaki farka yönelik hususlara ilaveler yapılabilecektir.

2.2.1. Amaç

Bir ortak alım anlaşması ile alım karteli arasındaki temel farklardan ilki ve en önemlisi, alım karteli amaç olarak rekabeti kısıtlamayı gözetirken, ortak alım anlaşmasının ise birlikte hareket ederek maliyet avantajlarından faydalanmak suretiyle etkinlik kazanımları elde etmeyi amaçlamasıdır (Piraino 1994, 883-884). Alım kartelinde anlaşma tarafı alıcılar, üst pazarda faaliyet gösteren tedarikçiler ile bireysel olarak nasıl pazarlık yapacakları konusunda anlaşma halinde bulunurlar ve bu anlaşma kapsamında bilgi alışverişi yaparlar. Ortak alım anlaşmasında ise ortak alım grubu, alıcıların bireysel olarak elde edemeyecekleri koşullarda müzakereye katılmaktadırlar (Whish ve Bailey 2022, 30-31). Bu bakımdan ortak alım anlaşmasının tarafları, üst ve/veya alt pazarlarda birbirleri arasındaki rekabetçi yapıya zarar vermeden tedarikçiye karşı alıcı güçlerini

kullanarak pazarlık halinde bulunurlarsa, bu anlaşma ortak alım anlaşması olarak nitelendirilmelidir (Anchustegui 2017, 347).

Ortak alım anlaşmasının sonucunda ortaya çıkan etkinlik kazanımları alım miktarındaki artışın getirdiği birim ürün fiyatının düşmesi olabileceği gibi nakliye veya teslimat veya stoklama gibi faaliyetlerden doğan işlem maliyetlerinin düşmesi de olabilmektedir. Bu bakımdan ortak alım anlaşması, alım faaliyetlerinden herhangi birinin entegrasyonunu içermeli ve bu entegrasyon alıcıların işleyişini kolaylaştırmakla sınırlı olmalıdır. Çünkü entegrasyonun olmadığı ve her bir bağımsız alıcının nasıl davranacağına ilişkin bir anlaşmanın olduğu durumlarda, ortaya çıkan oluşum açık bir karteldir (Carstensen 2010, 15). Whish ve Bailey (2022, 40) tarafından incelenen 24 alım kartelinin ortak noktasını, anlaşma tarafı alıcıların tedarikçilere karşı bireysel olarak nasıl davranacaklarına ilişkin anlaşmalar ve/veya uyumlu eylemler oluşturmaktadır.

2.2.2. Pazar Payı

Ortak alım anlaşmalarını alım kartellerinden ayıran ikinci husus, ortak alım anlaşmasının tarafı olan teşebbüslerin pazarda düşük pazar paylarına sahip olmalarıdır (Carstensen 2010, 15). Ortak alım anlaşmalarının rekabet hukuku nazarındaki durumunun ele alındığı bölümde de ifade edildiği üzere, ortak alım anlaşmalarının hem alım hem de satım pazarında önemli düzeyde pazar gücü olmadığı sürece rekabete aykırı endişelere yol açması beklenmeyecektir. Alım kartelleri ise rekabet hukukunun amaç bakımından ihlali olarak değerlendirildiği için anlaşma tarafı teşebbüsler bakımından herhangi bir pazar payı eşliği öngörülmemiştir.

2.2.3. Fiyat

Ortak alım anlaşmalarını alım kartellerinden ayıran bir diğer husus alım fiyatlarının, tedarikçiler ve alıcılar arasında nasıl müzakere edildiğine yöneliktir. Rakipler arasında alım fiyatları tespit eden alım kartellerinin aksine, ortak alım anlaşmaları fiyat alıcısı olarak hareket etme eğilimindedir ki bu durum prensipte rekabetçi fiyat oluşumunu bozmadıkları anlamına gelmektedir (Anchustegui 2017, 341). Zira ortak alım anlaşmaları, alıcılara monopson gücünden ziyade dengeleyici alıcı gücü sağlamakta ve alıcılar ile satıcılar arasında müzakere

yoluyla fiyat belirlemeyi esas almaktadır. Bu sayede alıcılar üst pazarda daha iyi koşullara sahip olmakta ve tedarikçiler üzerinde rekabetçi baskı uygulamaktadır.⁴⁸

2.2.4. Şeffaflık

Ortak alım anlaşmaları, genel olarak şeffaf bir organizasyonun parçasıdır (Carstensen 2010, 190). Ortak alım anlaşmasının tarafları alımlarını organize etmek ve kartele dönüşmekten kaçınmak için işlemlerini şeffaf ve bağımsız bir şekilde yürütmesi gereken merkezi bir temsilci aracılığıyla faaliyet gösterme eğilimindedir (Ezrachi 2012, 60). Bu açıdan ortak alım anlaşmasına katılan taraflardan karar alma süreçleri için düzenleyici çerçeveler ve net kurallar belirlemeleri beklenir. Bu duruma ilişkin olarak AB Kılavuzu'nda⁴⁹, ortak alım anlaşması taraflarının, organizasyonun şeklini, kapsamını ve işleyişini yazılı bir anlaşmada tanımlamış bir şekilde sunmalarının bekleneceği; böylece söz konusu anlaşmanın ABİDA'nın 101. maddesine uygunluğunun sonradan doğrulanabilir olacağı ifade edilmiştir. Ancak, yazılı bir anlaşmanın düzenlemeyi rekabet hukuku yaptırımlarından tek başına koruyamayacağı değerlendirilmiştir. Diğer yandan alım kartelleri ise doğası gereği şeffaf olmayan ve gizlice yürütülmesi gereken faaliyetlerdir.

2.2.5. Hedef

Carstensen (2021, 14)'a göre alım grubunu alım kartelinden ayırt etmenin temel yolu, alım grubunun foksiyonel hedeflerine odaklanmaktan geçmektedir. Eğer alıcılar nakliye ve depolama gibi alım faaliyetlerinin bazı aşamalarına yatırım yapıyor ve bu faaliyetleri birleştiriyor, koordine ediyor ve yönetiyorlarsa, bu durumda alım grubundan bahsedilebilecektir. Aksi takdirde alıcılar sadece bireysel alımlarını nasıl gerçekleştirecekleri konusunda anlaşmak için bir araya geliyor ise bu durumda bir alım karteli söz konusu olacaktır (Piraino 2005, 1151). Zira bu husus AB Kılavuzu'nda⁵⁰,

Alıcılar, tedarikçilerle bireysel olarak anlaştıkları (yani tedarikçiyle ortak müzakerelere girmedikleri) durumlarda, alım kararlarını bağımsız olarak vermeli, anlaşmalar veya uyumlu eylemler yoluyla geleceğe yönelik davranışlarına ilişkin aralarındaki stratejik belirsizliği ortadan kaldırmamalıdır. Her bir alıcı bireysel

⁴⁸ European Competition Network para. 98.

⁴⁹ Para. 282.

⁵⁰ Para. 280.

olarak tedarikçiyle müzakere etmeden ve tedarikçiden alım yapmadan önce, alım koşullarından bir veya daha fazlasını (fiyat, miktar, tedarik kaynağı, kalite veya diğer rekabet parametreleri) kendi aralarında belirleyemezler.

şeklinde ifade edilmiştir. Aksi takdirde bu durum bir alım karteli olarak nitelendirilebilecektir.⁵¹

2.3. REKABET HUKUKU AÇISINDAN ORTAK ALIM ANLAŞMALARININ KURULUŞU

Bir ortak alım anlaşması kurulurken, amaç itibarıyla rekabetin kısıtlanmadığından ve rekabet üzerindeki etkilerin bu tür bir iş birliğinden kaynaklanan etkinliğin elde edilmesi için gerekli olanlarla sınırlı olduğundan emin olmak önemlidir. İş birliğinin rakipler arasında rekabete hassas bilgi alışverişi veya rekabetçi davranışların koordinasyonu için bir araç haline gelmemesi için büyük özen gösterilmelidir.

Gam (2021, 10) tarafından, bir ortak alım anlaşması kurulurken rekabet hukuku açısından incelenmesi gereken hususlar aşağıdaki gibi sıralanmakta ve açıklanmaktadır:

i. En dar pazar tanımı altında bile pazar payı eşiğinin⁵² aşılmadığından emin olunmalı,

ii. Anlaşma tarafları ortak alım anlaşması dışında da ürün satın alabilmeli ve ortak alım anlaşması tarafların satım pazarında birbirleriyle rekabet etmelerini engellememeli,

iii. Ticari açıdan hassas bilgi alışverişi, ortak alım faaliyetleri için gerekli olanlarla sınırlandırılmalı ve

iv. Ortak alım faaliyetlerini koordine etmek amacıyla tarafsız bir ekip kurulmalı ve özellikle anlaşmanın amaçlarını açıklayan belgeler dikkatli bir şekilde hazırlanmalıdır.

⁵¹ Para. 281.

⁵² Gam burada AB Kılavuzu kapsamında ortak alım anlaşmaları için öngörülen, alım ve satım pazarlarına ilişkin %15 oranındaki pazar payı eşiğini kastetmektedir. Gam'ın bu önerisi, diğer ülke düzenlemelerinde yer alan pazar payı eşikleri içinde dikkate alınabilecektir.

Gam tarafından ileri sürülen öneriler doğrultusunda bir ortak alım anlaşması kurulurken en güvenli yol, ortak alım anlaşmalarının bilgi bariyerlerine⁵³ sahip ayrı bir temsilci aracılığıyla organize edilmesi olabilmektedir. Bu temsilci, kararlaştırılan alımları anlaşma üyeleri adına bağımsız bir şekilde ve daimi bir organ niteliğine sahip olarak, uzun vadeli bir iş birliğine yönelik stratejiler çerçevesinde gerçekleştirmelidir (Chae ve Heidhues 2004, 731). Bu şekilde ortak alım anlaşmasının yönetim organı alıcılardan gerekli bilgileri alan ancak bunları diğer alıcılara aktarmayan bir yapıda olduğunda, anlaşma tarafları arasındaki rekabete hassas bilgi alışverişi riski en aza indirilebilmektedir.⁵⁴

Sonuç olarak, rekabet otoriteleri tarafından karşılaşılan bir vakada alım kartelleri ile ortak alım anlaşmaları arasında ayırım yapmak büyük önem arz etmektedir. Zira bir ortak alım anlaşması teşebbüsler açısından etkinliğe katkıda bulunmanın yanında, bir kartel için maske olarak kullanıldığında üreticileri sömürmek, inovasyonu ve yatırımları geciktirmek ve rakiplerinin temel girdilere erişimini engellemek gibi sonuçlar doğurmak suretiyle rekabetçi süreci olumsuz etkileyebilmektedir. Dolayısıyla rekabet otoriteleri, teşebbüsler tarafından oluşturulan bir ortak alım anlaşmasına temkinli yaklaşmalı ve rekabet üzerindeki etkileri ayrıntılı bir şekilde analiz edilmelidir.

⁵³ Bilgi bariyerleri, teşebbüsler arasında hassas bilgilerin değişimini engellemeyi amaçlayan bir birtakım uygulamalar olarak karşımıza çıkmaktadır. Genellikle kurulacak bir ortak alım anlaşmasının faaliyetlerini ayrı bir tüzel kişilik bünyesinde yürütmesi ve bu tüzel kişiliğin hiçbir şekilde teşebbüsler arasında hassas bilgi paylaşımında bulunmaması bilgi bariyerlerine örnek olarak verilebilir.

⁵⁴ AB Kılavuzu para. 302.

BÖLÜM 3

ABD VE AB REKABET HUKUKUNDA ALIM KARTELLERİ

Rekabet otoriteleri tarafından alınan kararlar incelendiğinde, pazarın satım tarafına kıyasla pazarın alım tarafına yönelik incelemelerin daha az olduğu anlaşılmaktadır (Zaslavsky ve Kaufmann 2021, 1-2). Buna bağlı olarak alım kartellerine yönelik alınan kararların küresel ölçekte azlığı, pazarın alım tarafında kartel kurmak isteyen teşebbüsler tarafından fırsat olarak görülebilmektedir (Carstensen 2021, 14). Connor (2021, 7) tarafından alım kartellerinin yaygınlığına ilişkin yapılan çalışmada, alım kartellerinin büyük ölçüde hizmet, gıda, tütün ve ham madde sektörlerinde tespit edildiği görülmektedir. Son dönem uygulamalara bakıldığında ise alım kartellerinin özellikle iş gücü pazarında yoğunlaştığı tespit edilebilmektedir (Hao 2011, 41).

Tezin bu bölümünde ilk olarak ABD ve AB rekabet hukukunda alım kartellerine yönelik uygulama alanı bulan mevzuat ele alınacak; sonrasında ise alım kartellerine ilişkin olarak ilgili rekabet otoritelerinin yaklaşımlarına ve örnek kararlarına yer verilecektir.

3.1. ABD REKABET HUKUKUNDA ALIM KARTELLERİ

3.1.1. Sherman Yasası⁵⁵

1890 yılında ABD Kongresi'nde yapılan tartışmalar, pazarın hem alım hem de satım tarafında pazar gücünün kullanılmasıyla ilgili endişeleri ortaya koymuştur. Büyük et paketleyicileri hakkında yürütülen bir soruşturma kapsamında, Ohio Senatörü John Sherman yaptığı konuşmada,

Bu tröstler ve birlikler... iki tarafı keskin bir kılıç gibi işlemektedir. Günlük hayatın ve iş hayatının maliyetini makul olmayan bir şekilde arttırmakta ve ülkenin tarım ürünleri olan ham madde maliyetlerini ise düşürmektedirler. Bu tröstler istedikleri

⁵⁵ Sherman Act.

gibi, aldıkları ürünlerin fiyatını düşürebilmekte ve sattıkları ürünlerin fiyatını ise yükseltebilmektedir.⁵⁶

ifadelerine yer vermiştir. Birçok kongre üyesi, büyük et paketleyicilerini tüketicilere ödenen fiyatları yükselttikleri ve sığır yetiştiricilerine ödenen fiyatları düşürdükleri için sorumlu tutmuştur. Bunun üzerine Kongre, sınırsız ve serbest rekabeti korumayı amaçlayan Sherman Yasası'nı kabul etmiştir (OECD 2008, 245). Sherman Yasası'nın birinci maddesine göre,

Eyaletlerarası ya da ABD ile başka devletlerarası ticareti ve rekabeti sınırlar nitelikte olan, her türlü sözleşme, gizli anlaşma, tröst veya benzeri davranışlar hukuka aykırıdır.” ve ikinci maddesine göre ise; “Eyaletler arası ya da ABD ile başka devletlerarası ticaretin bir alanında tekelleşen, tekelleşmeye teşebbüs eden ya da tekelleşmek için başkaları ile sözleşme ya da gizli anlaşma yapan herkes suç işlemiş sayılır.

Sherman Yasası şartları ve kapsamı bakımından geniş olup, kim tarafından işlenirse işlensin yasaklanmış uygulamalardan zarar gören herkesi korumakta ve bu açıdan rekabeti engelleyici anlaşmaları ve dışlayıcı davranışları pazarın alım yahut satım tarafı ayırımı yapmaksızın *per se* ihlal olarak kabul etmektedir (OECD 2008, 245).

ABD'de Sherman Yasası'nın yürürlüğe girdiği ilk günlerden günümüze kadar, satıcılar arasında ortaya çıkan çeşitli türdeki fiyat tespiti anlaşmaları yasalara aykırı olarak kabul edilmiştir. 1948 tarihli *Mandeville Island Farms* kararında Yüksek Mahkeme, alıcılar arasındaki rekabete aykırı anlaşmaların da rekabet yasalarının ihlali olduğunu açıkça ortaya koymuştur (Blair ve Wang 2017, 4). ABD'de alım karteli tarafları, Sherman Yasası'nın yanı sıra Clayton Yasası'nın⁵⁷ dördüncü maddesi kapsamında özel tazminat davaları ile karşı karşıya kalabilmektedir (Blair ve Wang 2017, 1). Ayrıca Yüksek Mahkeme ve

⁵⁶ Sherman'ın kayıtlarda yer alan ifadeleri şu şekildedir: “These trusts and combinations . . . operate as a double-edged sword. They increase beyond reason the cost of necessities of life and business, and they decrease the cost of raw material, the farm products of the country. They regulate prices at will, depress the price of what they buy and increase the price of what they sell.” CONGRESSIONAL RECORD 2461 (1890).

⁵⁷ Clayton Yasası (*Clayton Act*)'nın dördüncü maddesi uyarınca davacı, davasında haklı çıkması halinde, davası için fiilen üstlenmiş olduğu her türlü masrafın davalıya yükletilmesini sağlayabilmektedir (Wils 2003, 479).

DOJ, alım kartelleri ile satım kartelleri arasında herhangi bir ayırım gözetmemekte ve her iki kartel türüne de aynı standartları uygulamaktadır (Werden 2007, 11).

3.1.2. ABD Kararlarında Alım Kartelleri

1948 yılına ilişkin *Mandeville Island Farms*⁵⁸ davasında Yüksek Mahkeme tarafından alım karteline yönelik alınan karar, bu konuya ilişkin ilk kararlar arasında kabul edilmektedir. *Mandeville Island Farms* davasında, oldukça sınırlı bir pazarda üretim yapan şeker pancarı yetiştiricileri Kuzey Kaliforniya'da faaliyet gösteren üç rafineriye satış gerçekleştirmekteydi. Söz konusu rafinericiler bir fiyat belirleme anlaşması dâhilinde şeker pancarı alımında çiftçilere aynı fiyatlarla sonuçlanan tek tip sözleşmeler teklif ederek rekabeti ortadan kaldırmışlardır. Fiyat anlaşması çerçevesinde rafinerilerin üreticilere ödedikleri fiyatlar etkilenmiş ancak rafinericilerin sattıkları şekerin fiyatı etkilenmemiştir. Bu durum karşısında çiftçiler, hukuka aykırı anlaşma nedeniyle olması gerekenden daha düşük fiyatlar ile karşılaştıklarını iddia etmiş ve bu durumun Clayton Yasası'nın dördüncü maddesi uyarınca üç misli tazminat almaya hak kazandıkları anlamına geldiğini eklemiştir.

İlk derece mahkemesi Kaliforniya'daki şeker pancarı alımının eyaletler arası ticareti içermediği gerekçesiyle şikâyeti reddetmiştir. Yüksek Mahkeme ise ilk derece mahkemesinin kararını bozmuş ve vermiş olduğu kararda,

Fiyat sabitlemesi alıcılar tarafından yapılsa ve özel olarak zarar gören kişiler... müşteriler veya tüketiciler değil satıcılar olsa bile, anlaşmanın Sherman Yasası tarafından yasaklanan türden bir anlaşma olduğu açıktır.

ifadelerine yer vermiştir. Bu kararlar birlikte Mahkeme, satıcıların da alıcılar tarafından hayata geçirilen rekabete aykırı davranışlar nedeniyle zarar görebileceğini kabul etmiştir. Yüksek Mahkeme, tüketicileri etkilemeyen ancak sağlayıcılar için zararın ortaya konulabileceği alım kartellerinin *per se* ihlal teşkil ettiği sonucuna ulaşmıştır (Blair ve Harrison 2010, 31).

*Macaroni Manufacturers v. FTC*⁵⁹ davasında makarna üreticilerinin, makarna üretiminde kullandıkları girdi niteliği taşıyan makarnalık buğdayı almak için birlikte hareket ederek, alım miktarını azaltma yönünde anlaşmalarına ilişkin iddia

⁵⁸ *Mandeville Island Farms, Inc. v. Am. Crystal Sugar Co.*, 334 U.S. 219 (1948).

⁵⁹ *National Macaroni Manufacturers Association, et al., Petitioners, v. Federal Trade Commission, Respondent*, 345 F.2d 421 (7th Cir. 1965).

incelenmiştir. Söz konusu olayda makarna üreticileri, gelecek yıllarda hava koşullarının elverişsiz olacağı endişesiyle makarnalık buğdayın fiyatının artmaması için üretimlerini yarı yarıya azaltma kararı almışlardır. Yüksek Mahkeme kararında, makarna üreticilerinin arz miktarını kısıtlamak suretiyle makarnalık buğdayın alım fiyatını kontrol ettikleri kanaatine ulaşmıştır. İlgili anlaşma Sherman Yasası çerçevesinde Yüksek Mahkeme tarafından *per se* ihlal olarak kabul edilmiştir.

*Knevelbaard Dairies*⁶⁰ davasında peynir üreticisi konumunda bulunan teşebbüslerin süt için ödedikleri fiyatı düşürmek amacıyla anlaşma halinde buldukları iddiası incelenmiştir. Peynir üreticileri, süt tedarikçilerinin rekabet ihlalden doğan zarara uğramadığını iddia etmiş ve yaptıkları savunmada şu ifadelere yer vermiştir:

Fiyatları düşürmeye yönelik bir anlaşma tüketicilere zarar vermeyecek, aksine fayda sağlayacaktır. Çünkü süt alım maliyetlerinin düşmesi daha düşük peynir üretim maliyeti anlamına gelecek ve dolayısıyla peynir ürünleri için daha düşük fiyatlar ortaya çıkacaktır.

Mahkeme antitröst yasalarının temel amacının rekabeti korumak olduğu ve tüketiciler için daha düşük fiyatların ortaya çıkması adına alıcılar arasında alım fiyatlarını düşürmeye yönelik anlaşmalara müsamaha gösterilemeyeceği gerekçesiyle bu argümanı reddetmiştir (Werden 2007, 30). *Knevelbaard Dairies* kararı, rekabet ihlalden doğan zararın yalnızca son kullanıcılara verilen zararı kapsadığı iddiasını reddetmesi bakımından önemli bir karardır.

Son yıllarda alım kartellerine yönelik alınan birçok karar, alım kartellerinin iş gücü piyasalarına da sirayet ettiğini göstermektedir (Zaslavsky ve Kaufmann 2021, 1-2). “Bir teşebbüsün bir başka teşebbüsün çalışanlarına iş teklif etmemesine veya bu çalışanları işe almamasına ilişkin olarak, doğrudan veya dolaylı şekilde yapılan anlaşmalar” olarak tanımlanabilen (Rekabet Terimleri Sözlüğü 2019, 51) çalışan ayartmama anlaşmaları işverenler arasında ortaya çıkan bir tür alım kartelidir (OECD 2022, 18).

Çalışan ayartmama anlaşmaları kapsamında, işverenler birbirlerinin çalışanlarına iş teklifi yapmamayı ya da birbirlerinin çalışanlarını işe almamayı

⁶⁰ *Knevelbaard Dairies v. Kraft Foods, Inc.*, 232 F.3d 979 (9th Cir. 2000).

kabul etmektedir. Alım kartellerinin diğer türlerinde olduğu gibi anlaşmanın temel amacı, alımlar için ödenen girdi fiyatını düşürmektir ve bu durum çalışan ayartmama anlaşmaları bakımından emek girdisi için ödenen ücretlerin düşürülmesi anlamına gelmektedir. Çalışan ayartmama anlaşmalarının rekabete aykırı olduğunu değerlendiren DOJ ve FTC, 2016 yılında İnsan Kaynakları Uzmanları İçin Antitröst Rehberi⁶¹ (ABD Rehber)'ni yayımlamıştır. ABD Rehberi kapsamında firmalar arasında çalışan ayartmama ve açık ücret tespiti yönündeki anlaşmalar *per se* ihlal olarak nitelendirilmiştir (Rehber 2016, s.3).

Rehber öncesinde DOJ tarafından çalışan ayartmama anlaşmalarına yönelik olarak 2007-2013 yılları arasında teknoloji şirketlerine karşı davalar yürütülmüştür. *Adobe*⁶² davasında Adobe, Apple, Google, Intel, Intuit ve Pixar'ın birbirlerinin bir kısım çalışanlarını ayartmamak üzerine anlaştıkları iddia edilmiştir. DOJ, davanın uzlaşma ile sonuçlanmasından önce yayımladığı açıklamada anlaşmaların *per se* kanuna aykırı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Böylece ABD'de çalışan ayartmama anlaşmalarına yönelik yaklaşımın, Rehber öncesinde de, anılan anlaşmaların *per se* ihlal teşkil ettiği yönünde olduğu görülmektedir. Rehber sonrası dönemde de, açılan yeni davalarla ABD'de çalışan ayartmama anlaşmalarına yönelik *per se* yaklaşımın netleştiği anlaşılmaktadır. Nitekim *Knorr-Bremse*⁶³ davasında, demir yolu ekipmanı sağlayıcısı konumunda bulunan Knorr-Bremse, Westinghouse Air Brake ve Faiveley, demir yolu sektöründeki nitelikli çalışanlar için iş gücü piyasasında rekabet etmekteydi. DOJ tarafından, 2009 yılından itibaren teşebbüslerin, birbirlerinin onayını almadan çalışanlarının işe alınmasını ya da çalıştırılmasını yasaklayan anlaşmalar yaptıkları iddia edilmiştir. Söz konusu iddialar üzerine yapılan incelemeler neticesinde, teşebbüsler arasında akdedilen bu anlaşmaların “çalışanların daha iyi iş fırsatlarına erişimini engellediği, çalışanların iş değiştirmesini kısıtladığı ve çalışanların daha iyi müzakere etmesine yol açacak rekabet açısından önemli bilgilerden çalışanları mahrum bıraktığı” sonucuna ulaşılmıştır. Yerel mahkeme teşebbüsler arasında akdedilen anlaşmaları *per se* ihlal olarak değerlendirmiştir.

⁶¹ DOJ-FTC Antitrust Guidance For Human Resource Professionals, 2016.

⁶² *United States v. Adobe Sys. Inc.*, No. 10-CV-01629 (D.D.C. 2010).

⁶³ *US v. Knorr-Bremse AG ve Westinghouse Air Brake*, Case 1:18-cv-00747 (2018), 2018 U.S. Dist. LEXIS 142125 (D.D.C. 11 Temmuz 2018), Complaint.

3.2. AB REKABET HUKUKUNDA ALIM KARTELLERİ

AB rekabet hukukunun yasal çerçevesi, alıcı davranışlarına kolayca uygulanabilmektedir (Yılmaz 2020, 30). Bir alıcı grubunun rekabeti kısıtlayıcı danışıklı davranışları ABİDA'nın 101. maddesinde düzenlenmektedir. İlerleyen başlıklar altında alım kartelleri ABİDA ve AB Kılavuzu çerçevesinde incelenecek olup, ardından konuyla ilişkili Komisyon kararlarına yer verilecektir.

3.2.1. ABİDA

AB rekabet hukukunun temelinde ABİDA'nın 101. ve 102. maddeleri yer almaktadır. ABİDA'nın 101. maddesinin birinci fıkrasında:

Üye devletler arasındaki ticareti etkileyebilecek nitelikte olan ve amacı veya etkisi iç pazardaki rekabetin engellenmesi, kısıtlanması veya bozulması olan ve özellikle aşağıdaki nitelikleri taşıyan tüm teşebbüsler arası anlaşmalar, teşebbüs birliklerinin kararları ve uyumlu eylemler iç pazarla bağdaşmaz ve yasaktır.

ifadelerine yer verilmiş ve ilgili fıkranın devamındaki alt bentlerde, hangi tür anlaşmaların yasak kapsamında ele alınacağı belirtilmiştir.

ABİDA'nın 101. maddesinin birinci fıkrası, pazarın alım yahut satım tarafı ayrımı yapmaksızın, alım veya satım fiyatlarını veya diğer ticaret koşullarını doğrudan veya dolaylı olarak belirleyen anlaşmaları, piyasaları veya arz kaynaklarını paylaştıran anlaşmaları yasaklamaktadır. Bununla birlikte ABİDA'nın 101. maddesinin üçüncü fıkrası ile de çeşitli şartları taşıyan anlaşmalara, kararlara ve uyumlu eylemlere 101. maddenin birinci fıkrasındaki yasaklamadan muaf tutulma imkânı getirilmektedir. Bu muafiyetten faydalanabilmek için malların üretiminde ve dağıtımında ekonomik ve teknik gelişmelerin olması, tüketicilerin yaratılan faydadan adil pay almaları, rekabetin zorunlu olandan fazla kısıtlanmaması ve ilgili pazarın önemli bir bölümünde rekabetin ortadan kalkmaması koşullarının birlikte sağlanması gerekmektedir.

3.2.2. AB Kılavuzu

Komisyon tarafından, yatay iş birliği anlaşmalarına ilişkin kılavuz,⁶⁴ 01.06.2023 tarihinde güncellenmiş ve 2023 yılının Temmuz ayı başından itibaren yürürlüğe giren AB Kılavuzu'nda daha önceki yatay iş birliği anlaşmalarına

⁶⁴ Guidelines on the Applicability of Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union to Horizontal Co-operation Agreements (2023/C 259/01).

ilişkin kılavuzda yer almayan birtakım düzenlemelerin yanı sıra alım kartellerine ilişkin düzenlemelere de yer verilmiştir.

Her ne kadar alım karteli terimi mahkeme kararlarında ve Komisyon kararlarında yer alsada AB rekabet düzenlemelerinde yer almamaktaydı. Yeni düzenlemeler kapsamında ise alım karteli terimine ve tanımına yer verilmekte ve ortak alım anlaşmaları ile alım kartelleri arasında ayırım yapılmaktadır. Güncellenen Kılavuz ayrıca, üst pazarda sağlayıcılara yönelik düşük fiyatların tüketicilere mutlaka fayda sağlamayabileceği durumlar hakkında da açıklık getirmektedir.

AB Kılavuzu ile getirilen bir dizi yenilik dikkate alındığında, bu tez çalışması bakımından en dikkat çekici husus alım kartellerinin Kılavuz'da yer almasıdır. Tezin 2. bölümünde, özellikle ortak alım anlaşmalarına ilişkin değerlendirmelerde, AB Kılavuzu'ndan faydalanılmıştır. Bu aşamada ise Komisyonun alım kartellerini ele alış şekli irdelenecektir.

AB Kılavuzu'nda⁶⁵ alım kartelleri aşağıdaki şekilde açıklanmıştır:

Ortak alım anlaşmaları, Madde 101(1)'e aykırı olarak iç pazarda amaç bakımından rekabeti kısıtlayan alım kartellerinden ayırt edilmelidir. Alım kartelleri iki veya daha fazla alıcı arasında;

a) alım fiyatlarının veya fiyatı belirleyen unsurların belirlenmesi veya koordinasyonu (örneğin, ücretleri sabitleme veya bir ürün için belirli bir fiyat ödememe anlaşmaları); alım kotaları belirlenmesi veya pazarların ve tedarikçilerin paylaşılması gibi uygulamalar yoluyla, alıcıların alım pazarındaki bireysel rekabetçi davranışlarını koordine etmek ya da alıcılar arasındaki rekabetin parametrelerini etkilemek veya

b) alıcıların tedarikçilerle pazarlık stratejilerinin koordinasyonu veya bu pazarlıkların durumu hakkında bilgi alışverişi yoluyla, alıcıların tedarikçilerle bireysel müzakerelerini veya tedarikçilerden yaptıkları bireysel alımlarını etkilemek

amacıyla tedarikçilerle ortak müzakerelere girmeksizin yapılan anlaşmalar veya uyumlu eylemlerdir.

⁶⁵ Para. 279.

Yine Kılavuz'da⁶⁶ alıcıların tedarikçilerle bireysel olarak anlaştıkları (yani tedarikçiyle ortak müzakerelere girmedikleri) durumlarda, alım kararlarını bağımsız olarak vermeleri gerektiği ve anlaşmalar veya uyumlu eylemler yoluyla pazardaki gelecekteki davranışlarına ilişkin kendi aralarındaki stratejik belirsizliği ortadan kaldırmamaları gerektiği belirtilmiştir. Bu çerçevede alıcıların, bireysel olarak tedarikçiyle pazarlık yapmadan ve tedarikçiden alım yapmadan önce, alım koşullarından birini veya daha fazlasını (fiyat, miktar, tedarik kaynağı, kalite veya diğer rekabet parametreleri) kendi aralarında belirlemelerinin yasak olduğu ifade edilmiştir.

Kılavuz'da⁶⁷ yer verilen,

Alım karteli, doğası gereği rekabete yeterli derecede zarar vermektedir; öyle ki, sahip olduğu etkileri değerlendirmeye ihtiyaç bulunmamaktadır. Dolayısıyla, alım kartelleri üye devletler arasındaki ticareti etkilemesi şartıyla, madde 101(1) anlamında amaç itibarıyla rekabetin kısıtlanmasına yol açmaktadır. Bu nedenle, alım kartellerinin değerlendirilmesi, ortak alım anlaşmalarının aksine, ilke olarak, ilgili pazar(lar)ın tanımlanmasını, alıcıların üst pazardaki pazar konumlarının veya alt pazarda rekabet edip etmediklerinin değerlendirilmesini gerektirmez.

açıklamaları çerçevesinde, alım kartellerinin doğası gereği rekabete zarar verdiği ve ABİDA'nın 101. maddesinin birinci fıkrası çerçevesinde amaç bakımından rekabeti kısıtladığı ve bu bakımdan etki analizine ihtiyaç duyulmayacağı ifade edilmiştir.

Esasında tüketici refahı bir hedef ve standart olarak AB rekabet hukukunda uzun yıllardır tartışılmakla birlikte, AB'nin rekabet politikasının temelini tüketici refahı oluşturmaktadır (Carstensen 2017, 181). Bununla birlikte alım kartellerinin tüketicilere doğrudan zarar verdiği dair kesin kanıt bulunmadığı durumlarda dahi alım kartellerinin amaç bakımından rekabeti ihlal ettiği kabul edilmektedir.

Komisyon Başkan Yardımcısı Margrethe Vestager 21.10.2021 tarihinde İtalyan Antitröst Derneği'nin yıllık konferansında yaptığı "*Kartel Yaptırımlarında Yeni Dönem*" başlıklı konuşmada,⁶⁸ son birkaç yılda Komisyon

⁶⁶ Para. 280.

⁶⁷ Para. 282.

⁶⁸ Bkz. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech_21_7877, Erişim Tarihi: 16.01.2024.

tarafından alım kartellerine yönelik yürütülen soruşturmaların tamamlandığı ve alım kartelinin tarafı olan teşebbüslere para cezası uygulandığı belirtilmiştir. Vestager konuşmasının devamında alım kartelleri hakkında önemli tespitler içeren aşağıdaki ifadeleri kullanmıştır:

Bu gibi alım kartelleri tüketiciler için fiyatları yükseltmeyebilir. Ancak bu durum söz konusu kartelleri bir çeşit mağdursuz suç haline getirmemektedir. Alım kartelleri ekonomimizin daha az etkin çalışmasına sebep olabilmektedir. Ayrıca alım kartelleri sonucunda zarar gören, tüketiciler değil tedarikçiler olsa da alım kartellerinin de doğrudan mağdurlarının bulunduğu söylenebilecektir.

Bazı alım kartelleri rekabetin yanı sıra bireyler üzerinde doğrudan etki doğurmaktadır. Özellikle teşebbüsler çalışanların maaşlarını/ücretlerini tespit etmek için anlaşlıklarında veya çalışan ayartmama anlaşmaları ile dolaylı olarak maaşları baskıladıklarında bu durum ortaya çıkmaktadır. Çalışan ayartmama anlaşması ile iş gücünün teşebbüsler arasında geçişi kısıtlanmakta ve çalışanların ekonomiye en iyi şekilde hizmet etmesine engel olunmaktadır. Ayrıca bu tür çalışan ayartmama anlaşmaları kartel oluşturmanın birçok yolundan sadece bir tanesidir.

Komisyon Başkan Yardımcısı tarafından sarf edilen ifadelerden alım kartelinin tüketiciler üzerinde doğrudan etki doğurmasının her zaman beklenmeyeceği ve fiyat, miktar gibi rekabet parametrelerine zarar vermesinin ihlal tespiti açısından yeterli olduğu anlaşılmaktadır. Zira Komisyon tarafından verilen birçok kararda nihai tüketici zararının doğduğu doğrudan ortaya konulmadan da, teşebbüsün alıcı gücünü rekabet karşıtı olarak kullanmasından sorumlu olduğu kabul edilmektedir.⁶⁹ Hâlihazırda Komisyon tarafından iş gücü pazarına yönelik olarak alınmış bir karar bulunmamakla birlikte, 21.11.2023 tarihinde ilk defa çalışan ayartmama anlaşmalarına yönelik incelemelerin yapıldığı duyurulmuştur.⁷⁰

⁶⁹ ABİDA'nın 102. maddesi kapsamında yürütülen *British Airways v Commission* davasında Genel Mahkeme tarafından, nihai tüketici zararının doğduğu doğrudan ortaya konulmadan da, teşebbüsün alıcı gücünü rekabet karşıtı olarak kullanmasından sorumlu olduğu kabul edilmiştir (Case T-219/99, *British Airways v Commission* (2003) para. 293.)

⁷⁰ Bkz. https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_5944, Erişim Tarihi: 12.12.2023.

AB’de alım kartellerine yönelik olarak Komisyon⁷¹ ve ulusal rekabet otoriteleri⁷² tarafından alınan birçok karar bulunmaktadır. Bu çalışma kapsamında Komisyon tarafından alınan bazı alım karteli kararları ele alınacaktır.

3.2.3. Komisyon Kararlarında Alım Kartelleri

*Raw Tobacco Spain*⁷³ davası Komisyon tarafından alım kartellerine ilişkin ilk davalar arasında yer almaktadır. Komisyon 1996 ile 2001 yılları arasında, İspanya’da yaprak tütün işleme pazarında faaliyet gösteren Cetarsa, Agroexpansión, WWTE ve Taes ile, İspanya’da ana tütün alıcısı olan İtalyan tütün işleyicisi Deltafina’ya, İspanya’daki tütün üreticilerine ödenen fiyatlar ve miktarlar üzerinde anlaşma yaptıkları gerekçesiyle toplam 20 milyon avro para cezası vermiştir. Komisyon aynı dönemde tütün üreticilerini temsil eden birlikler olan ASAJA, UPA, COAG ve CCAE’ye de toplu fiyat görüşmeleri yaptıkları için, düşük miktarlarda para cezaları uygulamıştır. İlgili kararda tarım sektörünün rekabet kurallarından muaf olmadığı ve teşebbüslerin davranışlarının Ortak Tarım Politikası (*Common Agriculture Policy – CAP*)⁷⁴ kapsamına girmediği ifade edilmiştir.

*Raw Tobacco İtaly*⁷⁵ davasında Komisyon İtalyan tütün işleyicisi teşebbüsler olan Deltafina, Dimon (Mindo), Transcatav ve Romana Tabacchi’ye 1995 ile 2002 yıllarını kapsayan süre boyunca üreticilere ve diğer araçılara ödenen fiyatlar ve miktarlar üzerinde anlaşma yaptıkları gerekçesiyle toplam 56 milyon avro para cezası vermiştir. Komisyon teşebbüslerin ayrıca 1995 ve 1998 yıllarında kamu

⁷¹ Whish ve Bailey (2022, 37) Komisyon tarafından alım kartellerine ilişkin alınan kararların sayısını yedi olarak tespit etmiştir. Whish ve Bailey’in çalışmasından sonra Komisyon tarafından *Styrene Monomer* kararı alınmış olup, çalışmamızın yapıldığı tarih itibarıyla Komisyon tarafından alım kartellerine ilişkin alınan karar sayısının sekiz olduğu anlaşılmaktadır.

⁷² AB ülkelerinin ulusal rekabet otoriteleri tarafından alınan alım kartellerine ilişkin karar sayısı on bir’dir (Whish ve Bailey (2022, 38).

⁷³ Case No. COMP/C.38.238/B.2 - *Raw tobacco* (ES), 20.10.2004.

⁷⁴ 1962 yılında Avrupa’da gıda güvenliğini sağlamanın bir yolu olarak kurulan CAP, AB’nin tarıma sübvansiyon uygulanması ve tarımın planlanması programıdır. AB’nin CAP’ı oluşturmasının amacı; çiftçilerin gelirini yükseltmek, AB dışında gelişebilecek olan fiyat artışlarına karşı çiftçilerini korumak ve kırsal kalkınmayı desteklemektir. Ayrıntılı bilgi için bkz. https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy_en, Erişim Tarihi: 04.03.2024.

⁷⁵ Case No. COMP/C.38.281/B. - *Raw tobacco* (IT), 20.10.2005.

idaresi tarafından tütün satışı için düzenlenen ihalelerde danışıklı hareket ettiklerini tespit etmiştir.

Son dönemlerde, Komisyon tarafından alım kartellerine ilişkin yeni kararların alındığı da anlaşılmaktadır. *Car Battery Recycling*⁷⁶ davasında Komisyon, kurşun-asitli akülerin (*lead-acid battery*) geri dönüşümü sektöründe faaliyet gösteren Campine, Eco-Bat Technologies, Recylex ve Johnson Controls olmak üzere dört teşebbüsün, ABİDA'nın 101. maddesini ihlal eden kartel davranışı içinde bulduklarını tespit etmiştir. Soruşturma, Johnson Controls'ün Komisyona pişmanlık başvurusunda bulunmasıyla 2012 yılında başlamıştır. Kartel tarafları geri dönüştürmek ve yeniden satışını yapmak amacıyla aldıkları hurda araba akülerinin alım fiyatlarını birlikte belirlemiş ve tedarikçilere sunulan bu fiyatların, tedarikçileri alternatif müşteriler aramaya yöneltecek kadar düşük olmasını sağlamışlardır.

Kartelin tarafları, Eylül 2009 ile Eylül 2012'yi kapsayan süreçte Almanya, Belçika, Fransa ve Hollanda'daki kullanılmış kurşun-asitli akü tedarikçileri karşısında, fiyatlandırma davranışlarını koordine etmişlerdir. Johnson Controls'e, alım kartelinin varlığını Komisyona ihbar eden ilk teşebbüs olması nedeniyle, Komisyon tarafından herhangi bir ceza uygulanmamıştır. Alım kartelinin geri kalan üç üyesine toplam 68 milyon avro ceza verilmiştir. Söz konusu davada para cezası verilen iki teşebbüs (*Recylex* ve *Campine*) kararı temyiz etmiş ve Genel Mahkeme her iki temyiz başvurusunda Komisyonun kararını onamıştır.⁷⁷ Genel Mahkeme kararında, alım fiyatlarını belirlemek suretiyle kartele katılanların kar marjını artırmaya yönelik eylemlerinin, rekabete yeterli derecede zarar verdiğini ve bu bakımdan kartelin rekabete etkilerinin incelenmesine gerek olmadığını ifade etmiştir.⁷⁸

*Ethylene*⁷⁹ davasında Komisyon Westlake, Clariant, Celanese ve Orbia olmak üzere dört teşebbüsü, hassas ticari bilgilerin değişiminden ve etilen alım fiyatının belirlenmesinden oluşan tek ve sürekli bir ihlale katılmaktan sorumlu bulmuştur. Etilen, polivinil klorür gibi plastik polimerlerin üretiminde kullanılan kimyasal bir

⁷⁶ Case No. COMP/AT.40018–*Car Battery Recycling* (08.02.2017).

⁷⁷ Case T-240/17, *Campine and Campine Recycling v Commission* (2019).

⁷⁸ Agk. para. 296-297.

⁷⁹ Case No. COMP/AT.40410-*Ethylene* (14.07.2020).

maddedir. Kartel, Aylık Sözleşme Fiyatı (*Monthly Contract Price-MCP*) uzlaşma sistemi olarak adlandırılan bir referans fiyat sistemi ile birlikte yürütülmüştür.⁸⁰ Kartelin tarafları, tedarikçiler ile bağımsız olarak pazarlık yapmak yerine, üzerinde anlaştıkları bir fiyatı tedarikçilere dayatmışlardır. İhlal Aralık 2011'den Mart 2017'ye kadar sürmüştür. Soruşturma, Westlake'in Komisyona yaptığı pişmanlık başvurusu kapsamında başlamış ve pişmanlık başvurusu yapan teşebbüs Westlake haricinde diğer üç teşebbüse toplam 260 milyon avro para cezası vermiştir. Söz konusu davada para cezası verilen teşebbüslerden Clariant kararı temyiz etmiş ve Genel Mahkeme temyiz başvurusunda Komisyonun kararını onamıştır.⁸¹

Komisyona, *Styrene Monomer*⁸² davasında Ineos, Sunpor, Synbra, Synthomer, Synthos ve Trinseo hakkında, anılan teşebbüslerin stiren monomer alım fiyatlarını belirleyen bir kartelin tarafı oldukları şüphesiyle soruşturma yürütmüştür. Stiren monomer plastik, reçine, kauçuk ve lateks gibi diğer birçok kimyasal madde için temel girdi görevi gören ve ara bir kimyasal üründür. Kartel, Stiren Aylık Sözleşme Fiyatı (*Styrene Monthly Contract Price-SMCP*) uzlaşma sistemi olarak adlandırılan bir referans fiyat sistemi ile birlikte yürütülmüştür.⁸³ Karara göre, stiren monomer alıcısı altı teşebbüs hassas ticari bilgi değişiminde bulunmuşlar ve ürün alımına ilişkin satıcıya sunulacak alım fiyatlarını birlikte koordine etmişlerdir. Komisyon soruşturmasında Mayıs 2012'den Haziran 2018'e uzanan tek ve sürekli bir ihlalin varlığını ortaya çıkarmıştır. Komisyonun soruşturması Eylül 2017'de Ineos tarafından pişmanlık programı kapsamında yapılan bir başvuru ile başlamış ve bunu Haziran 2018'deki yerinde incelemeler takip etmiştir. Ineos, pişmanlık programı kapsamında Komisyona başvurduğu için para cezası almamıştır. Synthos dışında kalan diğer teşebbüsler de pişmanlık programı kapsamında Komisyona başvuru yaptıkları gerekçesi ile cezadan indirim

⁸⁰ MCP, değişken bir fiyat yapısına sahip olan etilen üzerindeki fiyat oynaklığı riskini azaltmak için bireysel olarak etilen alıcıları ile etilen satıcıları arasında imzalanan ve gelecek aya ilişkin fiyatlar üzerinde mutabakat içeren anlaşmalardır.

⁸¹ Case T-590/20, *Clariant AG and Clariant International AG v Commission* (2023).

⁸² Case No. COMP/AT.40547–*Styrene Monomer* (29.11.2022).

⁸³ SMCP, stiren monomer alıcıları ile stiren monomer satıcıları arasında imzalanan ve gelecek aya ilişkin fiyatlar üzerinde mutabakat içeren anlaşmalardır.

almışlardır. Sunpor, Synbra, Synthomer, Synthos ve Trinseo'ya toplam 157 milyon avro para cezası verilmiştir.

Car Battery Recycling, Ethylene ve Styrene Monomer kararlarında Komisyon, ceza hesaplamasında alımların değerini dikkate almış ve alımların değerinin kurulan kartel nedeniyle düşürüldüğü gerekçesiyle, alım karteline yönelik caydırıcılığı sağlamak amacıyla takdir yetkisini kullanarak para cezalarında %10'luk bir artış uygulamıştır. Her üç kararda da Komisyon alım karteli yoluyla, piyasanın alım tarafındaki rekabetçi sürecin satıcılar aleyhine bozulduğunu vurgulamıştır. Komisyon, alt pazarlarda neden olunan olası zararlara veya faydalara ilişkin incelemesini genişletmemiş ve her iki kararda da ABİDA'nın 101. maddesinin üçüncü fıkrasının uygulanmasını reddetmiştir.⁸⁴

Komisyon alım piyasalarında yatay fiyat koordinasyonuna yol açan her üç karteli de amaç bakımından ihlal olarak değerlendirmiş ve davranışların etkilerinin dikkate alınmasına gerek olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Komisyon, her üç davada da ilgili pazarı tanımlamamış veya kartel taraflarının pazar payları hakkında ayrıntılı bilgiye yer vermemiştir.

ABD ve AB rekabet hukuku uygulamaları birlikte değerlendirildiğinde, bu uygulamalar kapsamında alım kartelleri ile satım kartelleri arasında herhangi bir ayırım yapılmadığı anlaşılmaktadır. Söz konusu anlaşmaların fiyat belirleme ve müşteri paylaşma gibi kartel sayılan davranışlardan birine ilişkin olması ve bu anlaşmaların rakipler arasında yapılması anlaşmaların ihlal olarak nitelendirilmesi için yeterli olarak görülmüştür. Alım kartellerinin tüketici zararına yol açmadığına yönelik argümanlar dikkate alındığında, hem ABD uygulamasında hem de AB uygulamasında bu tür anlaşmaların amaç bakımından rekabeti sınırlandırdıkları ve bu nedenle hukuka aykırı oldukları yönünde şüphe bulunmamaktadır. Ayrıca Komisyon tarafından ceza hesaplamasında alımların değeri dikkate alınmış ve alımların değerinin kurulan kartel nedeniyle düşürüldüğü gerekçesiyle cezalarda %10'luk bir artış yapıldığı anlaşılmaktadır.

⁸⁴ Agk. para. 84, Case No. COMP/AT.40410-*Ethylene* para. 76 ve Case No. COMP/AT.40018-*Car Battery Recycling* para. 243.

BÖLÜM 4

TÜRK REKABET HUKUKUNDA ALIM KARTELLERİ

Bu bölüm altında alım kartellerinin 4054 sayılı Kanun ve Yatay Kılavuz çerçevesinde değerlendirilmesi yapılacak, ayrıca Kurulun konuyla ilgili olarak almış olduğu kararlara yer verilecektir.

4.1. 4054 SAYILI KANUN ve YATAY KILAVUZ

Türk rekabet hukuku açısından kartel yasağının hukuki dayanağı, 4054 sayılı Kanun'un belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası her türlü anlaşmayı, teşebbüs birliği kararlarını ve uyumlu eylemleri yasaklayan 4. maddesidir.

4054 sayılı Kanun'un "*Rekabeti Sınırlayıcı Anlaşma, Uyumlu Eylem ve Kararlar*" başlıklı 4. maddesi aşağıdaki gibidir:

Belirli bir mal veya hizmet piyasasında doğrudan veya dolaylı olarak rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmalar, uyumlu eylemler ve teşebbüs birliklerinin bu tür karar ve eylemleri hukuka aykırı ve yasaktır.

Söz konusu madde dikkate alındığında, teşebbüslerin aralarında anlaşma yapmak suretiyle pazarın alım yahut satım tarafı fark etmeksizin rekabetin kısıtlanmasına yol açan bir anlaşmanın tarafı olmaları ilgili madde kapsamında değerlendirilebilecektir.

Öte yandan ülkemizde yürürlükte bulunan rakipler arası iş birliği anlaşmalarına ilişkin mevzuat⁸⁵ bir önceki Komisyon düzenlemeleri ile paralel hükümler içermektedir. Yukarıda ele alındığı üzere Komisyon tarafından yatay iş birliği anlaşmalarında yapılan değişiklikler neticesinde alım kartelleri AB rekabet hukuku mevzuatında yerini almıştır. Bu bakımdan, bahse konu güncellemeyle,

⁸⁵ Yatay Kılavuz.

Komisyon kararlarında yer alan alım kartelleri terimi mevzuata işlenmiş bulunmaktadır.

Ülkemiz rekabet hukuku mevzuatında önemli bir yeri olan Yatay Kılavuz'da hâlihazırda alım kartelleri her ne kadar terimsel olarak yer almasa da rakipler arasında yapılan fiyat veya miktar tespiti ve pazar paylaşımı amacını taşıyan anlaşmaların kartel olarak değerlendirileceği ve bu şekilde cezalandırılacağı belirtilmektedir. Nitekim Yatay Kılavuz'un 182. paragrafında,

Gerçekte ortak alımla ilgili olmayan ve gizli bir kartel kurmaya, yani normalde yasaklanmış bulunan fiyat tespiti, üretim miktarının sınırlandırılması veya pazar paylaşımı faaliyetlerine yönelik bir araç olarak kullanılan ortak alım anlaşmaları rekabeti kısıtlama amacı taşımaktadır.

ifadelerine ve 183. paragrafında ise "Alım fiyatlarının tespitini içeren anlaşmalar 4. madde uyarınca rekabeti kısıtlama amacı taşıyabilir..." ifadesine yer verilmiştir.

Dolayısıyla Kılavuz'da yer alan açıklamalardan, pazarın alım tarafında rakipler arasında ortaya çıkan ve alım pazarındaki rekabeti engelleme, bozma ya da kısıtlama amacını taşıyan veya bu etkiyi doğuran yahut doğurabilecek nitelikte olan teşebbüsler arası anlaşmaların 4054 sayılı Kanun'un ihlali olarak değerlendirilmesi gerektiği anlaşılmaktadır.

4.2. ALIM KARTELLERİNE YÖNELİK KURUL KARARLARI

Kurulun farklı sektörlerdeki alım kartellerine ilişkin almış olduğu bazı kararları bulunmaktadır.⁸⁶ Kurulun ilk dönem kararlarından itibaren pazarın alım tarafında gerçekleşen rekabet ihlalleri incelemelere konu olmuştur. Kurulun yıllara sâri benimsediği yaklaşımını ortaya koyan ilgili kararların bir kısmına aşağıda yer verilmektedir.⁸⁷

⁸⁶ Kurul tarafından alınan kararlar üzerine yaptığımız araştırmalar neticesinde, bu çalışmanın tamamlandığı tarih itibarıyla ürünün veya girdinin alım fiyatını tespit eden alım kartellerine yönelik olarak 34 kararın bulunduğu ve bu kararların 26'sının tarım sektörüne ilişkin olduğu tespit edilmiştir.

⁸⁷ Ürünün veya girdinin alım fiyatını tespit eden alım kartelleri hakkında yürütülen soruşturmalar neticesinde, Kurul tarafından ceza takdir edilen kararların tamamına ve bazı soruşturma ve önaraştırma kararlarına yer verilmiştir.

*Ahududu*⁸⁸ kararı ve *Bezelye*⁸⁹ kararı Kurulun alım kartellerine yönelik almış olduğu ilk kararlardır. *Ahududu* kararında bir grup teşebbüsün ahududu alım fiyatını birlikte belirlemek suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmedikleri incelenmiştir. Karara yönelik değerlendirme, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ikinci fıkrasının (a) bendinde yer alan "mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet kâr gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi" hükmü çerçevesinde yapılmıştır. Kararda teşebbüslerin ahududu alım fiyatını birlikte belirleyerek 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettiklerine dair herhangi bir bulguya rastlanmadığı ifade edilmiş ve ilgili teşebbüsler hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Bezelye kararında on beş teşebbüsün bezelye alım fiyatını birlikte belirlemek suretiyle 4054 sayılı Kanun'u ihlal edip etmedikleri incelenmiştir. *Ahududu* kararında olduğu gibi ihlal konusu iddia 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin ikinci fıkrasının (a) bendinde yer alan "mal veya hizmetlerin alım ya da satım fiyatının, fiyatı oluşturan maliyet kâr gibi unsurlar ile her türlü alım yahut satım şartlarının tespit edilmesi" hükmü çerçevesinde ele alınmıştır. Teşebbüsler hakkında ihlal konusu iddiayı destekler nitelikte belge elde edilememesi sebebiyle ilgili teşebbüsler hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı sonucuna varılmıştır.

*Meyve Suyu*⁹⁰ kararında Kurul, meyve suyu konsantresi sektöründe faaliyet gösteren on altı teşebbüsün elma, vişne, kayısı ve şeftali alım fiyatlarını birlikte tespit ederek 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettikleri iddiasını incelemiştir. Teşebbüsler hakkında yürütülen soruşturma neticesinde, on teşebbüsün ilgili ürünlerin alış fiyatlarına ilişkin yaptıkları anlaşmalarla 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiklerine, ancak teşebbüsler tarafından yapılan anlaşmaların Rekabet Kurumunun teşkilatını oluşturduğu 05.11.1997 tarihinden önce hüküm ve sonuçları sona erdiğinden, anılan tarihten önce ilgili teşebbüslerin söz konusu anlaşmalara ilişkin bildirimde bulunma imkânının olmaması nedeniyle ceza uygulanmasına gerek bulunmadığına karar verilmiştir. Diğer altı teşebbüs

⁸⁸ 03.08.2000 tarihli ve 00-29/311-178 sayılı karar.

⁸⁹ 03.08.2000 tarihli ve 00-29/313-180 sayılı karar.

⁹⁰ 04.12.2001 tarihli ve 01-58/599-155 sayılı karar.

bakımından ise, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiklerine dair yeterli bilgi ve belge bulunamaması nedeniyle haklarında ceza uygulanmasına gerek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.⁹¹

Kurul *Yaprak Tütün*⁹² kararında, Ege bölgesinde faaliyet gösteren tütün alıcısı 14 teşebbüsün bir araya gelerek tütün üreticileri ile yaptıkları sözleşmelerle alım şartlarını ve fiyatlarını birlikte tespit edip uygulamak suretiyle 4054 sayılı Kanun'u ihlal ettikleri iddiasını incelemiştir. Kararda teşebbüslerin alıcı gücü yaratmasına yönelik etki analizine yer verilmişse de iddia edilen nitelikteki anlaşmalarla Kanun'un 4. maddesinin amaç bakımından ihlal edilebileceği vurgulanmıştır. Dosya özelinde incelenen anlaşmaların rekabeti ihlal etme amacı taşımadığı bu nedenle teşebbüsler hakkında soruşturma açılmasına gerek olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Kurulun 2005 yılında aldığı *Televizyon Dizisi Yapımcıları*⁹³ kararında televizyon dizi yapımcılığı pazarında faaliyet gösteren teşebbüslerin aralarında oyuncu transferi yapmamak ve oyuncu transferi yapıldığı takdirde sabit ücretler uygulamak suretiyle çalışan ayartmama anlaşmaları yapıp yapmadıkları incelenmiştir. Değerlendirmede dizi yapımcıları tarafından oyuncu ücretlerinin anlaşma yoluyla belirlenmesinin, 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin (a) bendinde yer verilen düzenleme çerçevesinde alım fiyatlarını belirleme anlamına geleceği ve bu durumun açık bir biçimde rekabetin engellenmesi amacını taşıyacağı ifade edilmiştir. Kararda Kurul tarafından ilgili teşebbüslerin oyuncu transferini engellemek ve oyuncu ücretlerini sabitlemek amacıyla anlaşmaya vardıklarına ilişkin olarak yeterli bulguya ulaşılamadığından incelenen teşebbüsler hakkında soruşturma açılmasına gerek bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Öte yandan, önaraştırma açılmasına dayanak teşkil eden ve çeşitli televizyon programlarında yer alan teşebbüs temsilcilerinin ihlal konusu olabilecek beyanı dikkate alınarak, oyuncu transferinin engellenmesi ve oyuncu ücretinin sabitlenmesi ihtimalinin oluşabileceği değerlendirilmiş ve ilgili

⁹¹ İlgili Kurul kararı soruşturmayı yürüten Kurul üyesinin nihai karar toplantısına katılarak oy kullanması nedeniyle, Danıştay 13. Dairesi tarafından iptal edilmiş ve iptal üzerine Kurul tarafından alınan 07.06.2006 tarihli ve 06-41/519-139 sayılı kararın esasa ilişkin değerlendirmesinde, ilk karara benzer tespitlere yer verilmiştir.

⁹² 19.09.2002 tarihli ve 02-56/699-283 sayılı karar.

⁹³ 28.07.2005 tarihli ve 05-49/710-195 sayılı karar.

teşebbüslere Kurul tarafından bu tür davranışlardan kaçınılması gerektiğine dair görüş gönderilmesine karar verilmiştir.

Kurulun *Çiğ Süt*⁹⁴ kararında Konya’da ve Isparta’da süt piyasasında faaliyet gösteren bazı teşebbüslerin 4054 sayılı Kanun’u ihlal edip etmediklerinin tespiti amacıyla soruşturma yürütülmüştür. Dosya kapsamında süt ve süt ürünleri ticareti ve nakliyesi ile iştigal eden teşebbüslerin kendi aralarında akdettikleri bir protokol çerçevesinde ilçe merkezlerini, kasabaları ve köyleri kendi aralarında paylaştıkları, bu paylaşımına aykırı olarak başka bir köyün sütünü alan kişilere tazminat yaptırımı uygulandığı ve böylece toplanan çiğ sütün fiyatının ve ödeme koşullarının ilgili teşebbüslerce tespit edildiği iddiası incelenmiştir. Soruşturma sonucunda bazı teşebbüslerin anlaşarak üretimde kullandıkları çiğ sütün müstahsilden alım fiyatını pazar dışında belirlemek ve çiğ süt alımlarını belirli dönemlerde durdurmak suretiyle 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun’un 4. maddesini ihlal ettiklerine karar verilmiştir. Karar kapsamında yirmi dört teşebbüs hakkında 338 bin Türk lirası idari para cezası uygulanmıştır.

Kurul kiraz alım fiyatlarının birlikte belirlendiğine yönelik olarak 2004 ve 2011 yılları arasında beş ayrı inceleme yürütmüştür. Kiraz alıcılarına ilişkin yürütülen incelemeler neticesinde sadece 2007 yılındaki *Kiraz*⁹⁵ kararında, kiraz alımı yapan teşebbüslerin kiraz alım fiyatını ve diğer koşulları anlaşarak belirledikleri sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca kararda tarafların alım fiyatı konusunda yazılı anlaşmaya vardıkları ve anlaşmanın uygulanmasını sağlamak üzere koordinatör atadıkları ortaya konulmuştur. Kararda, kiraz alıcıları arasında akdedilen anlaşmanın bir alım karteli oluşturduğu ve bu tip bir anlaşmanın açık şekilde 4054 sayılı Kanun’un 4. maddesini ihlal ettiği belirtilmektedir. Kararda ayrıca alım fiyatının teşebbüslerce belirlenmesinin fiyat tespiti ve müşteri paylaşımı gibi anlaşma türleriyle aynı nitelikte kabul edilerek *per se* ihlal niteliği taşıdığı vurgulanmış ve

Literatürde “*per se*” olarak nitelendirilen bu tür bir ağır ihlale herhangi bir şekilde muafiyet sağlanması ya da ihlalin önemsizliğine ilişkin bir etkinlik savunmasının dinlenmesi mümkün değildir. Fakat, anlaşma muafiyet koşulları bakımından da incelenmiştir.

⁹⁴ 26.07.2006 tarihli ve 06-56/714-204 sayılı karar.

⁹⁵ 24.07.2007 tarihli ve 07-60/713-245 sayılı karar.

ifadelerinden sonra kısa bir bireysel muafiyet değerlendirmesine de yer verilmiştir.⁹⁶ Soruşturma tarafı teşebbüslerin muafiyetten faydalanamayacağı sonucuna ulaşılmış ve soruşturma tarafı on üç teşebbüse toplam 1 milyon 350 bin Türk lirası idari para cezası uygulanmıştır.

*Kuru İncir*⁹⁷ kararında Kurul, Ege bölgesinde yerleşik kuru incir ihracatçısı teşebbüslerin bir araya gelerek kuru incire ödenecek azami alım fiyatlarının belirlenmesine yönelik anlaşma yapmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiklerini ve söz konusu anlaşmaya 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi uyarınca muafiyet tanınamayacağını değerlendirmiştir. Kararda nihai tüketici zararına değinilmemekle birlikte,

Maliyetlerin şeffaf hale getirilmesine yönelik çabalar iç piyasada alım pazarı bakımından alım fiyatlarına doğrudan yansıtacağından alım pazarındaki rekabeti ve dolayısıyla üreticileri olumsuz etkilemesi kaçınılmazdır.

ifadeleriyle kartelin incir üreticileri bakımından olası etkilerine değinilmiştir. Soruşturma sonucunda dokuz teşebbüse 1 milyon 87 bin Türk lirası idari para cezası uygulanmış ve 4054 sayılı Kanun'un 27. maddesinin (g) bendi uyarınca ilgili kamu kuruluşlarına, tarım sektörüne yönelik düzenlemelerde rekabet kurallarının dikkate alınması hususunda görüş bildirilmesine karar verilmiştir.

*BfİT*⁹⁸ kararında Bfit Sağlık ve Spor Yatırım Tic. AŞ'nin imzaladığı franchise sözleşmelerinin, rekabet etmeme yükümlülüğü ve çalışan ayartmama hükümleri içerdiği iddiaları incelenmiştir. Kurul çalışan ayartmamaya ilişkin sözleşmelerde yer alan hükmün iş gücü piyasasında oluşturabileceği olası etki bakımından 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesi kapsamında olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İlgili kararda çalışan ayartmamaya yönelik anlaşmalar alım karteli olarak ifade edilmiş ve

Diğer alım kartellerinde olduğu gibi, işgücü piyasasında rekabeti kısıtlayan teşebbüslerin katlandıkları iş gücü maliyetini azaltarak kârlarını artırması mümkün olup bu kâr artışının da teoride belirli rekabetçi pazar koşulları altında, çıktı pazarında tüketicilere refah artışı olarak yansıma ihtimali bulunmaktadır. Ancak bu anlaşmalar işgücü piyasasında çalışanların refahında çok daha çarpıcı şekilde

⁹⁶ Agk., s. 46, 50-51.

⁹⁷ 16.03.2012 tarihli ve 12-12/383-112 sayılı karar.

⁹⁸ 07.02.2019 tarihli ve 19-06/64-27 sayılı karar.

azalmaya sebep olmakta ve işgücü pazarında, rakipler arası müşteri paylaşımının çıktığı pazarlarında yaratacağına benzer etkiler yaratmaktadır. Bu çerçevede bu anlaşmaların yatay pazar paylaşımı anlaşmalarına benzer anti-rekabetçi etkiler doğuracağı, işgücü piyasasında çalışanların iş değiştirme imkânlarını sınırlayarak dolaylı olarak maaşların sabitlenmesine yol açacağı öngörülmektedir.

ifadelerine yer verilmiştir. Öneraştırma kararında ayrıca ilk defa ABD ve AB kararları çerçevesinde iş gücü pazarındaki rekabet hukuku uygulamaları bakımından gerçekleşen gelişmelere ve bu alandaki önemli davalara da yer verilmiştir.

*Konteyner*⁹⁹ kararında Kurul tarafından İzmir kara yolu konteyner taşımacıları arasındaki çalışan ayartmamaya ve çalışan ücretlerini sabitlemeye yönelik anlaşmalar incelenmiştir. Kararda İzmir merkez ve çevre ilçelerde yer alan limanlara veya bu limanlardan kara yoluyla konteyner taşımacılığı yapan teşebbüslerin çalışan maaşlarını sabitlemeye yönelik anlaşmalar yaptıkları, bu anlaşmaların amaç bakımından rekabet ihlali teşkil ettiği ifade edilmiştir. İş gücü pazarına yönelik ücret sabitleme ve çalışan ayartmama anlaşmaları alım pazarındaki ihlaller kapsamında ele alınmış ve “Esasen, işgücü pazarlarına yönelik rekabet hukuku uygulamasının esas kısmını oluşturan çalışanların maaşlarını sabitlemeye/çalışan ayartmamaya yönelik yapılan anlaşmalar pazarın alım tarafında kurulan kartellerden farklı değildir.” ifadesine yer verilmiştir. Söz konusu kararda iş gücü pazarına yönelik anlaşmaların, alım kartellerinden farklı olmadığını belirtilmesi ve amaç itibarıyla rekabeti kısıtlayıcı kabul edilmesi önem arz etmektedir. Öneraştırma kararında ilgili teşebbüslere 4054 sayılı Kanun’un 9. maddesinin üçüncü fıkrası uyarınca görüş yazısı gönderilmesine karar verilmiştir.

2022 yılında alınan *Özel Hastaneler*¹⁰⁰ kararı, iş gücü pazarındaki rekabet ihlallerine yönelik para cezasına hükmedilen ilk karar olması nedeniyle ayrı bir öneme sahiptir. Kararda bazı özel sağlık kuruluşları ile teşebbüs birliklerinin serbest hekimlerden talep ettikleri ameliyathane hizmet ücretlerini birlikte tespit

⁹⁹ 02.01.2020 tarihli ve 20-01/3-2 sayılı karar.

¹⁰⁰ 24.02.2022 tarihli ve 22-10/152-62 sayılı karar.

ettikleri ve yapılan centilmenlik anlaşması¹⁰¹ ile hastaneler arasında personel transferini engelledikleri iddiaları incelenmiştir. Yapılan incelemeler neticesinde; teşebbüslerin, birbirlerinin çalışanlarını transfer etmemeye yönelik centilmenlik anlaşmaları yaptıkları ve teşebbüs temsilcileri arasında yapılan toplantılarda, çalışanların maaş skalalarının görüşüldüğü tespit edilmiştir. Kararda iş gücü pazarlarına yönelik rekabet hukuku uygulamasının temel kısmını oluşturan çalışanların maaşlarını sabitlemeye ve/veya çalışan ayartmamaya yönelik olarak yapılan anlaşmaların pazarın alım tarafında kurulan kartellerden farklı olmadığı vurgulanmış ve çalışan transferinin engellenmesine yönelik rakipler arasındaki centilmenlik anlaşmalarının alım karteli teşkil ettiği ifade edilmiştir. Karar kapsamında on sekiz özel sağlık kuruluşu ve bir teşebbüs birliğine toplam 57 milyon 958 bin Türk lirası idari para cezası verilmiştir.

Kurulun 26.07.2023 tarihli ve 23-34/649-218 sayılı *İş Gücü*¹⁰² kararı kapsamında, iş gücü piyasasında birbirlerinden çalışan almamaya yönelik centilmenlik anlaşmaları yapmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediklerinin tespiti amacıyla kırk sekiz teşebbüs hakkında soruşturma yürütülmüştür. Soruşturma sürecinde soruşturma tarafı teşebbüslerin, birbirlerinin çalışanlarının istihdam edilmesini engellemeyi ve çalışan hareketliliğini kısıtlamayı konu alan çalışan ayartmama anlaşması yapıp yapmadıkları incelenmiştir. Soruşturma tarafı on bir teşebbüs uzlaşma başvurusunda bulunmuş ve soruşturma ilgili teşebbüsler açısından uzlaşma usulüyle sonlandırılmıştır. Yapılan incelemeler ve tespitler neticesinde, on altı teşebbüsün rekabete aykırı çalışan ayartmama anlaşmalarına taraf olmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiklerine ve bu nedenle söz konusu teşebbüslere toplam 151 milyon 147 bin Türk lirası idari para cezası verilmesine karar verilmiştir. Yirmi bir teşebbüs hakkında ise, dosya konusu iddialara yönelik bulguya ulaşılamadığı için ihlal tespitinde bulunulmamıştır.¹⁰³

¹⁰¹ Çalışan ayartmama anlaşmaları yanı zamanda centilmenlik anlaşmaları olarak da ifade edilmektedir.

¹⁰² Soruşturmaya ilişkin gerekçeli karar tezin teslim edildiği tarih itibarıyla Rekabet Kurumu resmi internet sitesinde yayımlanmamıştır.

¹⁰³ Karara ilişkin duyuru için bkz: <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Guncel/isgucu-piyasasina-yonelik-centilmenlik-a-cabd47edff30ee118ec500505685da39>, Erişim Tarihi: 13.02.2024.

Kurulun 27.02.2024 tarihli ve 24-10/170-66 sayılı *İş Gücü 2*¹⁰⁴ kararı ile, yirmi teşebbüsün iş gücü piyasasına yönelik centilmenlik anlaşmaları yapmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal edip etmediklerinin tespitine yönelik olarak yürütülen soruşturmada nihai karar verilmiştir. Sekiz teşebbüsün rekabete aykırı anlaşmalara taraf olmak suretiyle 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini ihlal ettiklerine ve söz konusu eylemlerin 4054 sayılı Kanun'un 5. maddesi kapsamında bireysel muafiyetten yararlanamayacağına karar verilmiştir. Haklarında ihlal tespiti yapılan teşebbüslere toplam 91 milyon 700 bin Türk lirası idari para cezası verilmiştir.¹⁰⁵

Görüldüğü üzere yukarıda yer verilen kararlar, malların ve hizmetlerin üretiminde kullanılan girdilere ilişkin rekabete aykırı anlaşmaları konu almaktadır. İlgili anlaşmaların kartel teşkil ettiği ve amaç yönünden ihlal oluşturduğu tespit edilmiştir. Teşebbüslerin başka bir önemli girdisi ise istihdam edilen çalışanlar, bir diğer deyişle emek/iş gücüdür. Rekabet hukuku uygulamasında, alıma konu olan girdinin türüne göre yaklaşımın değiştiği ya da iş gücünün bir girdi olarak kabul edilip edilmeyeceğine yönelik kapsam tartışması yapıldığı söylenemeyecektir. Dolayısıyla emek/iş gücü girdisi de hareketliliğinin sınırlandırılması suretiyle, çalışanların ve tüketicilerin zararına olacak nitelikteki anlaşmaların konusu olabilecektir. Sonuç olarak 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesinin uygulanması bakımından alım kartellerinin de satım kartelleri ile aynı yaptırımlara tabi olduğu alınan Kurul kararlarından anlaşılmakta ve her iki tür anlaşma da 4054 sayılı Kanun'un 4. maddesini amaç bakımından ihlal etmektedir.

Bununla birlikte, yukarıda ele alınan mevzuat ve kararlar ışığında, alım kartellerinin Kurul için yeni bir ihlal türü olmadığı ve Kurulun alım kartellerine yönelik yaklaşımında süreç içerisinde yeknesaklık sağlanmış olduğu söylenebilecektir. Fakat, AB Kılavuzu'nda olduğu gibi, Yatay Kılavuz için de alım kartellerine yönelik olası rekabet ihlallerini ve bu ihlallerin hangi değerlendirme standartlarına tabi olacağını ortaya koyan değişikliklerin yapılmasında fayda görülmektedir. Yatay Kılavuz kapsamında yapılacak bu tip

¹⁰⁴ Soruşturmaya ilişkin gerekçeli karar tezin teslim edildiği tarih itibarıyla Rekabet Kurumu resmi internet sitesinde yayımlanmamıştır.

¹⁰⁵ Karara ilişkin duyuru için bkz: <https://www.rekabet.gov.tr/tr/Guncel/isgucu-piyasasına-yonelik-centilmenlik-a-dbd19235dfd7ee1193c80050568585c9>, Erişim Tarihi: 05.03.2024.

bir değişiklik, ortak alım anlaşmaları da dâhil olmak üzere pazarın alım tarafında ortaya çıkacak iş birliklerine yönelik yaklaşımı açıklığa kavuşturulabilecektir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Rekabet hukuku mal ve hizmet piyasalarını etkilemeye ve rekabeti kısıtlamaya yönelik teşebbüsler arası anlaşmaları ve/veya kararları yasaklamaktadır. Rekabet hukukunun uygulanması bakımından ise pazarın alım yahut satım tarafında faaliyet gösteren teşebbüsler açısından farklı yaklaşımlar benimsenmemektedir. Ancak mevcut küresel rekabet politikası, alıcılar arasındaki ve alıcılar ile tedarikçiler arasındaki anlaşmalardan kaynaklanan rekabet sorunlarını yeterince ele almamaktadır. Oysa pazarın alım tarafında faaliyet gösteren teşebbüslerin (alıcılar) de rekabeti kısıtlayan bir anlaşma içerisinde bulunma ihtimalleri, pazarın satım tarafında faaliyet gösteren teşebbüsler (satıcılar) kadar yüksektir.

Alıcı gücünün, tedarikçilerin pazar gücünü dengeleyebileceği ve tüketicilere daha düşük fiyatlar sunulmasına yol açabileceği kabul edilmekle birlikte, alıcı gücünün rekabet politikasının hedeflediğinin aksine sonuçlara yol açabilmesi de mümkündür. Alıcı gücü, teşebbüslerce koordineli veya tek taraflı bir şekilde kullanılabilir. Alıcı gücünün koordineli bir şekilde kullanılması rekabet hukuku açısından iki farklı duruma yol açabilmektedir. Bu durumlar alım karteli ve ortak alım anlaşması olarak karşımıza çıkmaktadır.

Alıcıların kartel kurmak veya ortak alım anlaşması yapmak suretiyle rekabeti sınırlandırması mümkündür. Genellikle karteller bu tür yatay anlaşmaların hukuka aykırı yüzünü, ortak alım anlaşmaları ise hukuka uygun yüzünü oluşturmaktadır. Fakat bu iki tür anlaşma arasında uygulamada kesin bir ayırım yapmak her zaman mümkün olmamaktadır. Bu bakımdan alım kartelleri ve ortak alım anlaşmaları arasındaki ayırımın kesin bir şekilde ortaya konulamaması, güçlü ve uygulanabilir bir rekabet sürecinin sürdürülmesinde ciddi zorluklar ortaya çıkarmaktadır. Alım kartellerinin yoğunlaşmış bir satıcı piyasasına karşı pazar gücü sağladığına dair bazı makul argümanlara rağmen, işleyebilir bir rekabet sürecinin gerekleri bu argümanların bir savunma olarak kabul edilmesini engellemektedir. Bununla birlikte alıcılar tarafından kurulan ve rekabetçi sürece katkı sağlayan bir ortak alım anlaşmasının alım karteline dönüşme ihtimaline karşı, rekabet otoriteri ortak alım anlaşmalarına temkinli yaklaşmalıdır.

ABD, AB ve Türkiye rekabet hukuku kapsamında kartel olarak nitelendirilen ihlal türü açısından alıcı ya da tedarikçi ayrımı yapılmamış, ilgili anlaşmaların kartel sayılan davranışlardan birine ilişkin olması bu anlaşmaların yasaklanması için yeterli görülmüştür. Rekabet hukukunun amacının ne olduğuna veya ne olması gerektiğine yönelik tartışmaların devam ettiği bilinmektedir. Bu tartışmalar ekseninde rekabet hukukunun amacı, ister sınırlı kaynakların tahsisini sağlayan rekabetçi sürecin korunması olsun ister tüketici refahının veya sosyal refahın korunması olsun, alım kartellerinin rekabetçi sürece zarar verdiği ve tüketici refahını (dolayısıyla toplumsal refahı) azalttığı konusunda şüphe bulunmamaktadır.

Türk rekabet hukuku açısından uygulamalarda kolaylık sağlamak ve alım pazarında ortaya çıkan iş birliklerinin değerlendirilmesi bakımından söz konusu olan belirsizlikleri ortadan kaldırmak amacıyla birtakım öneriler sunulabilecektir. Bu önerilerden kapsamında ilk olarak, AB Kılavuzu rehber alınarak Yatay Kılavuz'da değişiklik yapılmasının uygun olacağı düşünülmektedir. Bu sayede alım kartelleri ve ortak alım anlaşmaları arasında ortaya çıkan belirsizliğin en azından teorik açıdan ortadan kalkacağı değerlendirilmektedir. Nitekim AB Kılavuzu çerçevesinde alım kartelleri, bir amaç ihlali olarak ele alınmakta ve ortak alım anlaşmaları ile arasındaki farklara yer verilmektedir.

İkinci olarak, Türkiye'de tarım sektörünün rekabet hukuku uygulamalarından muaf olmadığı gerçeği bir tarafa, Kurul tarafından alım kartellerine ilişkin alınan kararların çoğunluğunu tarım sektörüne yönelik kararlar oluşturmaktadır. Tarım sektöründe tarım ürünlerinin alımına yönelik kurulan bir yatay anlaşma neticesinde, tarım sektöründe çalışan üreticiler doğrudan zarar görebilmektedir. Bu yatay anlaşmanın, alım kartelinden ziyade ortak alım anlaşması olması durumunda dahi tarımsal üreticilerin zarar görmesi yüksek bir olasılıktır. Konu tarım sektörü ve üreticiler olduğunda her kurumun ve kuruluşun üzerine düşen görevi yerine getirmesi büyük önem arz etmektedir. Bu bakımdan tarım sektörüne yönelik adil ve etkin rekabeti teşvik etmek için Rekabet Kurumu ile başta Tarım ve Orman Bakanlığı olmak üzere ilgili tüm kurum ve kuruluşların ortaklığında tarım sektöründe faaliyet gösteren üreticilere yönelik bilinçlendirme çalışmalarının yapılmasının yerinde olacağı düşünülmektedir. Bu çalışmalar sayesinde, başta tarımsal üreticiler olmak üzere tüm tarafların alım kartellerinin

ve ortak alım anlaşmalarının yasal durumları ve rekabetçi etkileri hakkında bilgi edinmeleri sağlanmış olacaktır.

Üçüncü ve son olarak, Kurul tarafından alım kartellerine yönelik olarak alınan kararların görece azlığı göz önünde bulundurulduğunda, pazarın alım tarafının pazarın satım tarafına nazaran daha az inceleme konusu olduğuna yönelik tartışmalar, ülkemiz bakımından da geçerliliğini korumaktadır. Bu noktada Kurulun, pazarın alım tarafından gelebilecek rekabet ihlallerine yönelik ihbarlara ve şikâyetlere daha temkinli yaklaşmasının yanı sıra pazarın alım tarafına yönelik incelemelerini yoğunlaştırmasının ve alım kartellerine uygulanacak cezaların caydırıcı düzeyde belirlenmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir. Pazarın, alım tarafı ve satım tarafı ayırt etmeksizin bir bütün olarak ele alınması güçlü ve sağlıklı bir rekabet sürecinin oluşmasına katkı sağlayacaktır.

ABSTRACT

Despite the increased focus on developments on the buyers side of the market in recent years, particularly in relation to labor markets, issues related to sellers side seem to overshadow buying side issues in the competition law enforcement. This may reflect the prevalence of anti-competitive behaviors among sellers, or it may be explained by the view that, in terms of consumer welfare standards, purchasing power is less likely to harm consumers. It is also known that purchasing power can offset the market power of sellers and lead to lower prices for consumers.

Purchasing power can be exercised jointly or unilaterally. The joint exercise of purchasing power can result in purchasing cartels and are often treated similarly to cartels between sellers. However, despite the similarities with purchasing cartels, joint purchasing agreements are treated quite differently by the authorities, as long as they cover a relatively small proportion of total purchases. Due to their real cost efficiency, joint purchasing agreements have the potential to increase overall welfare. However, competition authorities are increasingly cautious about the potential threats to competition posed by joint purchasing agreements in some cases.

The purpose of this thesis is to discuss how to evaluate purchasing cartels by analyzing the literature, the relevant legislation and the decisions of competition authorities. For this purpose, firstly, some concepts such as buyer, buyer power, monopsony and monopsony power regarding the buying side of the market are explained and then, all aspects of purchasing cartels are discussed. Second, we analyze the competitive effects of joint purchasing agreements and discuss when and how joint purchasing agreements should be distinguished from purchasing cartels. Thirdly, the place and treatment of purchasing cartels in the US and EU legislation are analyzed. Finally, the Turkish Competition Authority's approach to purchasing cartels is analyzed in light of the relevant legislation and decisions, and some suggestions are put forward with respect to the buying side of the market.

KAYNAKÇA

- ABEELLEN, R.A.V. (2016), “*An Overview of the Ambiguous Role of Buyer Power through the Perspective of EU Competition Law*”, Master Thesis of Tilburg University, <http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=142259>, Erişim Tarihi: 15.08.2023.
- ALLAIN, M., R. AVIGNON ve C. CHAMBOLLE (2020), “Purchasing alliances and product variety”, *International Journal of Industrial Organization*, Vol. 73, <https://doi.org/10.1016/j.ijindorg.2020.102641>, Erişim Tarihi: 18.01.2024.
- ALMA, D. (2021), “Avrupa Birliği ve Türkiye Rekabet Hukukunda Alıcı Gücü ve Alıcı Gücüne Yönelik Rekabet Politikası Tasarımı”, Doktora Tezi, İstanbul.
- ANCHUSTEGUI, I.H. (2018), “Buyer Power in Merger Control: An Overview of EU and National Case Law”, <https://www.concurrences.com/en/bulletin/special-issues/Buying-Power/e-competitions>, Erişim Tarihi: 20.02.2024.
- ANCHUSTEGUI, I.H. (2017), “*Buyer Power in EU Competition Law*”, Concurrences, Paris, Fransa.
- AYRES, I. (1987), “How Cartels Punish: A Structural Theory of Self-Enforcing Collusion”, *Columbia Law Review*, Vol:87 No:2, s. 295-325, <https://ianayres.yale.edu/sites/default/files/files/Ayres%20-%20Cartels.pdf>, Erişim Tarihi: 09.01.2024.
- BAKER J. B., J. FARRELL ve C. SHAPIRO (2008), “Merger to Monopoly to Serve a Single Buyer: Comment”, *Antitrust Law Journal* Vol:75 No:2 <https://faculty.haas.berkeley.edu/shapiro/mergertomonopoly.pdf>, Erişim Tarihi: 27.08.2023.
- BLAIR, R. D. ve J. L. HARRISON (2010), “*Monopsony in Law and Economics*”, Cambridge University Press, ABD.
- BLAIR, R. D. ve J. L. HARRISON (1991), “Antitrust Policy and Monopsony”, *Cornell Law Review*, Vol:76, No:2, <https://core.ac.uk/download/pdf/73975438.pdf>, Erişim Tarihi: 05.02.2024.
- BLAIR R.D. ve W. WANG (2021), “The NCAA: A Cartel in Sheepskin Clothing”, *CPI Antitrust Chronicle*, Vol: 3 No:2, s. 30-37, <https://www.competitionpolicyinternational.com/wp-content/uploads/2021/06/AC-June-II.pdf>, Erişim Tarihi: 26.01.2024.
- BLAIR R. D. ve W. WANG (2017), “Buyer cartels and Private Enforcement of Antitrust Policy”, *Managerial and Decision Economics*, Vol: 38, No: 8, <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/mde.2857>, Erişim Tarihi: 11.02.2024.
- BÜLBÜL, M. O. (2018), “*Rekabet Kurumu Tarafından Verilen İdari Para Cezalarının Borsa İstanbul’a Kote Şirketlerin Hisse Senedi Getirilerine Etkisi*”, Doktora Tezi, Ankara.
- BÜYÜKKUŞOĞLU, B. (2004), “*Rekabet İktisadı Çerçevesinde Monopson (Tek Alıcı)*”, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara.
- CAPOBIANCO, A. (2022), “Purchasing Power and Buyers’ Cartels – Note by the European Union”, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD\(2022\)16/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/WD(2022)16/en/pdf), Erişim Tarihi: 19.09.2023.
- CARSTENSEN, P.C. (2021), “Buyer Cartels: Defining Appropriate Competition Policy”, *CPI Antitrust Chronicle*, Vol: 3 No:2, s. 8-15.

- CARSTENSEN, P.C. (2017), “*Competition Policy and the Control of Buyer Power*”, Edward Edgar Publishing, Cheltenham, UK.
- CARSTENSEN, P.C. (2012), “Buyer Power and the Horizontal Merger Guidelines: Minor Progress on an Important Issue”, *University of Pennsylvania Journal of Business Law*, Vol: 14, No: 3/4, s. 775-821.
- CARSTENSEN, P.C. (2010), “Buyer Cartels Versus Buying Groups: Legal Distinctions, Competitive Realities, and Antitrust Policy”, *William and Mary Law Review*, Vol: 1 No: 2, <https://scholarship.law.wm.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1001&context=wmbler>, Erişim Tarihi: 13.06.2023
- CHAE, S. ve P. HEIDHUES (2004), “Buyers’ Alliances for Bargaining Power”, *Journal of Economics & Management Strategy*, Vol: 13 No: 4, s. 731-754, <https://ideas.repec.org/a/bla/jemstr/v13y2004i4p731-754.html> Erişim Tarihi: 04.11.2023
- CHEN, Z. (2008), “Defining Buyer Power”, *The Antitrust Bulletin*, Vol:53, No: 2, s. 241-249.
- COLEN, L., Z. BOUAMRA-MECHEMACHE, V. DASKALOVA ve K. NES (2020), “Retail alliances in the agricultural and food supply chain”, *EUR 30206 EN*, European Commission, <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC120271>, Erişim Tarihi: 18.06.2023
- CONNOR, J. M. (2021), “Buyers’ Cartels: Prevalence and Undercharges”, *CPI Antitrust Chronicle*, Vol: 3 No:2, s. 16-23.
- CONNOR, J. M. ve R. H. LANDE (2014), “Cartels as Rational Business Strategy: Crime Pays”, *Cardozo Law Review*, <https://ssrn.com/abstract=1917657> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1917657>, Erişim Tarihi: 09.02.2024.
- DAVIDOW, J. (1974), “Antitrust, Foreign Policy, and International Buying Cooperation”, *The Yale Law Journal*, Vol: 84, No: 2, s. 268 – 293, https://openyls.law.yale.edu/bitstream/handle/20.500.13051/15636/20_84YaleLJ268_December1974_.pdf?sequence=2&isAllowed=y, Erişim Tarihi: 25.09.2023
- DEVLIN, A. (2007), “Questioning the Per Se Standard in Cases of Concerted Monopsony”, *Hastings Business Law Journal*, Vol:3 No:2, s. 223-250. https://repository.uclawsf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1106&context=hastings_business_law_journal, Erişim Tarihi: 15.01.2024
- DİNLER, Z. (2010), “*Mikro Ekonomi*”, Ekin Basım Yayın Dağıtım 21. Basım, Bursa.
- DOBSON, P. W., M. WATERSON ve A. CHU (1998), “*The Welfare Consequences of the Exercise of Buyer Power*”, Research Paper 16, Office of Fair Trading, London.
- DOORN, F. V. (2015), “*The Law and Economics of Buyer Power in EU Competition Policy*”, Eleven International Publishing, ABD.
- ERDOĞAN, T. (2003), “*Rekabet Hukuku Açısından Perakende Sektöründe Alım Gücü*”, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara.
- European Competition Network (2012), “ECN Activities in the Food Sector”, https://ec.europa.eu/competition/ecn/food_report_en.pdf, Erişim Tarihi: 25.11.2023
- EZRACHI, A. (2012), “Buying Alliances and Input Price Fixing: In Search of a European Enforcement Standard”, *Journal of Competition Law and Economics*, Vol:8 No:1, s. 47-71.
- FAULL, J. ve A. NIKPAY (2014), “*The EU Law of Competition*”, Chapter 7, Third Edition, Oxford University Press, Oxford.

- FEINSTEIN, D. ve A. TENG (2019), “Buyer Power: Is Monopsony the New Monopoly?”, *Antitrust*, Vol: 33, No: 2, <https://www.arnoldporter.com/-/media/files/perspectives/publications/2019/04/buyer-power-is-monopsony-the-new-monopoly.pdf?rev=90e324f614534de7af060bb72ed2f6ef>, Erişim Tarihi: 20.02.2024
- FERRER, C. E. (2013), “Oligopsony-Oligopoly the Perfect Imperfect Competition”, *Procedia Economics and Finance*, Vol: 5, s. 269-278, [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(13\)00033-6](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(13)00033-6), Erişim Tarihi: 13.06.2023
- GALBRAITH J. K. (1952) “*American Capitalism: The Concept of Countervailing Power*”, Boston: Hough-ton Mifflin Co., s. 109.
- GAM, L. (2021), “European Competition Law Scrutiny of Purchasing Alliances”, *CPI Antitrust Chronicle*, Vol: 3 No: 2, s. 45-52.
- GHOSAL, S. (2021), “Buyer Cartels: A Theoretical and Policy Framework”, *CPI Antitrust Chronicle*, Vol: 3 No:2, s. 58-62.
- HAO, J. (2011), “*Buyers’ Cartels An Empirical Study of Prevalence and Economic Characteristics*”, Department of Agricultural Economics, Purdue University.
- INDERST, R. ve N. MAZZAROTTO (2006), “Buyer Power in Distribution”, Issues in Competition Law and Policy içinde, ABA Antitrust Section Handbook, s. 1611-1637.
- INDERST, R. ve G. SHAFFER (2007), “Retail Mergers, Buyer Power and Product Variety”, *The Economic Journal*, Vol: 117, No: 516, s. 45–67.
- İNCE, E. (2012), “*Alıcı Gücü: Perakende Sektörü Özelinde Kaynakları, Sonuçları, Ele Alınışı ve Politika Yansımaları*”, Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara.
- JACOBSON, J. M. (2013), “Monopsony: What’s the Latest on (Too) Low Prices?” *61st Annual Antitrust Law Spring Meeting*, <https://www.wsgr.com/a/web/191/jacobson-0413.pdf>, Erişim Tarihi: 13.06.2023.
- JACOBSON, M. J. ve G. J. DORMAN (1991), “Joint Purchasing, Monopsony And Antitrust”, *The Antitrust Bulletin*, Federal Legal Publications, Vol: 36, s. 1-79.
- KATZ, L. K. ve H. S. ROSEN (1998), “*Microeconomics*”, Third Edition, Irwin McGraw-Hill, USA.
- KIRKWOOD, J.B. (2012), “Powerful Buyers and Merger Enforcement”, *Boston University Law Review*, Vol: 92, s. 1485-1559, <https://www.bu.edu/law/journals-archive/bulr/volume92n4/documents/KIRKWOOD.pdf>, Erişim Tarihi: 26.07.2023.
- KOTSIRIS L. E. (1988), “An Antitrust Case in Ancient Greek Law”, *International Lawyer*, Vol:22, No:2, s. 451-457, <https://scholar.smu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2562&context=til>, Erişim Tarihi: 25.05.2023.
- KRUGMAN, P. R. (1979), “Increasing Returns, Monopolistic Competition and International Trade”, *Journal of International Economics*, Vol: 9 No: 4, s. 469-479.
- LIANOS, I. (2009), “The Vertical/Horizontal Dichotomy in Competition Law: Some Reflections with regard to Dual Distribution and Private Labels”, Private Labels, Brands and Competition Policy, The Changing Landscape of Retail Competition içinde, Oxford, s. 161-186, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1399687, Erişim Tarihi: 01.01.2024.
- McGEE, J. S. (1960), “Ocean Freight Rate Conferences and the American Merchant Marine”, *The University of Chicago Law Review*, Vol: 27 No: 2, s. 191-314.

- MUELLER, W. E., P.G. HELMBERGER ve T.W. PATERSON (1987), “*The Sunkist Case: A Study in Legal-Economic Analysis*”, Lexington Books, California University Press, ABD.
- NOLL, R. G. (2005), “Buyer Power and Economic Policy”, *Antitrust Law Journal*, Vol: 72, No: 2, s. 589–624.
- NORMANN H-T., J. RÖSCH ve L.M. SCHULTZ (2014), “Do Buyer Groups Facilitate Collusion?”, *DICE Discussion Paper*, No: 74, <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/103736/1/803520387.pdf>, Erişim Tarihi: 03.11.2023.
- OECD (2022), “Purchasing Power and Buyers' Cartels”, OECD Competition Policy Roundtable, www.oecd.org/daf/competition/purchasing-power-and-buyers-cartels-2022.pdf, Erişim Tarihi: 17.05.2023.
- OECD (2008), “Monopsony and Buyer Power”, OECD Competition Policy Roundtable, <https://www.oecd.org/daf/competition/44445750.pdf>, Erişim Tarihi: 27.05.2023.
- PEPAL, L., D.J. RICHARDS ve G. NORMAN (1999), “*Industrial Organization: Contemporary Theory and Practice*”, South-Western College: International Thomson Publishing.
- PHELAN, L., J. FOLIO ve H. ELSON (2021), “Where Have We Been, and Where Are We Going? The Criminal Prosecution of Buyer Cartels”, *CPI Antitrust Chronicle*, Vol: 3 No:2, s. 24-29.
- PIRAINO, T. A. (2005), “A Proposed Antitrust Approach to Buyers' Competitive Conduct”, *Hastings Law Journal*, Vol: 56, No: 6, s. 1121-1183, https://repository.uclawsf.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3595&context=hastings_law_journal, Erişim Tarihi: 02.02.2024.
- PIRAINO, T. A. (1994), “Reconciling Competition and Cooperation: A New Antitrust Standard for Joint Ventures”, *William and Mary Law Review*, Vol: 35, No: 3, s. 871-941.
- PIRAINO, T. A. (1991), “Rule of Reason of Merger Analysis: A New Antitrust Standard for Joint Ventures”, *Minnesota Law Review*, Vol: 76 No: 1, s. 1–71, <https://core.ac.uk/download/pdf/217208421.pdf>, Erişim Tarihi: 17.02.2024.
- RBB Economics (2014), “Cost pass-through: theory, measurement, and potential policy implications”, A report for the Office of Fair Trading, https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/320912/Cost_Pass-Through_Report.pdf, Erişim Tarihi: 15.06.2023.
- Rekabet Kurumu (2023), Türkiye Hızlı Tüketim Malları Perakendeciliği Sektör İncelemesi Nihai Raporu, Ankara.
- Rekabet Kurumu (2019), Rekabet Terimleri Sözlüğü, Ankara.
- RITTER, L. ve W. D. BRAUN (2004), “*European Competition Law: A Practitioner's Guide*”, Third Edition, Kluwer Law International.
- ROSENFELT, N. (2008), “The Verdict on Monopsony”, *Loyola Consumer Law Review*, Vol: 20 No:4, s. 402-412. <https://lawecommons.luc.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=&httpsredir=1&article=1118&context=lclr>, Erişim Tarihi: 04.08.2023
- WERDEN, G. J. (2007), “Monopsony and the Sherman Act: Consumer Welfare in a New Light”, *Antitrust Law Journal*, Vol: 74, No: 3, s. 707-737.
- WHISH, R. ve D. BAILEY (2022), “Horizontal Guidelines on Purchasing Agreements: Delineation between by Object and by Effect Restrictions”, Publications Office of the

European Union, Lüksemburg, https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2022-03/kd0722013enn_purchasing_agreements.pdf, Erişim Tarihi: 17.02.2024

WILS, W. P. J. (2003), "Should Private Antitrust Enforcement Be Encouraged in Europe?", *World Competition: Law and Economics Review*, Vol: 26, No: 3, s. 473-485.

YILMAZ, B. (2020), "*Rekabet Hukukunda Dengeleyici Alıcı Gücü*", Rekabet Kurumu Uzmanlık Tezi, Ankara

ZASLAVSKY, S. ve L. KAUFMANN (2021), "Buyer Cartel Doctrine: Lessons From Labor Antitrust", *CPI Antitrust Chronicle*, Vol: 3, No:2, s. 53-57.

ABD Mevzuatı

Sherman Anti-Trust Act (1890)

DOJ-FTC Antitrust Guidance for Human Resource Professionals (2016)

AB Mevzuatı

Treaty on the Functioning of the European Union

Guidelines on the Applicability of Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union to Horizontal Co-operation Agreements, (2023/C 259/01)

Türk Rekabet Mevzuatı

07.12.1994 tarihli 4054 sayılı Rekabetin Korunması Hakkında Kanun

Yatay İşbirliği Anlaşmaları Hakkında Kılavuz (2013)

ABD Mahkeme ve FTC Kararları

United States v. Adobe Sys. Inc., No. 1:10-cv-01629 (D.D.C. Mar. 18, 2011)

Northwest Wholesale Stationers, Inc. v. Pacific Stationery & Printing Co., 472 U.S. 284, 295 (1985)

Mandeville Island Farms, Inc. v. Am. Crystal Sugar Co., 334 U.S. 219 (1948)

National Macaroni Manufacturers Association, et al., Petitioners, v. Federal Trade Commission, Respondent, 345 F.2d 421 (7th Cir. 1965)

Knevelbaard Dairies v. Kraft Foods, Inc., 232 F.3d 979 (9th Cir. 2000)

United States v. Adobe Sys. Inc., No. 10-CV-01629 (D.D.C. 2010)

US v. Knorr-Bremse AG ve Westinghouse Air Brake, Case 1:18-cv-00747 (2018), 2018 U.S. Dist. LEXIS 142125 (D.D.C. 11 Temmuz 2018), Complaint

Avrupa Birliği Adalet Divanı Kararı

Gotttrup Klim v. Dansk Case C-250/92 [1994] ECR 5641

MasterCard v. Commission C-382/12 [2014] EU:C:2014:2201

Avrupa Birliği Genel Mahkeme Kararları

Case T-219/99 British Airways v Commission (2003)

Case T-286/09 Intel v Commission (2014)

Case T-240/17 Campine and Campine Recycling v Commission (2019)

Case T-590/20 Clariant AG and Clariant International AG v Commission (2023)

Komisyon Kararları

Case No. COMP/M.1221 – REWE/Meinl (03.02.1999)

Case No. COMP/C.38.238/B.2 – Raw tobacco (ES) (20.10.2004)

Case No. COMP/C.38.281/B. – Raw tobacco (IT) (20.10.2005)

Case No. COMP/AT.40018 – Car Battery Recycling (08.02.2017)

Case No. COMP/AT.40410 – Ethylene (14.07.2020)

Case No. COMP/AT.40547 – Styrene Monomer (29.11.2022)

Rekabet Kurulu Kararları

- 03.08.2000 tarihli ve 00-29/311-178 sayılı *Ahududu* kararı
03.08.2000 tarihli ve 00-29/313-180 sayılı *Bezelye* kararı
04.12.2001 tarihli ve 01-58/599-155 sayılı *Meyve Suyu* kararı
19.09.2002 tarihli ve 02-56/699-283 sayılı *Yaprak Tütün* kararı
28.07.2005 tarihli ve 05-49/710-195 sayılı *Televizyon Dizisi Yapımcıları* kararı
26.07.2006 tarihli ve 06-56/714-204 sayılı *Çiğ Süt* kararı
24.07.2007 tarihli ve 07-60/713-245 sayılı *Kiraz* kararı
16.03.2012 tarihli ve 12-12/383-112 sayılı *Kuru İncir* kararı
07.02.2019 tarihli ve 19-06/64-27 sayılı *BFİT* kararı
02.01.2020 tarihli ve 20-01/3-2 sayılı *Konteyner* kararı
24.02.2022 tarihli ve 22-10/152-62 sayılı *Özel Hastaneler* kararı
26.07.2023 tarihli ve 23-34/649-218 sayılı *İş Gücü* kararı
27.02.2024 tarihli ve 24-10/170-66 sayılı *İş Gücü 2* kararı

Diğer Kaynaklar

- CAP hakkında, https://ec.europa.eu/info/food-farming-fisheries/key-policies/common-agricultural-policy_en, Erişim Tarihi: 04.03.2024.
- EuroCommerce Policy Talk Webinar (2021), “Retail and wholesale depend on competitive markets in Europe”, <https://www.eurocommerce.eu/2021/03/retail-and-wholesale-depend-on-competitive-markets-in-europe/>, Erişim Tarihi: 29.12.2023.
- Komisyon (2023), “Antitrust: Commission carries out unannounced inspections in the online food delivery sector”, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_23_5944, Erişim Tarihi: 12.12.2023.
- Komisyon (2010), “Accompanying document to the Report on Retail Market Monitoring: “Towards more efficient and fairer retail services in the Internal Market for 2020”, <https://ec.europa.eu/docsroom/documents/14557/attachments/1/translations?locale=en>, Erişim Tarihi: 01.03.2024.
- The Italian Antitrust Association Annual Conference (2021), “A new era of cartel enforcement”, https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech_21_7877, Erişim Tarihi: 16.01.2024.



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